



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:
Ingeniero en Marketing

TEMA:

**"ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA
PROLISOYA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO CANTÓN
RIOBAMBA PERIODO 2012 - 2013"**

Fausto Marcelo Cevallos Montalvo

Riobamba – Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el Sr. Fausto Marcelo Cevallos Montalvo ha culminado la tesis denominada Elaboración de un Plan de negocios para la empresa PROLISOYA de la provincia de Chimborazo Cantón Riobamba periodo 2012-2013 la misma que ha sido revisada en su totalidad y quedando autorizada su presentación.

Ing. Milton Ignacio Sanmartín Martínez

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Paulina Renata Arellano Garcés

MIEMBRO DE TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

El trabajo de grado que presento, es original y basado en el proceso de investigación y adaptación tecnológica establecido en la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. En tal virtud, los fundamentos teóricos – científicos y los resultados, son de exclusiva responsabilidad del autor. El patrimonio intelectual le pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fausto Marcelo Cevallos Montalvo

DEDICATORIA

Un hombre para llegar a ser grande tiene que estar rodeado de personas grandes al caminar junto a la espera de un momento grandioso como este de mi vida que fue muy duro pero lleno de esperanza no hay mejor oportunidad para abrir mi corazón y dejar plasmado en estas letras todos mis sentimientos:

A mi hijita RAFAELA y moni por quien cada día tiene sentido, la testigo silenciosa de mis luchas cotidianas en busca de un mejor futuro para ellas, mi esperanza, mi alegría, mi vida y la culminación de este trabajo y lo que representa se los dedico a ti mamita Tere que día a día me apoyaste incondicionalmente junto a mi papi Mashy que se apersonaron de este trabajo con todo el amor del mundo se los dedico por ser base fundamental de mi vida a mi Jessy y Sebitas que junto al Gabrielito y a la Emily y a la Rafa me inspiraron para luchar por ustedes esta tesis es para todos ustedes y para mis abuelitos que están en el cielo bendiciéndome y guiándome vuelito Fausto, Flavio, Tere es para ustedes esta tesis y a mi querida abuelita Mamishy que esta junto a mi este trabajo es para usted con mucho amor e incentivo para seguir luchando por todos ustedes realmente los amo.

Gracias...

AGRADECIMIENTO

Hasta alcanzar esa victoria tan deseada Agradezco infinitamente los resultados de este proyecto, a todas las personas que fueron parte de este logro:

DIOS amado que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme la oportunidad de alcanzar una de mis metas

Con todo mi amor principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento Gracias por todo papito Mashy y mami Tere preciosa son base de mi vida gracias por darme todo lo que un hombre necesita para ser grande por creer en mí y por apersonarse de este proyecto, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado. a ti Rafaela y moni q me dan fuerza día a día para luchar y salir adelante desde q mis ojos miraron por primera vez tu rostro yo soy un hombre diferente hija por ti mi inagotable lucha, a mi hermana Jessy que con su ejemplo me enseña el camino correcto y al Sebitas que es mi vida ñaño gracias por ser como eres personas muy importantes, una de ellas está junto a mi Mamishy para usted abuelita hermosa gracias y a mis abuelitos que están en el cielo abuelitos Fausto, Flavio ,Tere desde el cielo sé que me guían, y finalmente por quien realmente lucho Rafaela, Emily, Gabrielito gracias enanos sin sus miradas sus sonrisas sus juegos no pudiera encontrar la inspiración para seguir luchando y alcanzando metas que junto a ustedes me llenan de felicidad, en especial a ustedes Ing. MILTON SANMARTIN e Ing. PAULINA ARELLANO por haber batallado junto a mí en este proyecto siempre dándome ánimos y brindándome sus conocimientos.

Realmente muchas gracias por formar parte de este logro alcanzado.

Fausto Marcelo Cevallos Montalvo

ÍNDICE

Portada.....	i
Certificación del Tribunal	ii
Certificación de Autoría.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice General.....	1
Índice de Tablas.....	7
Índice de Gráficos.....	9
Introducción.....	10
Capítulo I.....	12
1. Generalidades.....	12
1.1 Antecedentes.....	12
1.2 Reseña Histórica (Empresa Prolisoya)	12
1.3 Ubicación Geográfica.....	13
1.4 Visión.....	15
1.5 Misión.....	15
1.6 Objetivos a alcanzar con el producto.....	15
1.6.1 Corto Plazo.....	15
1.6.2 Mediano Plazo.....	15
1.6.3 Largo Plazo.....	15
1.7 Organigrama Estructural.....	16
1.8 Funciones.....	16
1.8.1 Gerente.....	16
1.8.2 Secretaria.....	17
1.8.3 Asesor Jurídico.....	17

1.8.4	Área Producción.....	17
1.8.5	Área Contabilidad.....	17
1.8.6	Vendedores.....	18
	Capítulo II.....	19
2.	Plan de Marketing.....	19
2.1	Análisis situacional.....	19
2.1.1	Escenarios.....	19
2.2	Análisis de la competencia.....	25
2.2.1	Análisis de la leche Vita.....	26
2.2.2	Análisis Leche de Avena.....	28
2.2.3	Análisis: Oriental Industria Alimenticia O.I.A. CIA. LTDA.	30
2.2.4	Análisis: Mattisoya.....	33
2.2.5	Análisis Monsoy de la Leche de almendras y arroz.....	35
2.3	Análisis de mercado.....	36
2.4	Investigación de mercado.....	37
2.4.1	Objetivo.....	37
2.4.2	Universo.....	38
2.4.3	Técnica de investigación utilizada.....	38
2.4.4	Tamaño de la muestra.....	38
2.4.5	Método de muestreo.....	39
2.5	Tabulación/Análisis e Interpretación.....	40
2.6	Análisis de la demanda.....	63
2.6.1	Análisis de la demanda de la leche de soya.....	63
2.6.1.1	Proyección de la demanda.....	63
2.6.2	Análisis de la demanda de la leche de soya.....	64
2.6.2.1	Proyección de la demanda.....	65
2.7	Análisis de la oferta.....	66

2.7.1	Análisis de la oferta de la leche de soya.....	66
2.7.1.1	Proyección de la Oferta.....	67
2.7.2	Análisis de la oferta de la leche de soya.....	68
2.7.1.2	Proyección de la Oferta.....	68
2.8	Determinación de la demanda insatisfecha.....	69
2.9	Análisis Foda.....	70
2.9.1	Valoración Foda.....	72
2.9.2	Hallazgo.....	73
2.10	Plan de mercadeo.....	74
2.10.1	Estrategias de producto.....	74
2.10.1.1	Estrategia 1.....	74
2.10.1.2	Estrategias 2. Diferenciación del producto.....	75
2.10.2	Estrategias de precio.....	76
2.10.2.1	Estrategia 1. Precio para el público.....	76
2.10.3	Estrategias de plaza.....	78
2.10.3.1	Estrategia.....	78
2.10.4	Estrategias de promoción.....	79
2.10.4.1	Estrategia Obsequiar regalos por la compra de leche de soya.....	79
2.10.5	Estrategias de comunicación.....	80
2.10.5.1	Estrategia 1. Crear manual de identidad.....	80
2.10.5.2	Estrategia 2. Diseño de un stand para ferias.....	81
2.10.5.3	Estrategia 3.Elementos para degustación.....	82
2.10.5.4	Estrategia 4. Diseño de stand para ventas de leche de soya.....	84
2.10.5.5	Estrategia 5. Creación de un personaje animado “SANITO”	85
2.10.5.6	Estrategia 6. Diseño para publicidad móvil.....	86
2.10.5.7	Estrategia 7.Hojas volantes y trípticos.....	87
2.10.5.8	Estrategia 8. Vallas publicitarias.....	88

2.10.5.9 Estrategia 9. Modelo de afiches.....	89
2.10.5.10 Estrategia 10. Papelería Prolisoya.....	90
2.10.5.11 Estrategia 11.....	91
2.10.5.12 Elaborar un spot publicitario para la radio.....	92
2.10.5.13 Estrategia 13. Figura 18. Facebook.....	93
2.10.5.14 Proformas de costo para estrategias elaborar un spot publicitario para la radio.....	94
Capítulo III.....	96
3. Plan Técnico.....	96
3.1 Especificaciones del producto.....	96
3.1.1 Leche de Soya.....	97
3.2 Requerimientos.....	97
3.2.1 Equipos y maquinarias.....	97
3.2.2 Materias primas y suministros.....	104
3.2.3 Proveedores.....	105
3.3 Tamaño de la planta.....	105
3.3.1 Capacidad instalada.....	105
3.3.2 Capacidad utilizada.....	106
3.4 Localización.....	107
3.4.1 Análisis de factores para la ubicación de la planta.....	107
3.4.2 Macro localización.....	108
3.4.3 Micro localización.....	110
3.5 Distribución de planta y diagrama de recorrido propuesto.....	111
3.6 Diseño de la planta análisis de factores.....	112
3.7 Análisis de mejoras realizadas.....	113
3.7.1 Proceso de producción.....	113
3.7.2 Recorrido del producto.....	113

3.7.3	Distribución de planta.....	113
3.7.4	Especificación.....	113
3.8	Control de calidad.....	114
3.8.1	Mecanismos de control de calidad.....	114
3.8.2	Factores a considerar en el control de calidad.....	114
3.9	Seguridad e higiene.....	116
3.9.1	¿Qué EPP se debe utilizar en Prolisoya?	118
3.9.1.1	Protección de la piel.....	118
3.9.1.2	Protección de pies.....	118
3.9.1.3	Protección de manos.....	118
3.9.1.4	Protección de cabeza y ojos.....	118
3.9.1.5	Protección respiratoria.....	119
3.9.1.6	Protección auditiva adecuada.....	119
	Capítulo IV.....	120
4.	Plan Organizacional.....	120
4.1	Recursos humanos.....	120
4.1.1	Organigrama estructural Prolisoya.....	120
4.1.2	Organigrama estructural Prolisoya.....	121
4.1.3	Perfiles requeridos para contratación de personal de Prolisoya.....	122
4.1.3.1	Nivel de dirección. Gerente.....	122
4.1.3.2	Nivel administrativo de apoyo.....	124
4.1.3.3	Nivel operativo.....	128
4.1.3.4	Políticas de reclutamiento.....	136
4.1.3.5	Políticas de selección.....	138
4.1.3.6	Políticas de contratación de la mano de obra.....	138
4.1.3.7	Sueldo Prolisoya.....	138
4.1.3.8	Políticas de capacitación y motivación.....	142

4.2	Estructura legal.....	142
4.2.1	Elección de la forma Jurídica.....	142
4.2.2	Trámites para la constitución y puesta en marcha.....	142
4.2.3	Procesos.....	143
4.2.4	Datos de identificación de la empresa.....	144
	Capítulo V.....	145
5.	Plan Financiero.....	145
5.1	Punto de equilibrio.....	145
5.2	Costos.....	146
5.3	Presupuesto de Costos y Gastos.....	153
5.4	Evaluación financiera.....	155
5.5	Calendario de ejecución.....	157
	Capítulo VI.....	159
	Conclusiones y Recomendaciones.....	159
	Conclusiones.....	159
	Recomendaciones.....	159
	Bibliografía.....	161
	Anexos.....	163

ÍNDICE DE TABLAS

N° 1 Variable Económico.....	22
N° 2 Variable Tecnológico.....	23
N° 3 Variable Político – laboral - legal.....	23
N° 4 Variable Demográfico.....	24
N° 5 Cálculo de la Muestra de la Leche de Soya.....	38
N° 6 Consumo de leche de soya.....	40
N° 7 Preferencia de la leche de soya.....	41
N° 8 Frecuencia que consume leche.....	42
N° 9 Cuántos litros de leche consume diarios.....	43
N° 10 Ha probado leche de soya.....	44
N° 11 Derivados de la soya.....	45
N° 12 Consumo productos de soya.....	46
N° 13 Beneficios de la soya.....	47
N° 14 Le gustaría encontrar en el mercado otra leche.....	48
N° 15 Otra alternativa de leche de vaca.....	49
N° 16 La leche de vaca sustituida por leche de soya.....	50
N° 17 Conocimiento de los beneficios de la soya en la salud.....	51
N° 18 Tipos de envase.....	52
N° 19 Donde se adquiere leche de soya.....	53
N° 20 Puntos de venta.....	54
N° 21 Precio caro.....	55
N° 22 Precio cómodo del litro de soya.....	56
N° 23 Consumo de soya a la semana.....	57
N° 24 Prensa escrita.....	58
N° 25 Medios radiales.....	59
N° 26 Medios televisivos.....	60
N° 27 Conocimiento de las empresas que comercializan leche de soya.....	61
N° 28 Competencia.....	62
N° 29 Mercado objetivo.....	63
N° 30 Consumo de 1 litro.....	64
N° 31 Mercado objetivo.....	65
N° 32 Consumo de 1 litro de leche de soya.....	66
N° 33 Mercado objetivo.....	66
N° 34 Consumo de 1 litro.....	67
N° 35 Mercado objetivo.....	68
N° 36 Consumo de 1 litro.....	69
N° 37 Demanda insatisfecha de la leche de soya.....	69
N° 38 Foda.....	72

N° 39 Proformas.....	95
N° 40 Materia prima.....	104
N° 41 Proveedores.....	105
N° 42 Capacidad.....	106
N° 43 Señalética.....	117
N° 44 Reclutamiento del personal.....	137
N° 45 Sueldos.....	139
N° 46 Datos de Prolisoya.....	144
N° 47 Balance de situación inicial.....	146
N° 48 Amortizaciones.....	147
N° 49 Activos fijos y depreciaciones.....	148
N° 50 Costo unitario Leche de Soya.....	149
N° 51 Costo de producción Leche de Soya.....	150
N° 52 Costo de producción Leche de Soya.....	151
N° 53 Capital de trabajo.....	152
N° 54 Estado de resultados.....	153
N° 55 Estado de situación financiera.....	154
N° 56 Flujo de caja.....	155
N° 57 Van Tir Pri.....	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° 1 Organigrama Estructural.....	16
N° 2 Escenario.....	21
N° 3 Ubicación de la competencia de la leche de soya en la ciudad de Riobamba.....	25
N° 4 Consumo de leche de soya.....	40
N° 5 Preferencia de la leche de soya.....	41
N° 6 Frecuencia que consume leche.....	42
N° 7 Consumo de leche de vaca.....	43
N° 8 Conocimiento de la soya.....	44
N° 9 Derivados de la soya.....	45
N° 10 Consumo de la leche de soya.....	46
N° 11 Contenidos nutricionales de la soya.....	47
N° 12 Consumo de otra leche.....	48
N° 13 Otra alternativa de leche de soya.....	49
N° 14 La leche de vaca sustituida por leche de soya.....	50
N° 15 Conocimiento de los beneficios de la soya en la salud.....	51
N° 16 Presentación de la soya.....	52
N° 17 Lugar donde adquirió este producto.....	53
N° 18 Puntos de venta de la soya.....	54
N° 19 Precio de la soya.....	55
N° 20 Precio cómodo.....	56
N° 21 Consumo de la leche de soya.....	57
N° 22 Publicidad prensa escrita.....	58
N° 23 Medios radiales.....	59
N° 24 Medios televisivos.....	60
N° 25 Conocimiento de las empresas que comercializan leche de soya.....	61
N° 26 Competencia.....	62
N° 27 Incremento de Producción.....	106

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el nivel educativo en el Ecuador toma rumbos de cambio hacia una mejor calidad en la educación, la necesidad de formar estudiantes, líderes, emprendedores que tengan una idea de cómo crear su propia empresa, y un Plan de Negocios y ser capaces de desenvolverse en la sociedad y en el ámbito laboral con valores humanos que busque el bien común y el de la sociedad.

Por ello partimos desde el servicio hacia los demás, para que en nuestros estudiantes se infunda el valor humano que están adquiriendo al formarse como profesionales y personas.

En el capítulo I, se aborda las generalidades de la investigación, en el capítulo II el plan de marketing en el mismo se afronta el análisis situacional, de mercado, foda, objetivos, estrategias, tácticas, programa, y presupuesto. Capítulo III plan técnico de operación el cual consta los productos a ofertarse, especificaciones del producto, proceso de producción materia prima, distribución de la planta, equipamiento de la planta, políticas de calidad control de calidad y seguridad e higiene industrial, capítulo IV plan organizacional el cual consigna todo lo referente al aspecto administrativo y legal, como talento humano, sueldos y salarios, capítulo V plan financiero aborda las fuentes de financiamiento, estados financieros proyectados, indicadores de viabilidad y rentabilidad y periodo de recuperación de inversión capítulo VI conclusiones y recomendaciones.

La soya Siendo poseedora de grandes propiedades como reducir las concentraciones de colesterol sanguíneo y es fuente de isoflavonas, jugando un papel importante en la prevención de enfermedades del corazón.

“La proteína de soya contiene todos los aminoácidos esenciales requeridos en la nutrición humana: isoleucina, leucina, lisina, metionina, triptófano, valina e histidina. La soya es una leguminosa aprovechada ampliamente para elaborar productos como carne, queso, yogurt y en especial la leche de soya. La soya es el producto de mayor demanda en nuestro medio por su alto valor nutricional”¹.

El objetivo de este trabajo de investigación es ver la acogida que tiene en el mercado la empresa de leche y carne de soya y de esta manera ofertar productos con adecuado valor proteico y buenas características sensoriales para brindar al consumidor un alimento que cubra sus requerimientos nutricionales básicos.

¹ GONZALEZ, Diana M. (2007), Plan de negocios para emprendedores al éxito. Editorial MC GRAW-HILL INTERAMERICANA. México

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

La empresa PROLYSOYA de la ciudad de Riobamba, se origina mediante la presentación del primer proyecto para la elaboración de la leche y carne de soya en noviembre del 2012.

La empresa busca de forma directa solucionar los problemas alimenticios y nutricionales de la población; Entre estos encontramos personas que no pueden consumir leche de vaca y carnes rojas e individuos que buscan alimentos saludables.

“Los productos PROLISOYA proporcionan diversos beneficios nutritivos, de esto surge la necesidad de suplir las carnes rojas y la leche de vaca por leche y carne de soya. La empresa cuenta con equipos tecnológicos para el procesamiento de los productos los mismos que permiten darle una mejor calidad e higiene para posteriormente ser refrigerada antes de su envasado y distribución, garantizando de esta manera un alimento ideal para todas las edades.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA (EMPRESA PROLISOYA)

La empresa fue constituida inicialmente con el propósito de brindar a la población una alternativa de productos nutritivos como es la leche y carne de soya.

Para su inicio La idea de formar una empresa nació del viaje de dos socios al mítico país de China – Guanzou a visitar una feria industrial con la idea de buscar alternativas para negocios particulares ya en la feria, después de conocer muchos proyectos realizables en el Ecuador optamos en interesarnos en un tema en particular LOS PRODUCTOS DE SOYA carne, snacks, leche pareció muy interesante debido que en el Cantón Riobamba no está explotado dicho tema.

Desde ese momento se empezó a buscar socios ya que el proyecto era grande y muy costoso.

En otra instancia cada miembro socializo y vendió la idea a los familiares, obteniendo como resultado una respuesta positiva y de esta manera formo la amorosa denominada PROLISOYA productos alimenticios de soya compañía limitada. Una vez formada la mencionada empresa se procedió a la importación de las maquinarias respectivas para obtener carne de soya adicionado la compra de una línea de producción la cual podemos manifestar fue un éxito.

Una vez nacionalizadas las máquinas y ya instaladas de la empresa, los integrantes fuimos aprendiendo paulatinamente el proceso para la obtención de los productos, cabe recalcar que tomo un largo tiempo para la obtención de los productos ya que en el ecuador no existen profesionales conocedores del tema a nivel industrial.

La empresa fue creada 16 de julio 2011 con 2 socios pioneros de esta idea de formar una empresa y más tarde se incorporar 6 personas sumando un total de 7 socios.

1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

PROVINCIA: CHIMBORAZO

CANTÓN: RIOBAMBA

SECTOR: La Vasija

DIRECCIÓN: Avenida Alfonso Chávez 37-55 y Galo Plaza

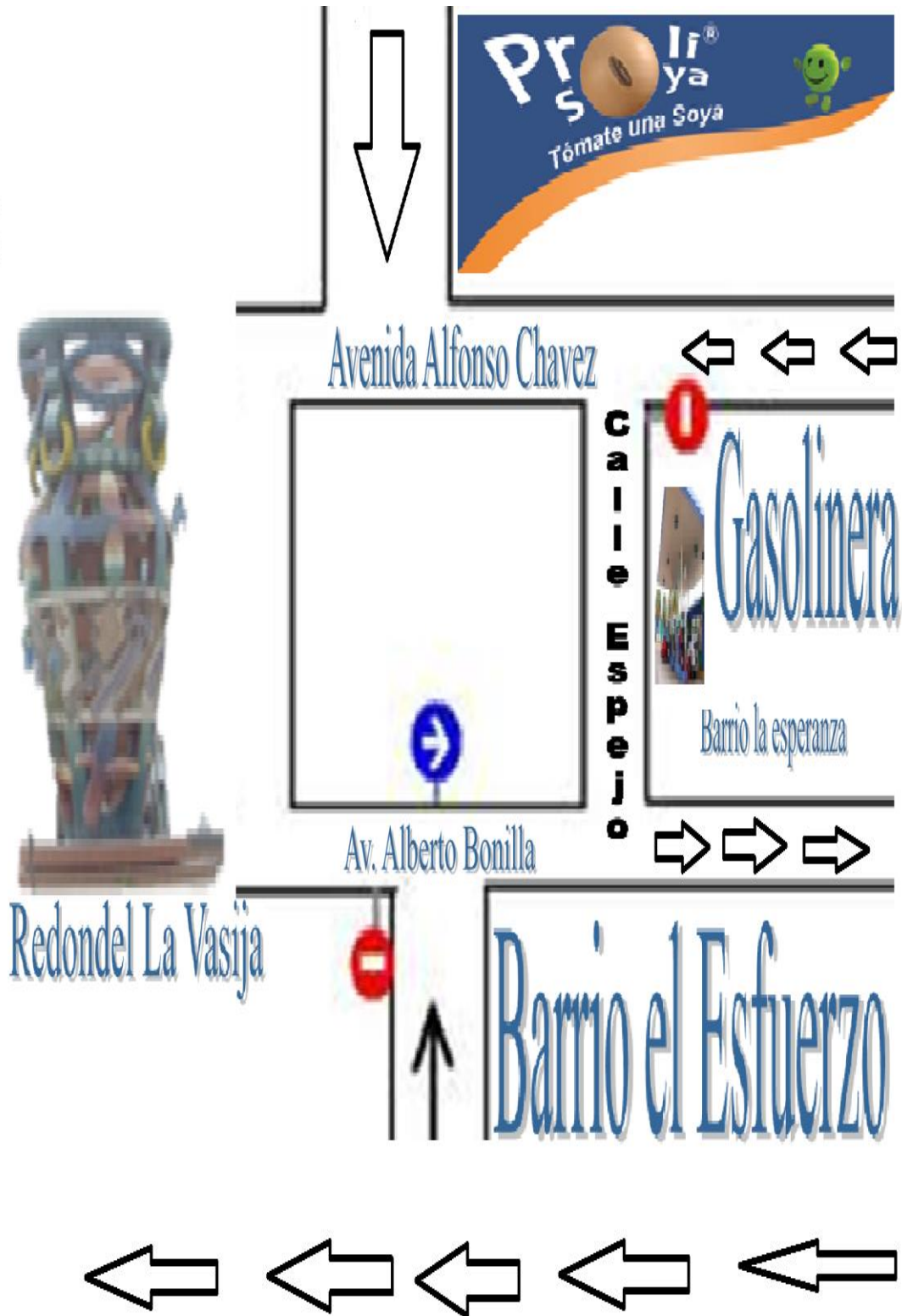
NUMERO DE EMPLEADOS: 7

TELÉFONO: 032237-037

www.prolisoya@yahoo.com

www.mashypunk@hotmail.com

www.flavitoo12@yahoo.com



1.4 VISIÓN

Ser la empresa líder productora de leche y carne de soya de la ciudad de Riobamba, con productos de calidad, servicio excepcional y precios que satisfagan las exigencias de los clientes.

1.5 MISIÓN

Elaborar leche de soya de la más alta calidad, que garantice su excelencia y competitividad, fortaleciendo el desarrollo del sector Industrial en el mercado nacional.

1.6 OBJETIVOS A ALCANZAR CON EL PRODUCTO

1.6.1 CORTO PLAZO

- Dar a conocer la nueva marca del producto en la ciudad de Riobamba
- Ofrecer al consumidor un producto nutritivo, que satisfaga sus expectativas.
- Incentivar al consumo de leche y carne de soya, promoviendo sus cualidades frente otros productos.

1.6.2 MEDIANO PLAZO

- Ser líderes en el mercado local
- Adquirir nueva tecnología que permita optimizar el proceso de producción.
- Promover el crecimiento de la demanda de los consumidores

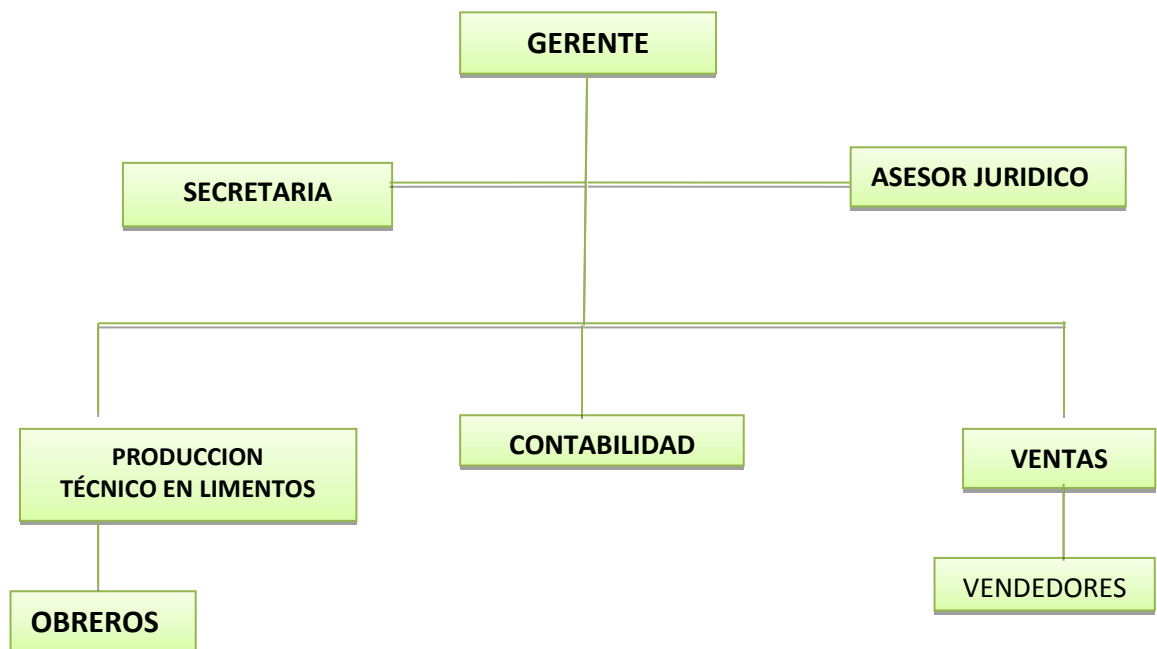
1.6.3 LARGO PLAZO

- Promocionar el producto en el resto del país
- Mantener una calidad constante
- Adaptar el producto a los requerimientos del mercado
- Ampliar nuestros productos incrementando carne, snacks de soya

1.7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO 1



1.8 FUNCIONES

JUNTA DE ACCIONISTAS

1.8.1 GERENTE

Es la persona encargada de dirigir y coordinar las actividades de la empresa en el ámbito productivo, realizar un control, seguimiento y evaluación de los procesos que se realiza y el trabajo con el equipo de trabajo.

1.8.2 SECRETARIA

Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo

1.8.3 ASESOR JURÍDICO

Dirección, ejecución y control de labores de Asesoría Jurídica y actuar junto con el Gerente General en la representación judicial y extrajudicial de la Empresa PROLYSOYA, brindar soporte al desarrollo de la Empresa, encaminándole dentro de la correcta aplicación de las disposiciones legales.

1.8.4 ÁREA PRODUCCIÓN

Es sección de producción de la empresa puede considerarse como el corazón de la misma, y si la actividad de esta sección se interrumpiese, toda la empresa dejaría de ser productiva. En el departamento de producción se tienen las actividades de:

Medición del trabajo.

- Métodos del trabajo.
- Ingeniería de producción.
- Análisis y control de fabricación de los productos
- Planeación y distribución de instalaciones.
- Higiene y seguridad industrial.
- Control de Calidad.

1.8.5 ÁREA CONTABILIDAD

Realizar las acciones necesarias para garantizar que el sistema contable de la empresa, así como las modificaciones que se generen por motivos de su actualización, cuenten con las autorizaciones legales para su funcionamiento y operación.

1.8.6 VENEDORES

Establecer un nexo entre el cliente y la empresa. Esto significa que el vendedor debe constituirse en el «eslabón» que une al cliente con la empresa y viceversa.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE MARKETING

2.1 Análisis situacional

2.1.1 Escenarios

“Se puede definir al escenario como el conjunto de hechos y factores externos a la empresa relevante para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir pero no controlar, que se concreta con un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad. Al crear un escenario le permitirá a la empresa:

- Detectar a tiempo las oportunidades y amenazas que el entorno presenta para su supervivencia.
- Identificar los cambios internos que tiene que poner en marcha para mejorar su relación con el entorno y facilitar su adaptación a él.
- Verse en un escenario futuro.

Para determinar el escenario de PROLISOYA hemos analizado las siguientes variables: Actualmente el valor del PIB se ha incrementado en un 2% promedio para el año 2012, lo que es muy bueno para el país, ya que el Ecuador está produciendo más, e importando menos. A la mano de esta variable económica también merece nombrar el alza de los sueldos básicos en los trabajadores; se hace un énfasis en estas variables ya que a mayor volumen de dinero que exista dentro de la población estudiada (Riobambeños) podrán comprar los productos que ofertará Empresa PROLISOYA.

Ecuador a enero del 2012 presenta una inflación de 5.29% por lo tanto la inflación es un aspecto muy importante de la economía, ya que algunos de los desastres económicos más importantes que ha habido en el mundo se debieron a una descontrolada inflación. La tasa de desempleo diciembre 31/2011 6.11% diciembre 31/2012 15.07%. La caída en esta tasa de desempleo va de la mano con el crecimiento económico registrado en el 2012, un año que estuvo marcado por un histórico precio del petróleo, lo cual permitió que el Gobierno impulse el gasto público.

Como producto del análisis podemos manifestar que la empresa PROLISOYA se encuentra en estos momentos en un ciclo de vida de introducción, y por ser una empresa totalmente nueva se puede visionar en un escenario positivo, por cuanto en estos momentos estamos viviendo en una política orientada a impulsar la creación de empresas pequeñas e ideas innovadoras.

En estos momentos el gobierno proporciona ayuda financiera, asesoría, capacitación a los pequeños empresarios que buscan empezar una empresa o hacer crecer su negocio, con el propósito de que se disminuya el desempleo y la migración.

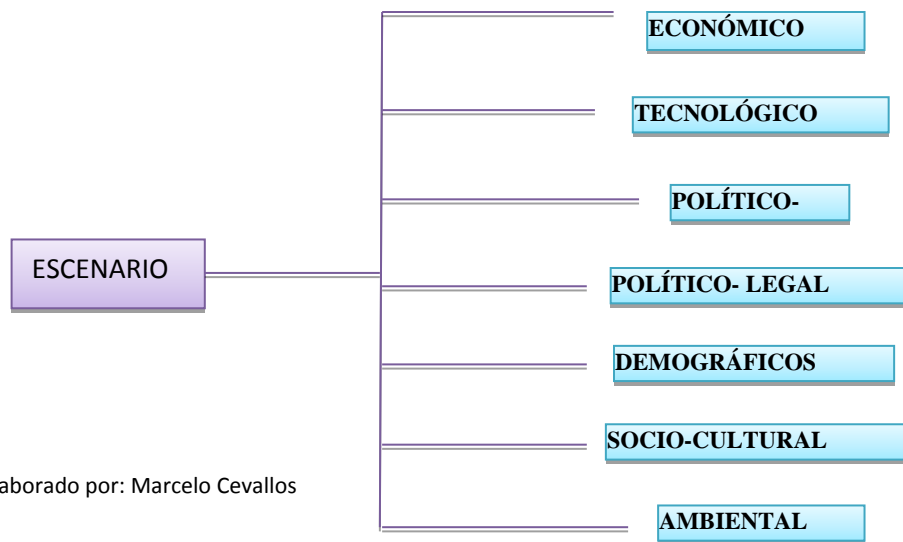
A medida que pasa el tiempo la población va aumentando paulatinamente, de acuerdo a los datos proporcionados por INEC la población Riobambeña va incrementando en 1,89%. El aumento de la población es una ventaja para PROLISOYA ya que así existirá mayor posibilidad de consumidores a futuro.

La producción de maíz en la sierra, exactamente en la ciudad de Riobamba es estable, es decir PROLISOYA contará con la materia prima para la producción de las bebidas. Este cultivo se da todo el año por ende PROLYSOYA tendrá que abastecer sus bodegas de materia prima para que la producción no pare.

Se trabajará con botellas de plástico optimizando el reciclaje de las mismas, ya que hoy en día el gobierno ha implantado una nueva ley "LEY VERDE", el denominado impuesto verde busca incidir en los hábitos de consumo en temas medioambientales (impuesto envase plástico).

GRÁFICO 2

Escenario



Elaborado por: Marcelo Cevallos

Tabla 1
Variable Económico

INDICADOR	VALOR ACTUAL		IMPACTO EN EMPRESA PROLISOYA
PIB	2012	2013	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad de la empresa • Mayor volumen de ventas • Probabilidad de poder adquisitivo alto
	57978.00 Millones de USD	PROMEDIO 2% de crecimiento	
INFLACIÓN	2012	2013	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de precios en los productos. • Decremento de la Demanda.
	3.33 %	5.41 %	
DESEMPLEO	2012	2013	<ul style="list-style-type: none"> • Se equilibra la oferta y la demanda
	6.11%	5.07%	

Fuente: Revistas gestión y emprendedores

Tabla 2

Variable tecnológico

VARIABLE	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA PROLISOYA
Maquinaria	ACTUALIZADA	Mayor producción de leche de soya. Optimización de tiempo y recursos Mayor competitividad en el mercado

Fuente: Revistas emprendedores

Tabla 3

Variable político-laboral-legal

VARIABLE	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA PROLISOYA
GOBIERNO NACIONAL	ESTABLE	Economía estable Ayuda directa del gobierno para empresas pymes Mayor inversión extranjera Estabilidad jurídica
CODIGO DE TRABAJO	ESTABLE	Mayor producción. Mejor ambiente.
IMPUESTO A LA RENTA	ESTABLE	• Disminución de Utilidades.
IESS	ESTABLE	• Mayor estabilidad laboral para los empleados/trabajadores
LIBROS DE REGISTRO DE CONTABILIDAD	ESTABLE	Llevar una contabilidad organizada Conocer al final de cada periodo la utilidad o perdida exacta

Fuente: Revistas emprendedores

Tabla 4

Variable demográfico

VARIABLE	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA
Población	AUMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • El mercado aumenta • Existirá mayor demandantes

VARIABLE	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA PROLISOYA
MIGRACIÓN	DESCENDENTE	<ul style="list-style-type: none"> • No existencia de fuga de talento humano
DELINCUENCIA	ASCENDENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad
SUBEMPLEO	ASCENDENTE	<ul style="list-style-type: none"> • No adquirir productos de la empresa
ESTILO DE VIDA	TRADICIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor volumen de ventas por ser un producto nuevo en el mercado.

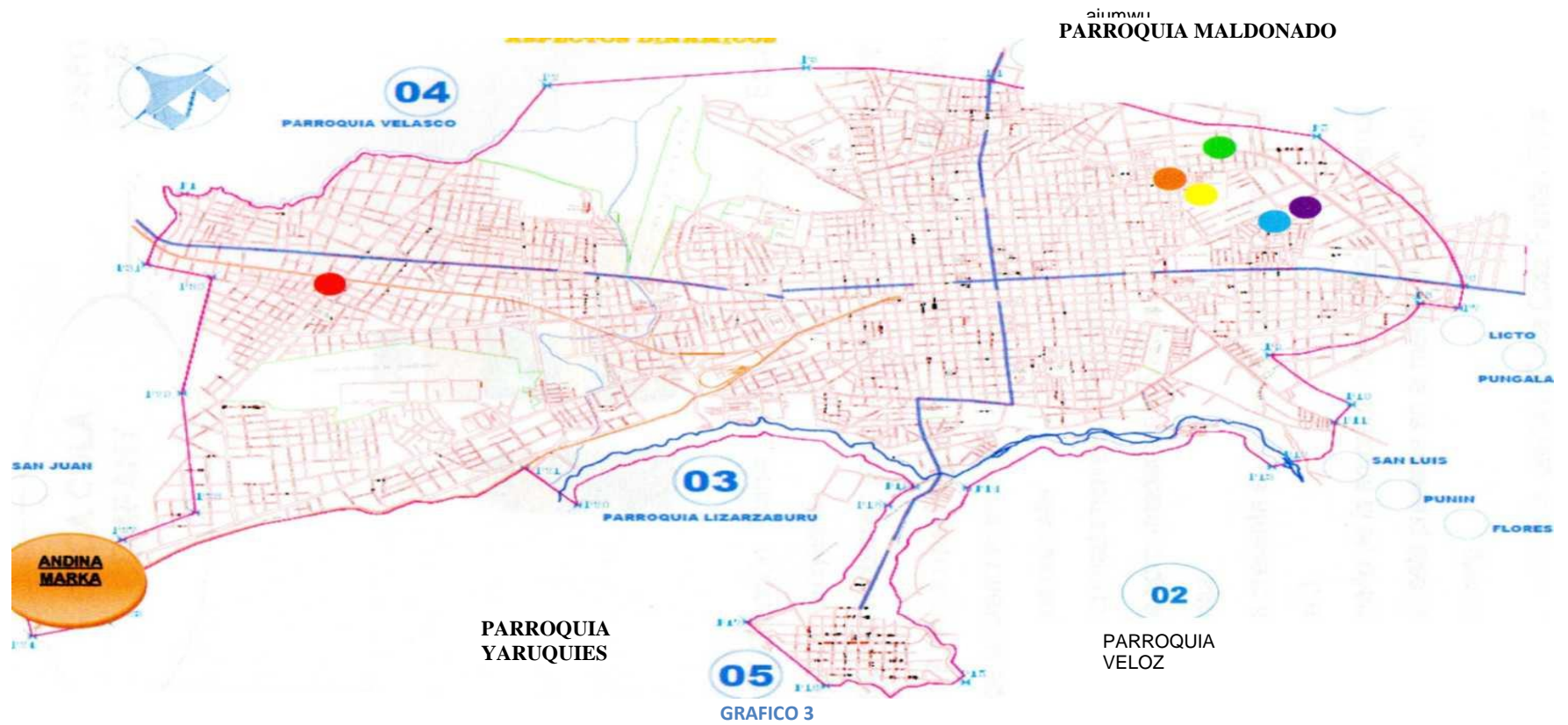
Fuente: Revistas emprendedores

VARIABLE	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA PROLISOYA
Sembríos de maíz en la sierra	ESTABLE	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con materia prima para la producción de la leche de soya. • No parar la producción de las soya
Reciclaje de plástico	ASCENDENTE	<ul style="list-style-type: none"> • optimizar recursos

Fuente: Revistas emprendedores

2.2 Análisis de la competencia

Gráfico 3. Ubicación de la competencia de la leche de soya en la ciudad de Riobamba



Fuente: Municipio de Riobamba

2.2.1 Análisis de la leche VITA



www.ekosNegocios.com

Existen otras marcas de leche de vaca tales como: “Rey leche ” “Parmalat”, y otras pero solo mencionamos “**Vita Leche** ” por ser la principal en el mercado.

Atributos de la marca

Distribución: Estos son distribuidos principalmente en Mercados, Supermercados y tiendas de Riobamba.

La empresa Pasteurizadora Quito S.A. es una institución pionera en el ámbito de la industria láctea del país. Es la única procesadora de leche que pertenece a los ganaderos y tiene al Municipio del Distrito Metropolitano como uno de sus accionistas.

A mediados del siglo pasado las condiciones higiénicas de la leche que se expendía en el país eran deplorables, y se les atribuía un alarmante índice de mortalidad infantil. Un estudio realizado, en 1947, por la Dirección de Higiene y la Policía Municipal corroboró este problema y concluyó que la solución urgente era la pasteurización de la leche.

El Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) fue uno de los organismos que respondió a esta realidad: en 1952 donó al Gobierno un equipo de pasteurización y un

laboratorio. Cinco años después fueron cedidos al Municipio de Quito. El pediatra doctor Carlos Andrade Marín, entonces alcalde de la ciudad, promovió la formación de una empresa anónima, para la instalación y funcionamiento de una planta para el procesamiento de la leche.

Pero fue el alcalde Julio Moreno Espinosa quien constituyó la empresa, con la participación de la municipalidad, 59 ganaderos y la Cámara de Agricultura de la Primera Zona. Su primer presidente fue César Chiriboga Villagómez y gerente, José Espinosa Correa. Desde su fundación, la empresa ha estado en el barrio Luluncoto, al centro oriente de Quito.

Los primeros litros de leche pasteurizada salieron al mercado, en botellas de vidrio, el 10 de abril de 1961. El distintivo del producto era la razón social de la Empresa Pasteurizadora Quito, ilustrada con la vaquita que subsiste hasta ahora. Inicialmente, la comercialización del producto demandó de un gran esfuerzo pues la gente estaba acostumbrada a consumir leche "cruda".

La pasteurización de la leche marcó un notable cambio en los hábitos de consumo de los ciudadanos y la demanda en Quito creció rápidamente.

Pasteurizadora Quito S.A. juega un rol fundamental en la defensa de la salud de la colectividad; en el mejoramiento de la productividad y la calidad de la ganadería de leche; y, en la regulación de los precios, en base a un equilibrio que estimula la actividad agropecuaria y, al mismo tiempo, protege la economía y la salud del consumidor. Postulados que inspiraron la creación de la compañía y cuya filosofía se ha mantenido inalterable.

Seguridad

La principal propuesta de valor es la seguridad. Es un producto elaborado con 100% de leche y no contiene adulterante tipo suero ni aditivos como leche en polvo. La materia prima

proviene de los mejores hatos de ganaderos, que reciben asesoramiento por parte de Pasterizadora Quito S.A.

Tradición

VITA LECHE ha estado presente en los hogares ecuatorianos por varias generaciones atributo que la ha convertido en una marca de tradición, es producida por Pasterizadora Quito S.A., empresa con más de 50 años de experiencia en elaboración de productos lácteos de calidad.

2.2.2 ANÁLISIS LECHE DE AVENA



2.2.2.1 DIRECCIÓN: Guayaquil – Verónica Anzures y Avenida Ejército Nacional 35-37

2.2.2.2 TIEMPO QUE LLEVA EN EL MERCADO. Manteniendo el liderazgo y la confianza del consumidor por más de 7 años.

2.2.2.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA: Leche avena es un producto que pertenece a laboratorios Julguer en el mercado nacional tiene el 50% de participación.

2.2.2.4 PRODUCTOS QUE OFERTAN: Leche de avena

2.2.2.5 ESTRATEGIAS DE MARKETING: Orientado al mercado como una alternativa a aquellas personas que no pueden o no quieren tomar leche de vaca y que la leche de soya tampoco la terminan de digerir bien. Va ganando adeptos día a día ya que es una de las leches vegetales con más sabor y nutrientes.

Ofertando al mercado la confección de cremas, salsas, batidos, helados, bechamel, natillas y en cualquier receta que podamos hacer con leche de vaca.

2.2.2.6 POLÍTICAS DE PRECIO: promoción, producto, distribución.

- **Distribución:** se distribuye en mercados y farmacias

2.2.2.7. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

FORTALEZA

- Es un producto de calidad que ha empezado a posesionarse en el mercado hace 3 años además se puede utilizar leche de avena, al igual que la leche de vaca, para confeccionar cremas, salsas, batidos, helados, bechamel, natillas y en cualquier receta que podamos hacer con leche de vaca.
- La leche de avena es buena en dietas para adelgazar ya que sus azúcares lentos favorecen la actividad del páncreas y de la glándula tiroides. Además calma la ansiedad, tan habitual en las dietas hipocalóricas.
- Es un completo nutricional

DEBILIDAD

- Falta de publicidad y en el mercado sobre los beneficios de la leche de avena
- Carece de empaque fácil de manipular cliente consumo directo
- El precio esta segmentado para un nivel alto del mercado de consumo
- Solamente tiene un tamaño familiar
- Carece de publicidad difusión del producto mediante campaña de marketing

2.2.3 ANÁLISIS: ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.

Ha traído al Ecuador toda la mística y sabiduría del pueblo chino para elaborar más de 88 productos alimenticios de calidad certificada, con gran aceptación en todo el país y también en el mercado internacional.

LECHE DE SOYA CON FRUTAS ORIENTAL

Leche de Soya, con Sabor a Frutas Tropicales



- 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



LECHE DE SOYA NATURAL ORIENTAL

Leche de Soya Natural

- Previene el cáncer de mama y de próstata
- Gran aliada contra las enfermedades del corazón
- Alternativa segura para los intolerantes a la lactosa



LECHE DE SOYA CON CAFÉ ORIENTAL

Una Mezcla Altamente Energética que Estimula el Organismo

- 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

2.2.3.1 DIRECCIÓN: MATRIZ Ciudadela San José Décima Sexta y Malecón – Quevedo Telfs. (05) 275-0511

2.2.3.2 TIEMPO QUE LLEVA AL MERCADO. Desde el año 1975, fecha histórica en que se inician las labores de ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA., posee una red completa de distribución en todo el país, que la ubican como una de las principales industrias del sector alimenticio.

2.2.3.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA. Es una grande procedente de la China, inmenso y legendario país Oriental, es dueño de una milenaria cultura y poseedor de una de las mejores tradiciones que abarca gran parte del mercado mundial, actualmente exporta a MERCADOS DE LA UNIÓN EUROPEA, NORTE, CENTRO Y SUDAMÉRICA.

2.2.3.4 PRODUCTOS QUE OFERTAN: fideos, harinas, condimentos, leches, snacks, bebidas y otros.

2.2.3.5. ESTRATEGIAS DEL MERCADO: ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA, siempre ha sido llegar al mercado con productos alimenticios de calidad certificada, lanzando mensajes publicitarios incentivando al mercado su lado emocional y sensible, su publicidad enfatiza al sabor y preservar la salud

2.2.3.6. ESTRATEGIAS DE LAS VARIEDADES DE LECHE DE SOYA. Llegan a su segmento nutricional mostrando otra alternativa leche para la familia.

2.2.3.7. POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN: ORIENTAL cuenta con transporte propio de sus productos además por sus 23 años en el mercado ecuatoriano es una marcada posesionada y reconocida por lo tanto para difundir su producto no requiere de mayor esfuerzo .

En todos los países que distribuyen los productos ORIENTAL manejan una estrategia de dividir a las ciudades por áreas para asignar un carro distribuidor del producto de esta de esta manera cobren el mercado en forma ordenada.

2.2.3.8. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

FORTALEZA

- Marca dentro del mercado mundial sus productos y marcas son reconocidos por su calidad, precio y servicio lo que ha posesionado en todos los segmentos sociales y su variedad de presentaciones.

DEBILIDAD

- El apareamiento de la competencia
- Las mismas superen, desarrollar, elaborar y comercialicen productos alimenticios con los mismos estándares de calidad
- No tienen envases en botellas plásticas
- El precio no compite con botellas expendidas en tiendas

2.2.4 ANÁLISIS: MATTISOYA

Soya de varios sabores



2.2.4.1. DIRECCIÓN: Guayaquil – Ecuador. Telfs: 094136792 PORTA 098277715 MOVISTAR

2.2.4.2 TIEMPO QUE LLEVE EN EL MERCADO: LTDA.MATISOYA es una empresa dedicada hace más de 15 años A la venta y distribución Se vende y distribuye Leche de Soya "MATTISOYA" de varios sabores.

2.2.4.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA. Es una empresa pequeña a la vanguardia de sus consumidores.

2.2.4.4. Productos que oferta: leche de soya de sabores: Vainilla, Mora, Coco, Banano, Mango, durazno.

2.2.4.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING: dentro de las estrategias de MATTISOYA es la creación una página web interactiva, consta de muchos colores llamativas con la finalidad de llamar la atención a los que visitan la página. A más de eso cuento con publicidad en los medios de comunicación en Guayaquil

2.2.4.6. POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN: la distribución del producto lo realiza con transporte propio, y ajenos, entregando el producto a locales comerciales, tiendas y entrega a domicilio, que se encuentren en puntos estratégicos en la ciudad de Guayaquil.

2.2.4.7. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

FORTALEZAS

- Es una bebida natural con un precio bajo
- Oferta una alternativa de sabores
- Es un complemento nutricional

DEBILIDADES

- No cuenta con un planta propia
- Falta de publicidad en el mercado
- No se distribuye el producto en otras ciudades
- No tienen campañas agresivas de marketing
- No tienen propaganda volantes
- Carece de difusión en sectores de tiendas pequeñas
- No hay incremento de líneas de productos
- Es una empresa sin organigrama estructural
- Los colores no van acorde identidad corporativa de la empresa

2.2.5 ANÁLISIS MONSOY DE LA LECHE DE ALMENDRAS Y ARROZ

LIQUATS VEGETALS



2.2.5.1 DIRECCIÓN: Liguats Vegetals s.a. Girona, España Tel. +34 93 884 8069

liquats@liquats.com. **MATRIZ:** Ecuador – Quito: Pinta y Amazonas Esquina.

2.2.5.2 TIEMPO QUE LLEVA AL MERCADO. Se fundó hace 22 años desde 1991-2013

2.2.5.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA: Es una empresa grande que procede de España y una matriz en España.

2.2.5.4 PRODUCTOS QUE OFERTAN: Leche de Almendras tradicional

- Leche de Almendras con Fructosa
- Leche de arroz
- Bebidas de soja

2.2.5.5 ESTRATEGIAS DE MARKETING. Liguats Vegetals fue la primera empresa productora de bebidas vegetales en España y actualmente su producto lo distribuye en algunos países de Sudamérica como Ecuador, Cuenta con una página web interactiva en donde oferta sus productos

dando a conocer está que es una empresa especializada en bebidas naturales de soja, avena, arroz y almendras.

2.2.5.6 POLÍTICAS DE PRECIO: promoción, producto, distribución.

- **Distribución:** se distribuye en supermercados grandes del Ecuador

2.2.5.7. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

FORTALEZA

- Es un producto de calidad que ha empezado a posesionarse en el mercado hace 2 años
- Todos los productos son 100% naturales y no contienen ningún tipo de aditivos.
- Liquats Vegetals dispone de la maquinaria más moderna para procesar las materias primas en sus propias instalaciones y, de esta manera, salvaguardar al máximo su calidad

DEBILIDAD

- Falta de publicidad
- En el mercado falta de difusión del producto
- Sobre la empresa y sus productos no hay políticas de precio
- No se distribuye en tiendas de la urbe de la ciudad
- Su precio es muy elevado
- Es un producto importado
- No es un producto de producción nacional

2.3 Análisis de mercado

2.3.1 Sector. Empresa PROLISOYA es una pequeña empresa que se dedica a la actividad alimenticia, mediante la producción y comercialización de sus productos.

2.3.2 Cliente. Este producto tendrán como clientes fundamentales por su volumen de consumo: las tiendas, supermercados, locales de comidas típicas, entre los más importantes.

2.3.3 Consumidor. En la investigación de mercado realizado en la ciudad de Riobamba, se determinó que las personas que consumirían el producto leche de soya son las amas de casa, jóvenes y niños, de las clases económicas medias y bajas.

2.4 Investigación de mercado

Problema

Para la creación de empresas de producción y comercialización de productos agropecuarios en el Ecuador y sobre todo en nuestra provincia, en la mayoría de los casos no se realiza por lo menos un sondeo de mercado, solo se basan en apreciaciones subjetivas, por lo que para la creación de esta empresa se partirá de una investigación de mercado.

2.4.1 Objetivo

Objetivo general del estudio

Investigar el mercado para determinar la aceptación, demanda, competencia de la leche de soya industrializada, para el diseño de estrategias de posicionamiento en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquias urbanas, periodo 2012.

Objetivos específicos

- Determinar la aceptación de la leche de soya en la ciudad de Riobamba.
- Identificar la competencia de los productos de PROLISOYA.
- Investigar posibles precios para los productos.
- Investigar cuales son los principales medios de comunicación utilizados por los segmentos consumidores de la leche de soya.
- Investigar los posibles canales de distribución (puntos de venta) para los productos.

2.4.2 Universo

Es el conjunto de personas, sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. Ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad, se seleccionara un subconjunto al cual se denomina muestra.²

El universo de estudio para la leche de soya es 33073.

2.4.3 Técnica de investigación utilizada

Se utilizó técnica de la encuesta a través de la entrevista personal.

2.4.4 Tamaño de la muestra

Tabla 5

CÁLCULO DE LA MUESTRA DE LA LECHE DE SOYA

PARROQUIAS	POBLACIÓN	% PARTICIPACIÓN	# DE ENCUESTAS
LIZARZABURU	10982	33%	87
MALDONADO	6719	20%	53
VELAZCO	9386	28%	74
VELOZ	5252	16%	42
YARUQUIES	734	3%	9
TOTAL	33073	100%	265

Elaborado Por: Marcelo Cevallos

Fuente: INEC RIOBAMBA

² [http://es.scribd.com./com/doc13260352/Muestra y Universo](http://es.scribd.com./com/doc13260352/Muestra-y-Universo)

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

El significado de los términos anotados anteriormente es:

Z = Margen de confiabilidad

p = Probabilidad de que el evento ocurra 0.5

q = Probabilidad de que el evento no ocurra 0.5

E o e = Error de estimación o error | del 6%

N = Población o universo de estudio, 126858/5= 25372 familias

N+1 = Factor de conversión o finitud.

95% de confianza z = 1.96

$$n = \frac{(1,96)^2 (25372) (0,5) (0,5)}{(0,06)^2 (33073 + 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{31763,3092}{119,0664 + 0,9604}$$

$$n = 265 \text{ encuestas}$$

2.4.5 Método de muestreo

Trabajamos con el método probabilístico estratificado proporcional.

2.5 TABULACIÓN/ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Pregunta 1 ¿Número de personas en su familia que consume regularmente leche en su casa?

Tabla 6

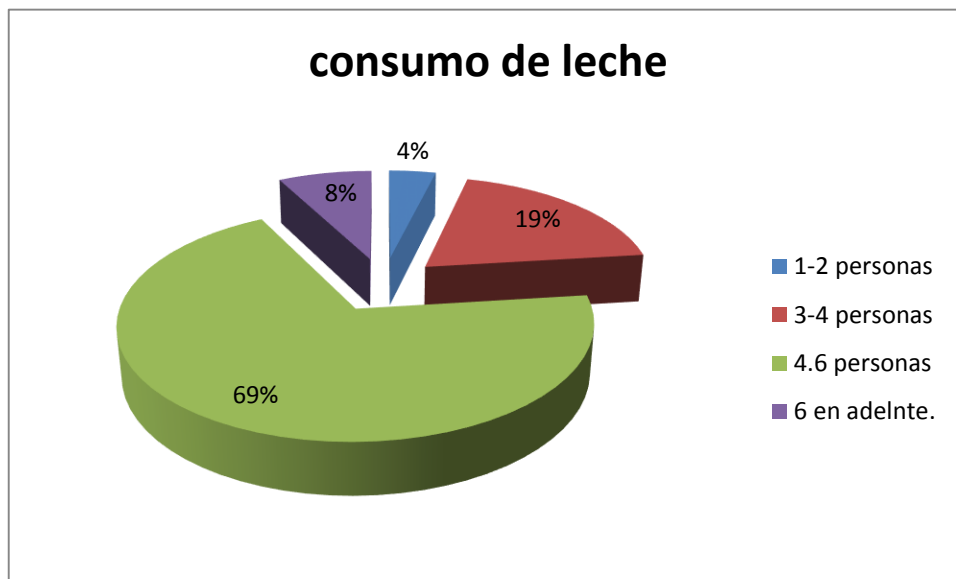
Consumo de leche de vaca

VARIABLE	FA.	FR.
1-2 personas	260	98
3-4 personas		
4.6 personas	5	2
6 en adelante.		
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

Elaborado por Marcelo Cevallos

GRÁFICO 4
Consumo de leche de vaca



EL 69% de los encuestados consumen leche en la familia de 4 a 6 personas, el 19% de 3 a cuatro personas y apenas el 4% consumen 1 a 2 personas.

Pregunta 2 ¿Cómo prefiere consumidor adquirir leche de vaca?

Tabla 7

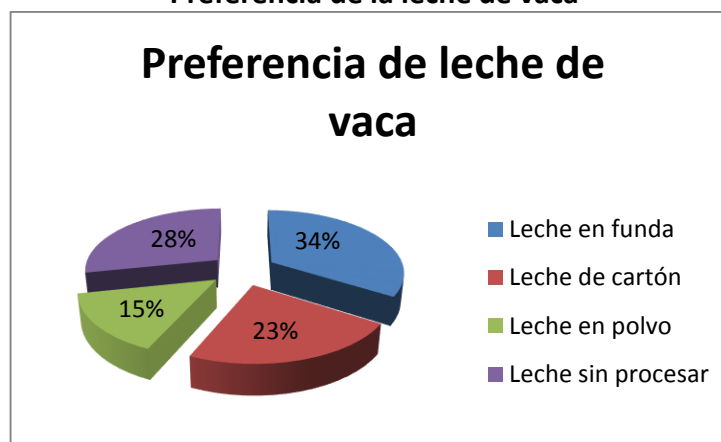
Preferencia de la leche de vaca

VARIABLE	FA	FR
Leche en funda	90	34
Leche de cartón	60	23
Leche en botella plástica	40	15
Leche sin procesar	75	28
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba

GRÁFICO 5

Preferencia de la leche de vaca



De los encuestados prefieren consumir leche de funda lo que representa el 34%, el 28% leche botella plástica, el 23% leche de cartón y el 15% leche en polvo.

PREGUNTA 3 ¿Con que frecuencia consume la leche de vaca?

Tabla 8

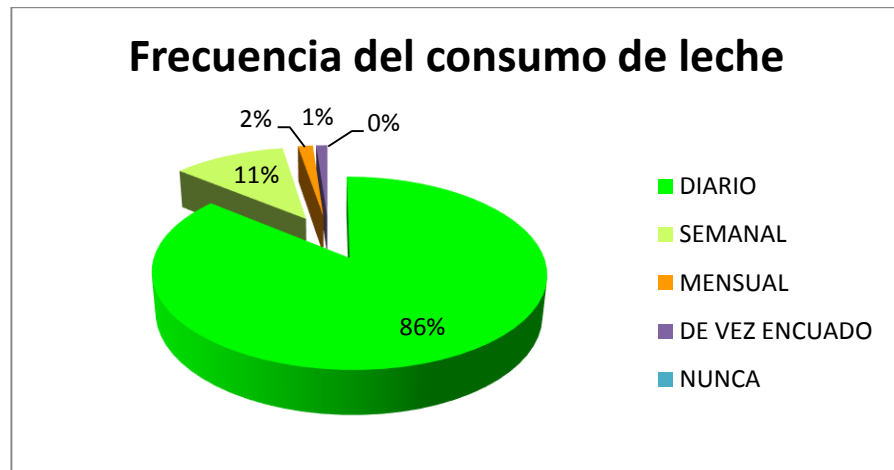
Frecuencia que consume leche

VARIABLE	FA	FR
DIARIO	228	86
SEMANAL	30	11
MENSUAL	4	2
DE VEZ ENCUADO	3	1
NUNCA	0	0
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 6

Frecuencia del consumo de leche



La frecuencia del consumo de leche de vaca de las personas encuestadas nos refleja que en un 86 % toman leche diariamente, el 11% semanal, el 2% mensual y el 0% nunca.

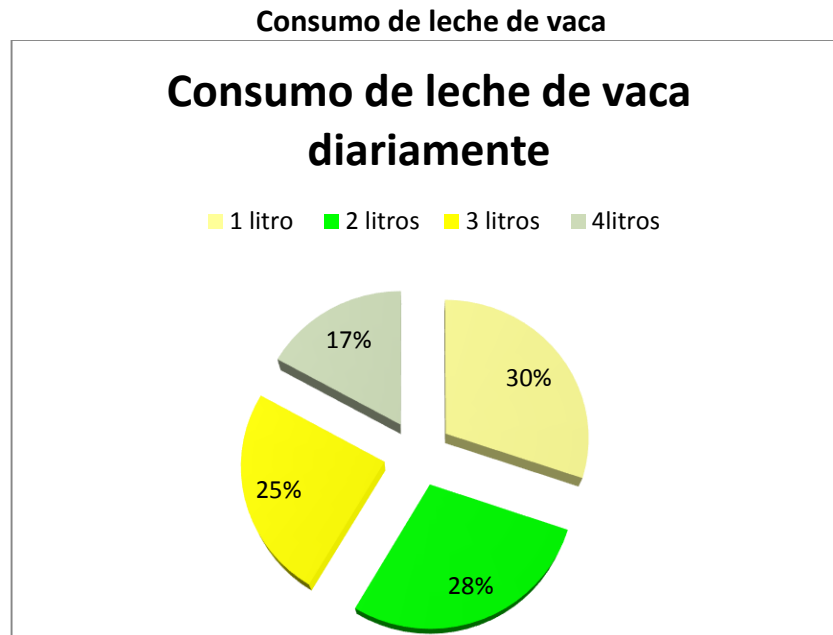
Pregunta 4 ¿Cuántos litros de leche de vaca consume usted diariamente?

Tabla 9

Cuántos litros de leche consume diarios		
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 litro	80	30
2 litros	75	28
3 litros	65	25
4litros	45	17
TOTAL	265	100%

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 7



De las encuestas realizadas tenemos que un 1 litro de leche consumen diariamente representado por el 30%, el 28% dos litros al día, 25% tres litros y 17% cuatro litros.

PREGUNTA 5 ¿Ha probado la leche de soya?

Tabla 10

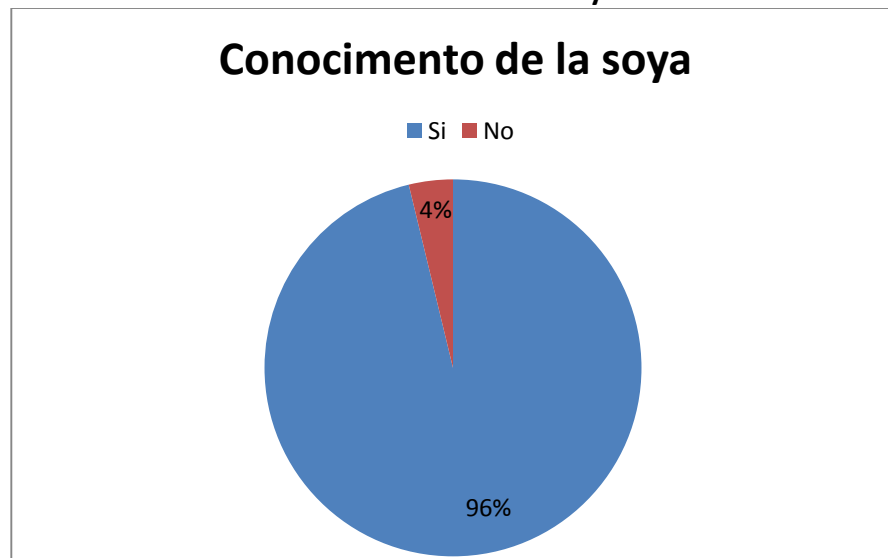
Ha probado leche de soya

VARIABLE	FA.	FR.
Si	255	96
No	10	4
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 8

Conocimiento de la soya



De los encuestados tenemos que el 96% conocen de la soya y el 4% desconocen.

PREGUNTA 6 ¿Qué tipo de derivados de la soya conoce?

Tabla 11

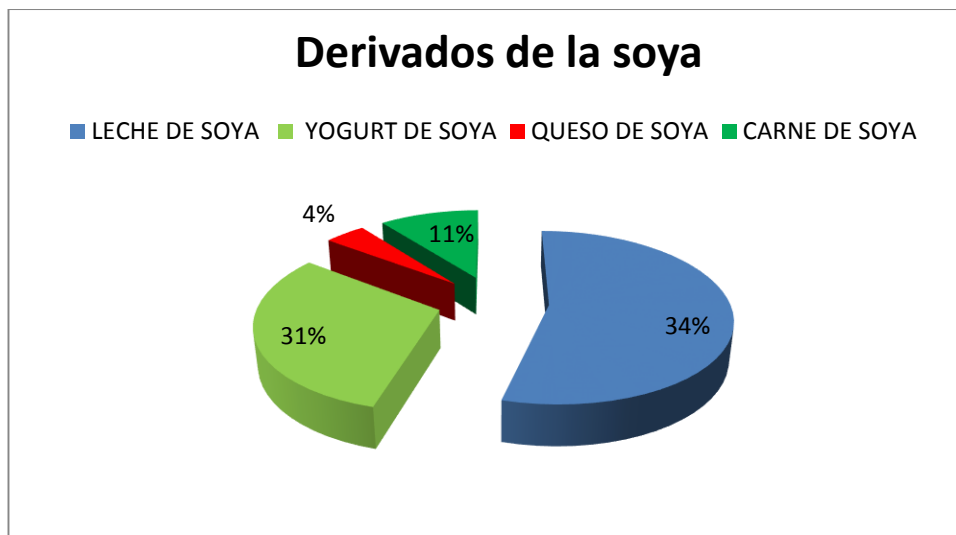
Derivados de la soya

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
LECHE DE SOYA	88	34
YOGURT DE SOYA	50	19
QUESO DE SOYA	7	3
CARNE DE SOYA	17	6
TOTAL	162	100

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 9

Derivados de la soya



Dentro de las personas encuestadas se tiene que el 33% han consumido leche de soya, siendo otra alternativa de la leche de vaca, El 19% han consumido yogurt de soya, el 6% carne de soya, el 3% queso de soya., el 49% no ha consumido ningún derivado de la soya

PREGUNTA 7 ¿Ha consumido usted algún producto derivado de la soya?

Tabla 12

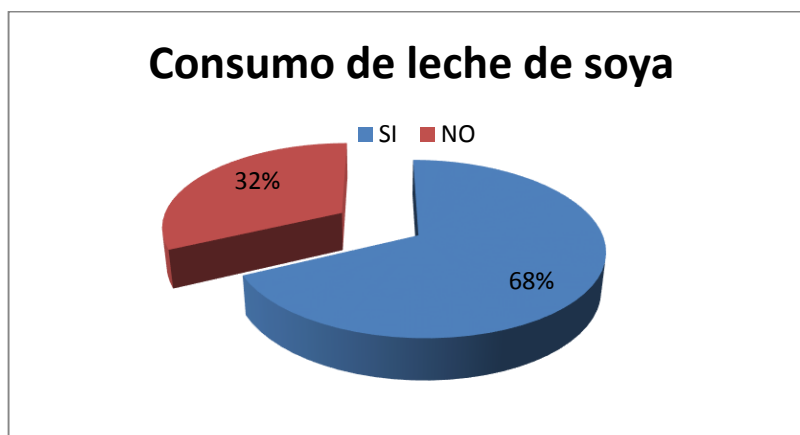
CONSUMO PRODUCTOS DE SOYA

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	180	68
NO	85	32
TOTAL	265	100%

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 10

Consumo de la leche de soya



De las encuestas realizadas tenemos que el 68% si han consumido algún producto derivado de la soya y el 32% no han consumido ningun tipo de productos de soya

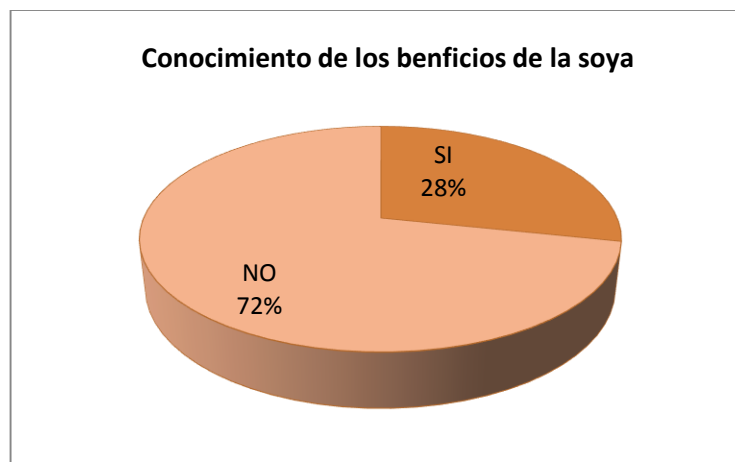
PREGUNTA 8. ¿Conoce usted los beneficios de la soya?

Tabla 13
Beneficios de la soya

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	75	28
NO	190	72
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 11
Contenidos nutricionales de la soya



De las encuestas realizadas el 72% no conocen los beneficios de la soya , mientras que el 28% tienen un conocimiento impreciso de las bondades que brinda la soya.

Pregunta 9 ¿Le gustaría encontrar en el mercado otra leche que no sea la de vaca y que proporcione la misma cantidad de nutrientes? ¿Cuál?

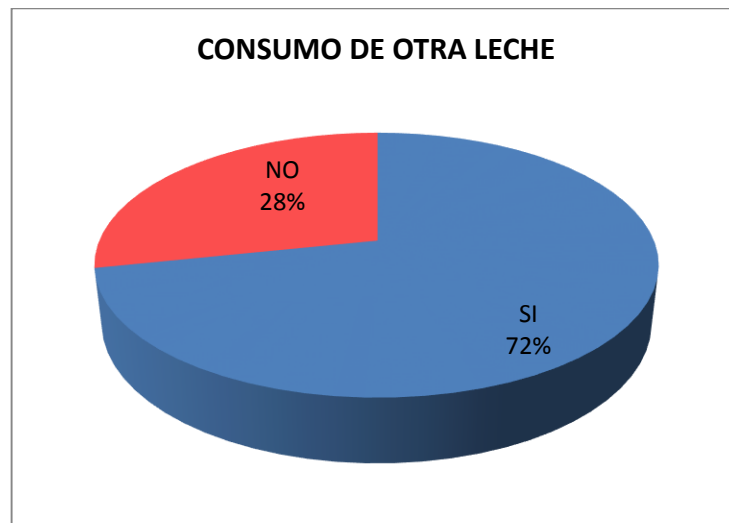
Tabla 14

Le gustaría encontrar en el mercado otra leche

VARIABLE	FA	FR
SI	190	72
NO	75	28
TOTAL	265	100

GRÁFICO 12

Consumo de otra leche



En este gráfico observamos que el 72% de los encuestados les gustaría encontrar en el mercado otro tipo de leche que no sea la de vaca y el 28% no.

¿Cuál?

Tabla 15

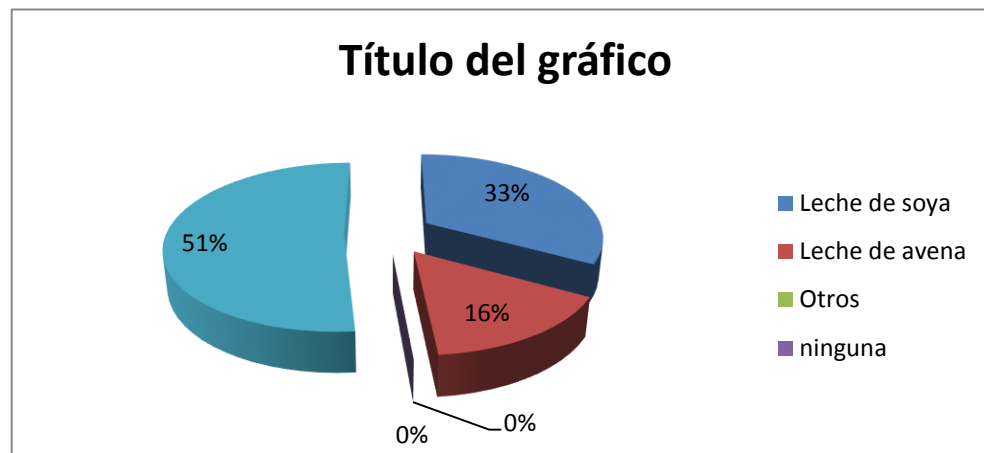
Otra alternativa de la leche de vaca

VARIABLE	FA	FR
Leche de soya	170	51
Leche de avena	80	16
Otros	0	0
ninguna	0	0
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 13

Otra alternativa de leche de soya



De los encuestados que prefieren otra alternativa de leche a más la de vaca, con un porcentaje del 170% la leche de soya lo que representa 51% y el 33% leche de avena

PREGUNTA 10 ¿Usted reemplazaría la leche de vaca por la de soya conociendo que tiene beneficios para la salud?

Tabla 16

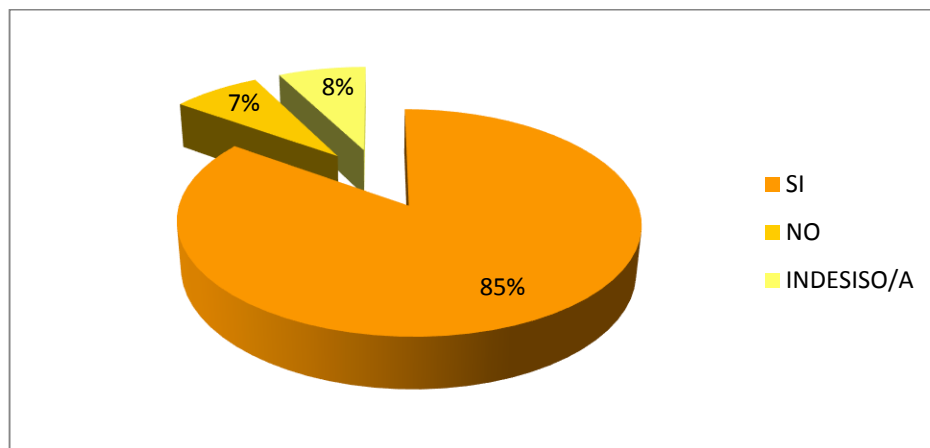
La leche de vaca sustituida por leche de soya

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	225	85
NO	20	7
INDESISO/A	20	8
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 14

La leche de vaca sustituida por leche de soya



En relación a la pregunta sobre si estaría dispuesto a sustituir la leche de vaca por la de soya, de los encuestados el 85% dice estar totalmente de acuerdo el 7% no están de acuerdo y el 8% están indecisos consumir leche de soya.

PREGUNTA 11 ¿Conoce sobre los beneficios de la soya para la salud?

Tabla 17

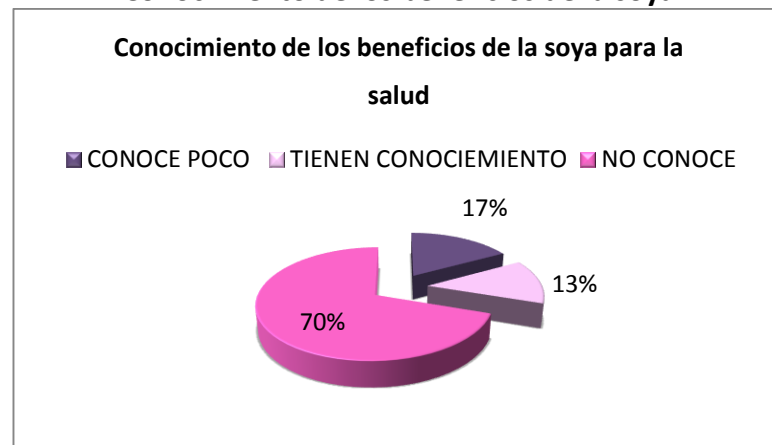
Conocimiento de los beneficios de la soya en la salud

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
CONOCE POCO	45	17
TIENEN CONOCIMIENTO	35	13
NO CONOCE	185	70
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 15

Conocimiento de los beneficios de la soya



En este gráfico observamos que el 70% de los encuestados desconocen los beneficios que tiene la soya para la salud, mientras que el 13% tiene conocimiento y el 17% conoce poco, este conocimiento adquirido por las personas encuestadas ha sido por información de las amistades, vecinos.

¿PREGUNTA 12 ¿En qué presentación le gustaría encontrar a la leche de soya?

Tabla 18

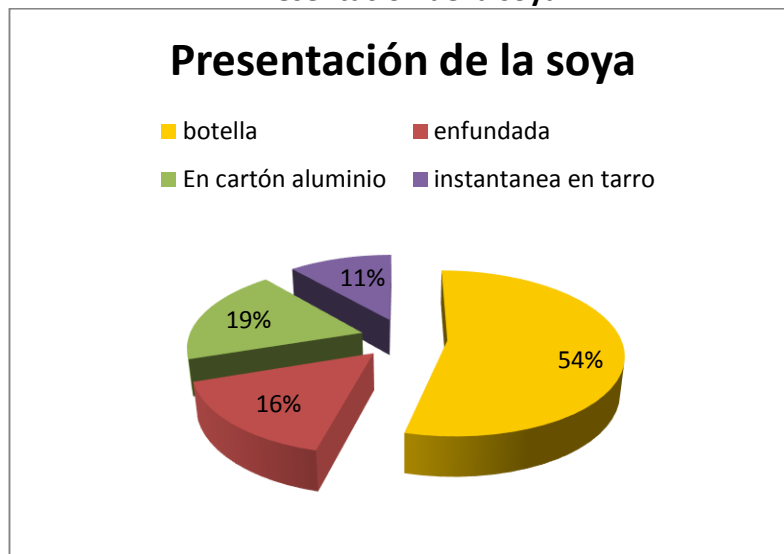
Tipos de envase

VARIABLE	FA.	FR.
Botella	143	54
funda	42	16
En cartón aluminio	50	19
Instantánea en tarro	30	11
TOTAL	265	100%

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 16

Presentación de la soya



De los encuestados sugieren que el tipo de envase ideal para el consumo de este nuevo producto y para mayor accesibilidad en el mercado debería presentarse en botella plásticas lo que representa el 54%, el 19% en cartón de aluminio, el 16% en botella de vidrio y el 11% instantáneo en tarro.

Pregunta13 ¿En algún momento que ha consumido este producto donde lo adquirió?

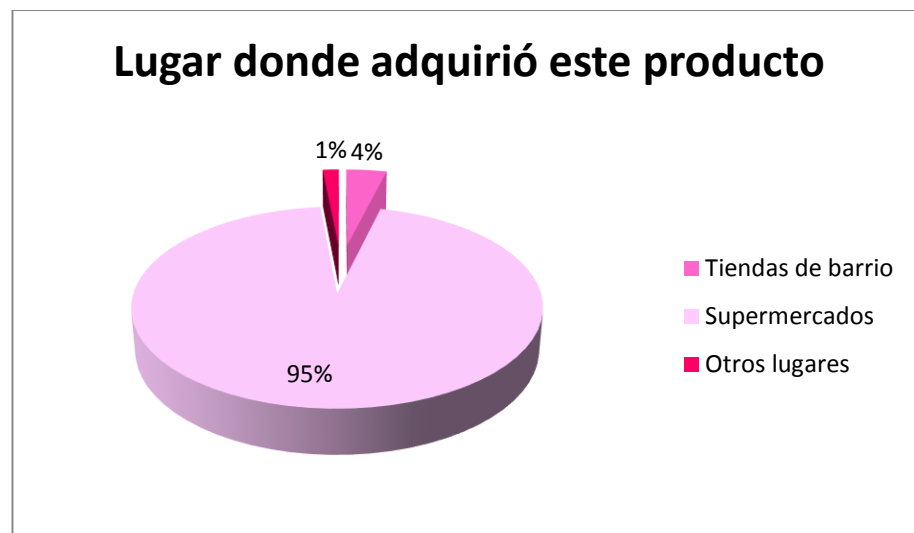
Tabla 19

Donde se adquiere leche de soya

ABLES	VARI	FA.	FR.
Tiendas de barrio		10	4
Supermercados		246	95
Otros lugares		4	1
TOTALES		260	100%

FUENTE: Parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba

GRÁFICO 17



De los encuestados adquieren la leche de soya en los supermercados en un 95%, tiendas 4%, otros lugares 1%

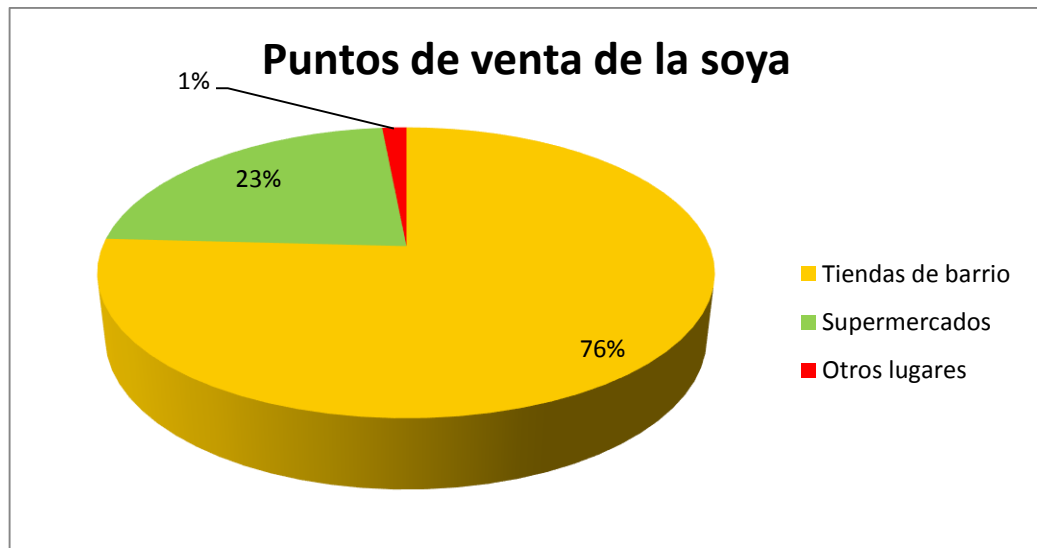
Pregunta 14.- ¿En qué puntos de ventas le gustaría encontrar la leche de soya?

Tabla 20
Puntos de venta

VARIABLES	FA.	FR.
Tiendas de barrio	201	76
Supermercados	60	23
Otros lugares	4	1
TOTALES	265	100%

Fuente: Parroquias urbanas de Riobamba

GRÁFICO 18
Puntos de venta de la soya



De los puntos de venta de la soya tenemos que el 76% desean encontrar este producto en las tiendas del barrio, el 23% en supermercados Y EL 1% en otros lugares.

PREGUNTA 15 ¿Para usted cual sería un precio caro, cómodo y barato de leche de soya, siendo esta parecida a otras de un litro de leche de vaca que se expenden en el mercado

Tabla 21

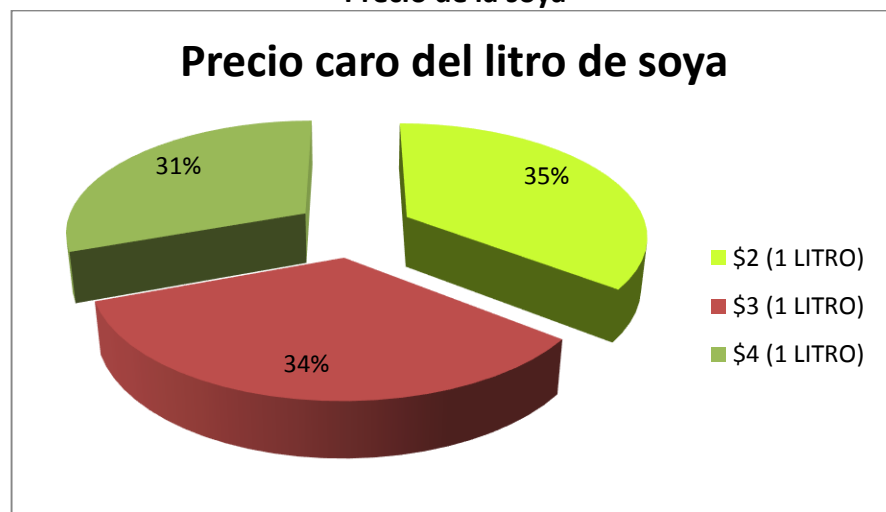
Precio caro

VARIABLE	FA	FR
\$2 (1LITRO)	94	35
\$3 (1LITRO)	90	34
\$4 (1LITRO)	81	31
TOTAL	265	100

FUENTE: Cantón Riobamba

GRÁFICO 19

Precio de la soya



Dentro de los encuestados considera como precio caro 2 dólares que representa el 45%, el 33% tres dólares y el 22% cuatro dólares.

Tabla 22

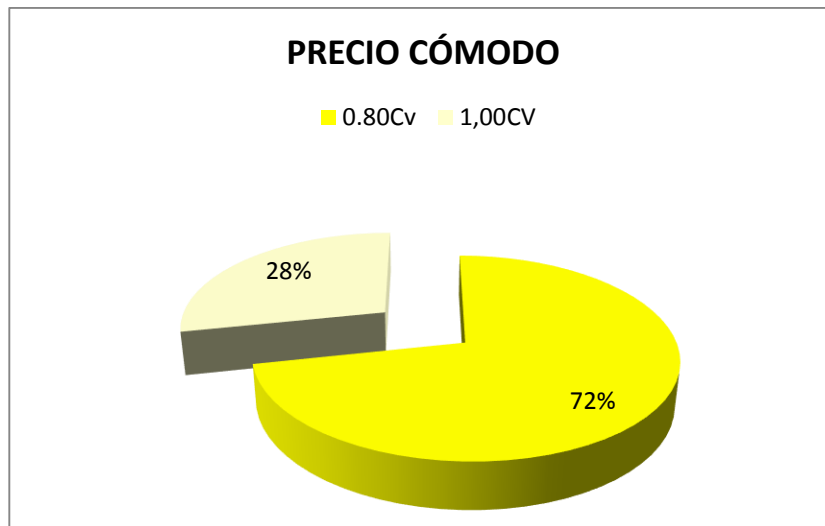
Precio cómodo del litro de soya

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
0.80Cv	190	72
1,00CV	75	28
TOTAL	265	100%

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba

GRÁFICO 20

Precio cómodo



Dentro de los encuestados los precios cómodos para el litro de soya y para el alcance del consumidor tenemos que el 72% representa a 0.80 centavos, y el 28% un dólar.

PREGUNTA 16 ¿Cuántas botellas de leche de soya consumiría usted a la semana?

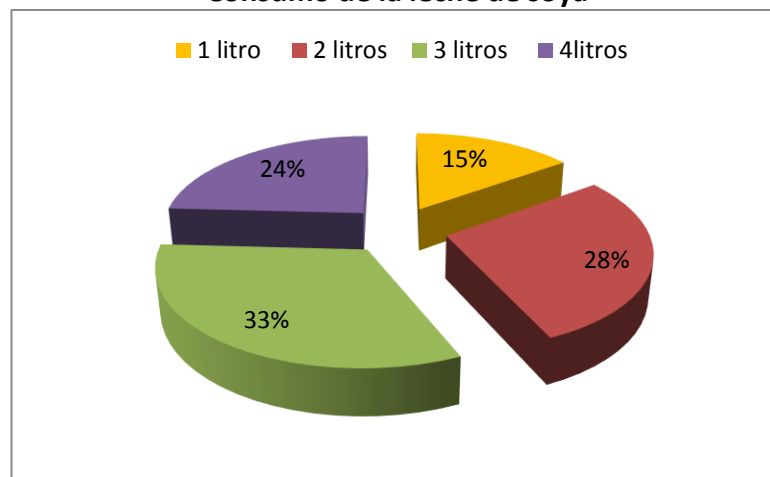
Tabla 23
Consumo de soya a la semana

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 litro	40	15
2 litros	75	28
3 litros	86	33
4litros	64	24
TOTAL	265	100%

Fuente. Parroquias urbanas del Catón Riobamba

GRÁFICO 21

Consumo de la leche de soya



El consumo semanal de leche de soya en la población encuestada tenemos el 33% que corresponde a 3 litros, consumirían a la semana por su alto contenido nutricional, el 28% dos litros por semana, el 24% cuatro litros y el 15% un litro a la semana.

PREGUNTA 17 ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre la oferta de productos y servicios que se expenden en la ciudad? Especifique nombre, y horario.

Tabla 24
Prensa escrita

VARIABLE	FA.	FR.
PRENSA ESCRITA		
LOS ANDES	85	32
LA PRENSA	180	68
TOTAL	265	100

FUENTE: parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 22
Publicidad prensa escrita



Según las encuestas realizadas nos refleja que la prensa escrita más utilizada es el diario la prensa con un porcentaje del 68% y el 32% el diario los andes

Tabla 25

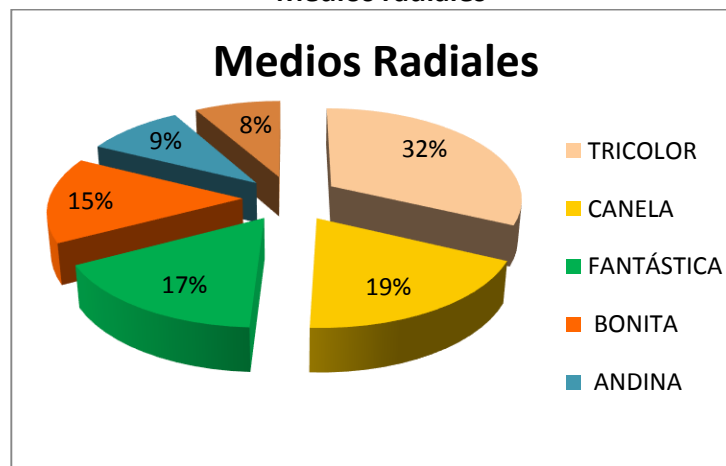
Medios radiales

VARIABLE	FA.	FR.
PRENSA RADIAL		
TRICOLOR	85	32
CANELA	50	19
FANTÁSTICA	44	17
BONITA	40	15
ANDINA	25	9
RADIO FONICAS	22	8
TOTAL	265	100%

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba

GRÁFICO 23

Medios radiales



Dentro de los medios de comunicación (radio) la emisora más escuchada es la emisora tricolor con el 32%, la radio canela el 19%, fantástica 17% la bonita 15%, andina 9% y el 8% radio fónica popular.

Tabla 26

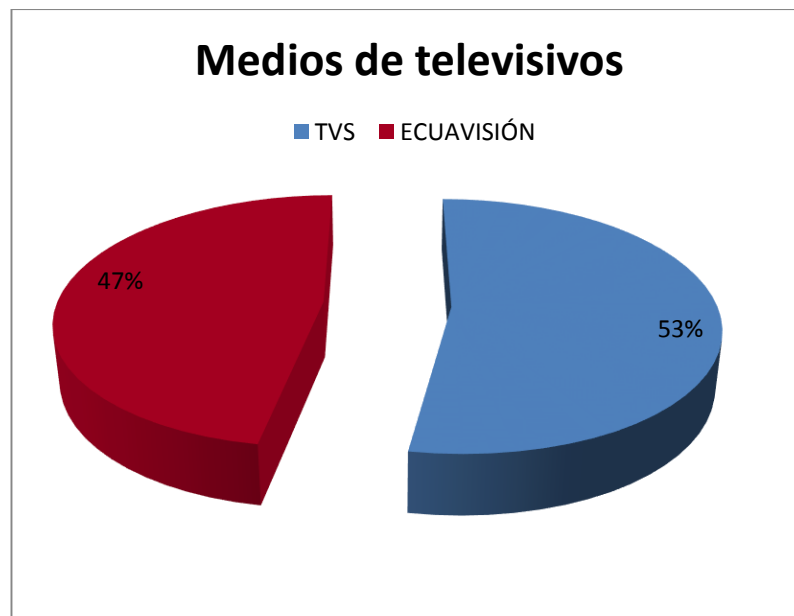
Medios televisivos

VARIABLE	FA.	FR.
PRENSA TELEVISIVA		
TVS	190	53
ECUAVISIÓN	170	47
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba

GRÁFICO 24

Medios Televisivos



De los encuestados tenemos que TVS es en canal más visto por los encuestados con un porcentaje del 53% convirtiéndose en un punto estratégico para realizar publicidades en medios de comunicación. Y el 47% Ecuavisión.

PREGUNTA 18 ¿Conoce alguna empresa que comercialice este producto?

Tabla 27

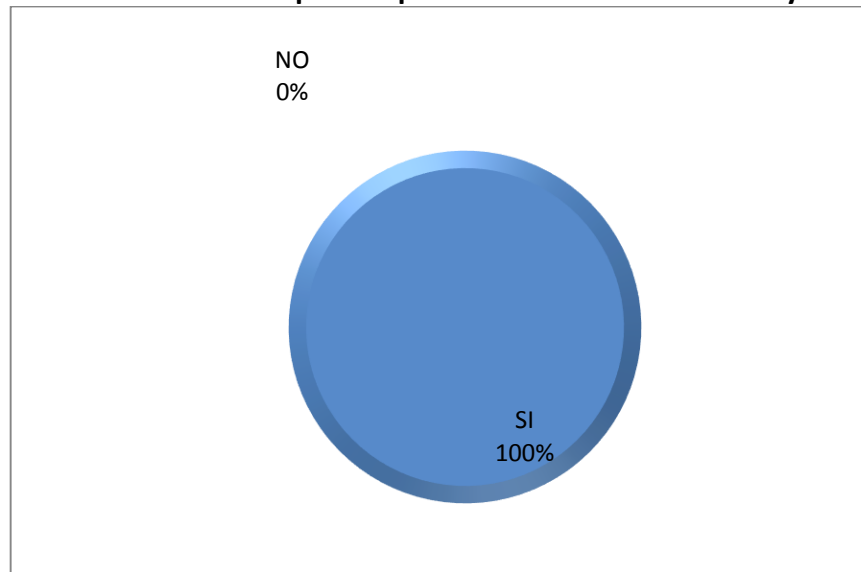
Conocimiento de empresas que comercialicen leche de soya

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	265	100
NO	0	0
TOTAL	265	100

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 25

Conocimiento de las empresas que comercializan leche de soya



De los encuestados tenemos que el 100% de las personas no tiene el conocimiento de alguna empresa que comercialice la soya.

PREGUNTA 19. Qué producto de refresco saludable consume usted? ¿Por qué?

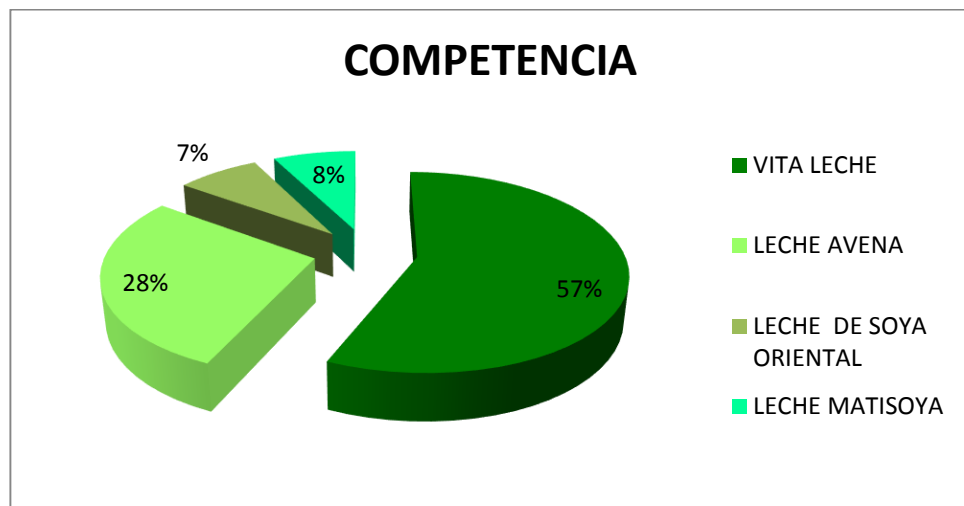
Tabla 28

COMPETENCIA

VARIABLE	FA	FR
VITA LECHE	150	
LECHE AVENA	75	
LECHE DE SOYA ORIENTAL	20	
LECHE MATISOYA	20	
TOTAL	265	

FUENTE: Parroquias urbanas de Riobamba.

GRÁFICO 26



La población encuestada prefieren bebidas de marcas reconocidas debido a que llevan tiempo en el mercado y son conocedores de gustos y preferencias de su público

2.6 Análisis de la demanda

Según datos oficiales del INEC del censo del 2010, la ciudad, entendida como área urbana del cantón de Riobamba, tiene 225.741 habitantes con una tasa de crecimiento anual de 1.89%.

Las siguientes proyecciones están fundamentadas por la fórmula para extrapolar exponencialmente:³ $VF = VA (1 + i)^{n4}$

VF: Valor final

VA: Valor actual

I: tasa de crecimiento

2.6.1 Análisis de la demanda de la leche de soya. Para realizar el análisis de la demanda se utilizaron los datos obtenidos de la responsable indagación personalizadas y corroborada por fuentes de información secundaria que indican que el 92% de este mercado, está dispuesta en agregar a su dieta refrescante este tipo de bebidas y prefieren presentaciones de 1 lt.

Tabla 29

Mercado objetivo

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	MERCADO META (92% PT)	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 l diarios)
2012	126858	116709	116709

Fuente: INEC Riobamba⁴

2.6.1.1 Proyección de la demanda. Analiza el comportamiento de la DEMANDA que el producto pueda tener en el tiempo, para ello se supone que los factores que condicionaron el consumo del bien actuarán de igual manera en el futuro.

$$VF = VA (1 + i)^{n4}$$

³ Caldas Molina Marco, preparación y Evaluación de proyectos

⁴ Fuente encuesta (pregunta 12)

$$P2011 = H6709$$

$$P2012 = 116709(1 + 0,0189)^1 = 118914,80$$

$$P2013 = 116709 (1 + 0,0189)^2 = 121162,29$$

$$P2014 = 116709 (1 + 0,0189)^3 = 123452,26$$

$$P2015 = 116709 (1 + 0,0189)^4 = 125785, 50$$

$$P2016 = 116709 (1 + 0,0189)^5 = 128162,85$$

$$P2017 = 116709 (1 + 0,0189)^5 = 130585,13$$

$$P2018 = 116709 (1 + 0,0189)^7 = 133053,10$$

Tabla 30

Consumo de 1 litro

Años	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 Diarios)
2011	116709
2012	118914,80
2013	121162,29
2014	123452,26
2015	125785,50
2016	128162,85
2017	130585,13
2018	133053,10

Fuente: Investigación de mercados.

2.6.2 Análisis de la demanda de la leche de soya. Para realizar el análisis de la demanda, se utilizaron los datos obtenidos de la responsable indagación personalizada y corroborado por

⁵ Caldas Molina Marco, preparación y Evaluación de proyectos

fuentes de información secundaria que indican que el 100% de este mercado, está dispuesta/o en agregar a su dieta PROLISOYA este tipo de leche y prefieren presentaciones de 1litro.

Tabla 31

Mercado objetivo

AÑO	POBLACION TOTAL	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 / diarios)
2011	33073	33073

Fuente: Investigación de mercados.

2.6.2.1 Proyección de la demanda. Analiza el comportamiento de la DEMANDA que el producto pueda tener en el tiempo, para ello se supone que los factores que condicionaron el consumo del bien actuarán de igual manera en el futuro.

$$VF = VA (1 + i)^{n4}$$

$$P2011 = 33073$$

$$P2012 = 33073(1 + 0,0189)^2 = 33698,08$$

$$P2013 = 33073(1 + 0,0189)^3 = 34334,98$$

$$P2014 = 33073(1 + 0,0189)^4 = 34983,90$$

$$P2015 = 33073(1 + 0,0189)^5 = 35645,10$$

$$P2016 = 33073(1 + 0,0189)^6 = 36318,80$$

$$P2017 = 33073(1 + 0,0189)^7 = 37005,22$$

$$P2018 = 33073(1 + 0,0189)^8 = 37704,62$$

Fuente: Encuesta (pregunta número 12)

⁶ Caldas Molina Marco, preparación y Evaluación de proyecto

Tabla 32

Consumo de 1 litro de leche de soya

ANOS	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 / <i>diarios</i>)
2011	33073
2012	33698,08
2013	34334,98
2014	34983,90
2015	35645,10
2016	36318,80
2017	37005,22
2018	37704,62

Fuente: Investigación de mercados

2.7 Análisis de la oferta

2.7.1 Análisis de la oferta de la leche de soya. Para realizar el análisis de la oferta, se utilizaron los datos obtenidos de la responsable indagación personalizada⁷ y corroborado por fuentes de información secundaria que indican que el 75% de la población Riobambeña, consume este tipo de bebidas.

Tabla 33

MERCADO OBJETIVO

AÑO	POBLACION TOTAL	MERCADO (75% PT)	META CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 / <i>diarios</i>)
2011	126858	95144	95144

Fuente: Investigación de mercados

⁷ Fuente: Encuesta (pregunta número 12)

2.7.1.1 Proyección de la OFERTA. Analiza el comportamiento de la oferta que el producto pueda tener en el tiempo, para ello se supone que los factores que condicionaron el consumo del bien actuarán de igual manera en el futuro.

$$VF = VA (1 + i)^{n4}$$

$$P2011 = 95144$$

$$P2012 = 95144(1 + 0,0189)^1 = 96942,22$$

$$P2013 = 95144 (1 + 0,0189)^2 = 98774,43$$

$$P2014 = 95144 (1 + 0,0189)^3 = 100641,27$$

$$P2015 = 95144 (1 + 0,0189)^4 = 102543,39$$

$$P2016 = 95144 (1 + 0,0189)^5 = 104481,46$$

$$P2017 = 95144 (1 + 0,0189)^6 = 106456,16$$

$$P2018 = 95144 (1 + 0,0189)^7 = 108468,17$$

Tabla 34

Consumo 1 litro

ANOS	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 l / diarios)⁸
2011	95144
2012	96942,22
2013	98774,43
2014	100641,27
2015	102543,39
2016	104481,46
2017	106456,16
2018	108468,17

Fuente: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

⁸ Caldas Molina Marco, preparación y Evaluación de proyectos

2.7.2 Análisis de la oferta de la leche de soya.

Para realizar el análisis de la demanda, se utilizaron los datos obtenidos de la responsable indagación personalizada y corroborado por fuentes de información secundaria que indican que el 81 % de este mercado, consume este tipo de leche y prefieren presentaciones de 1l.

Tabla 35
Mercado objetivo

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	MERCADO META (81% PT)	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE <i>(diarios)</i>)
2011	33073	26789	26789

Fuente: Investigación de mercados

2.7.1.2 Proyección de la OFERTA. Analiza el comportamiento de la OFERTA que el producto pueda tener en el tiempo, para ello se supone que los factores que condicionaron el consumo del bien actuarán de igual manera en el futuro⁹.

$$VF = VA (1 + i)^{n410}$$

$$P2011 = 26789$$

$$P2012 = 26789(1 + 0,0189)^1 = 27292,31$$

$$P2013 = 26789 (1 + 0,0189)^2 = 27811,19$$

$$P2014 = 26789 (1 + 0,0189)^3 = 28336,83$$

$$P2015 = 26789 (1 + 0,0189)^4 = 28872,39$$

$$P2016 = 26789 (1 + 0,0189)^5 = 29418,08$$

$$P2017 = 26789 (1 + 0,0189)^6 = 29418,08$$

$$P2018 = 26789 (1 + 0,0189)^7 = 30540,59$$

⁹ Caldas Molina Marco, preparación y Evaluación de proyectos

¹⁰ Fuente: Encuesta (pregunta número 12)

Tabla 36**CONSUMO DE 1 LITRO**

ANOS	CONSUMO (DOSIFICACIONES DE 1 LITRO diarios)
2011	26789
2012	27295,31
2013	27811,19
2014	28336,83
2015	28872,39
2016	29418,08
2017	29974,08
2018	30540,59

2.8 Determinación de la demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre lo cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se realizó el cálculo. Para el cálculo de la demanda insatisfecha se procede a realizar a partir de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 37**Demanda Insatisfecha de la leche de soya**

ANOS	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA (DIARIA)	DEMANDA INSATISFECHA (ANUAL)
2011	26789	33073	-6284	-2293660
2012	27295,31	33698,08	-64026,77	-23369771
2013	27811,19	34334,98	-6523,79	2381183
2014	28336,83	34983,90	-6647,07	2426181
2015	28872,39	35645,10	-6772,71	2472039

2016	29418,08	36318,80	-6900,72	2518763
2017	29974,08	37005,22	-7031,14	2566366
2018	30540,59	37704,62	-7164,03	2614871

Fuente: Investigación de mercados

En los cuadros anteriores se estableció un análisis entre la oferta proyectada y demanda proyectada de leches, en los cuales se determinaron DEMANDA INSATISFECHA debido a que las respuestas son negativas, por consiguiente justificamos la realización de este proyecto, la demanda insatisfecha nos indica además que es un proyecto VIABLE

2.9 Análisis FODA

Determinaremos los factores estratégicos que nos permitirá plantear estrategias, sea para mejorar nuestras fortalezas, eliminar las debilidades, contrarrestar o controlar las amenazas y aprovechar las oportunidades del mercado.

FACTORES	LISTA DE FORTALEZAS	LISTA DE DEBILIDADES
INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • El alto nivel nutritivo del producto en combinación con su bajo nivel de grasa, hace que la sustitución con otro tipo de leche como la leche de vaca sea cada vez mayor. • El producto contará con su respectivo Plan de Marketing, con el fin de hacerse conocer y ganar cada vez más, acogida en el mercado. • Ecuador es uno de los países en donde los sembríos de soya para 	<ul style="list-style-type: none"> • Este producto al ser relativamente nuevo, existe la posibilidad de que aunque se ha realizado un estudio previo, este bien no sea acogido favorablemente en el mercado propuesto. • Posibilidad de que el mayor productor local realice una estrategia de marketing, desplazando de esta forma nuestra posible participación en el mercado. • No disponer de espacios

<p>EXTERNOS</p>	<p>elaborar la leche son suficientes para abastecernos todo el año y tener una producción constante y sostenible en el tiempo.</p> <p>Los costos por materia prima de soya son relativamente bajos, pues no solo por la producción local sino también por la constante importación de este producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En este proyecto no se necesita de operarios calificados mayoritariamente, por lo que el costo de mano de obra es reducido. 	<p>iguales con respecto a la competencia en los locales donde se expenda nuestro producto.</p>
<p>LISTA DE OPORTUNIDADES</p>	<p>Fuente: Macro y Micro Entorno PROLISOYA</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • En la actualidad, el número de personas que están interesadas en mejorar su estilo de alimentación está en crecimiento. • La leche soya producida localmente es un producto relativamente nuevo, por lo que el mercado no está saturado. • Posibilidad de incrementar la participación de mercado a corto plazo debido al aumento de sabores preferidos por los consumidores de Riobamba. 		

2.9.1 Valoración FODA

Tabla 38

FODA

EXTERNO	INTERNO	FORTALEZAS							DEBILIDADES				SUMA	PROM
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	D1	D2	D3	D4		
OPORTUNIDADES	01	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	6,875
	02	5	5	5	5	5	0	5	5	5	0	5	45	5,625
	03	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3	49	6,125
	04	1	5	1	5	5	0	1	5	5	5	3	36	4,5
	05	5	5	3	5	5	1	5	5	5	1	1	41	5,125
AMENAZAS	A1	3	5	1	3	3	0	5	5	5	1	3	34	4,25
	A2	5	5	3	1	3	0	5	5	5	1	3	36	4,5
	A3	5	5	5	5	3	0	0	0	3	5	1	32	4
	A4	5	5	5	3	1	0	0	0	0	0	0	19	2,375
SUMA		39	45	33	37	35	7	31	35	38	23	24		
PROMEDIO		3,9	4,5	3,3	3,7	3,5	0,7	3,1	3,5	3,8	2,3	2,4		

Fuente: Investigación de mercados

2.9.2 Hallazgo

- En los momentos actuales el Ecuador tienen un crecimiento económico, tal como lo demuestran los indicadores, como el PIB, renta per capita, Disminución de la tasa de desempleo, incremento de la PEA, mismos que le dan un mayor poder adquisitivo y por ende de consumo.
- Existen leyes e instituciones de gobierno que impulsan la creación de empresas de PRODUCCIÓN social colectivas.
- Existe estabilidad política y económica en el país. Lo cual concibe un escenario favorable para la empresa PROLISOYA.
- La leche de soya es una leche natural en Riobamba, es por ello que tendrá una buena aceptación. Ya que es mucho más fácil poder degustar de esta bebida con tan solo comprarla en alguna tienda o supermercado.
- PROLISOYA cuenta con tecnología de punta, esto ayudará a que la producción sea más rápida.
- La empresa no cuenta con transporte propio, esto afectará en la distribución del producto, a más de ello significará un costo adicional porque se deberá recurrir al alquiler de vehículos para el transporte de los productos.
- La empresa cuenta con una alianza estratégica con productoras de soya para que las mismas suministren con la materia prima a la empresa.
- En el mercado ecuatoriano de mano de obra especializada en producción industrial de la leche es muy limitado.
- A futuro dependiendo de la aceptación de los productos: leche de soya, se planifica diversificar los productos con el lanzamiento de un nuevo producto leche de soya.

2.10 Plan de mercadeo

Posicionar los productos (Leche de soya) de PROLISOYA en la ciudad de Riobamba.

Estrategias.1 Las estrategias son los métodos que se utilizarán para alcanzar una participación en el mercado.

A continuación se plantearan las estrategias de marketing:

2.10.1 Estrategias de producto

2.10.1.1 Estrategia 1. Diferenciación del producto diseño del envase Objetivo.-Diseñar un envase que se diferencie de otras leches. Diseño:

FIGURA 1
Diseño de envase



Actividad: Se planteará un diseño propio, original para los productos, teniendo en cuenta que se debe plantear el diseño adecuado y el material idóneo para las leche, se trabajará con material vistoso para que se pueda observar el producto, teniendo presente que ambas bebidas tendrán colores naturales.

La presentación para leche de soya será en envase de plástico por las siguientes razones:
Mantendrá el producto en óptimas condiciones.

- No pierde material ni propiedades posibilitando un importante ahorro de energía con relación a la producción

La presentación para la leche de soya será en envase de plástico (no retornable) por las siguientes razones:

- Fácil transportación
- Bajos costos

2.10.1.2 Estrategias 2. Diferenciación del producto: Diseño de etiqueta Objetivo:- diseñar etiquetas idóneas para la leche de soya:

FIGURA 2
Diseño de etiqueta



Actividad: se diseñarán etiquetas que diferencien a los productos de las otras leches, trabajando así con colores vivos y llamativos a simple vista de los consumidores, estará presente una imagen como símbolo de la leche. Se manejará una tipografía fácil de leer a simple vista, la cual también contará con el nombre de la marca y del producto en sí. Las etiquetas para la leche serán llamativas.

2.10.2 Estrategias de precio

2.10.2.1 Estrategia 1. Precio para el público

Objetivo: Proponer un precio accesible para ventas al público de la leche de soya.

Diseño:

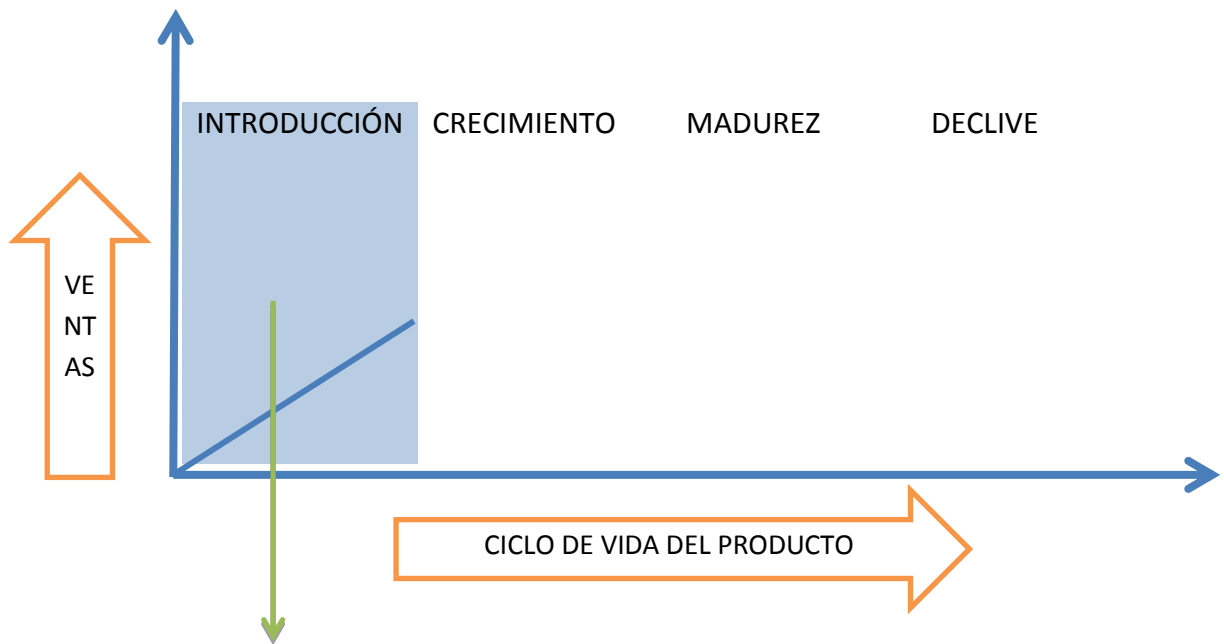
Los precios establecidos para el público será de:

- \$1 el litro de leche de soya.
- \$0.50 ½ litro de leche de soya.

Tomando en cuenta que el costo de producción para la leche de soya es de \$0.59 el litro (1000ml), obteniendo un margen de utilidad de 41%

Actividad.- En estos momentos PROLISOYA se encuentra en una etapa de introducción referente al ciclo de vida del producto, es por ello que se recomienda trabajar con la estrategia de penetración:

FIGURA 3
Ciclo del producto



Estrategia de penetración:

Al trabajar con una estrategia de penetración en PROLISOYA se fija un precio inicial bajo para que de ese modo se pueda lograr una rápida penetración de mercado, una rápida acogida, o para hacerlo rápidamente conocido. Una vez que se tenga una buena demanda, es posible ir aumentando los precios. Se debe usar esta estrategia siempre y cuando se cuente con un gran mercado objetivo, y que los costos puedan disminuir a medida que aumente el volumen de ventas.

Fijar un precio bajo en concepto de penetración del mercado consiste que cuando un nuevo producto sale al mercado sale con un precio muy bajo este con el objetivo de atraer muchos clientes y de igual forma ganar mayor participación en el mercado.

Condiciones:

1. El mercado debe de ser muy sensible al precio de modo que un precio bajo produzca un mayor crecimiento del mercado. Es decir que atraiga a más personas que compren el producto porque les atrae lo económico del precio.
2. Los costos de producción y distribución deben bajar a medida que aumente el volumen de ventas.
3. El precio bajo deben ayudar a excluir a los competidores y el que usa la estrategia de penetración debe mantener su posición de precios bajos.

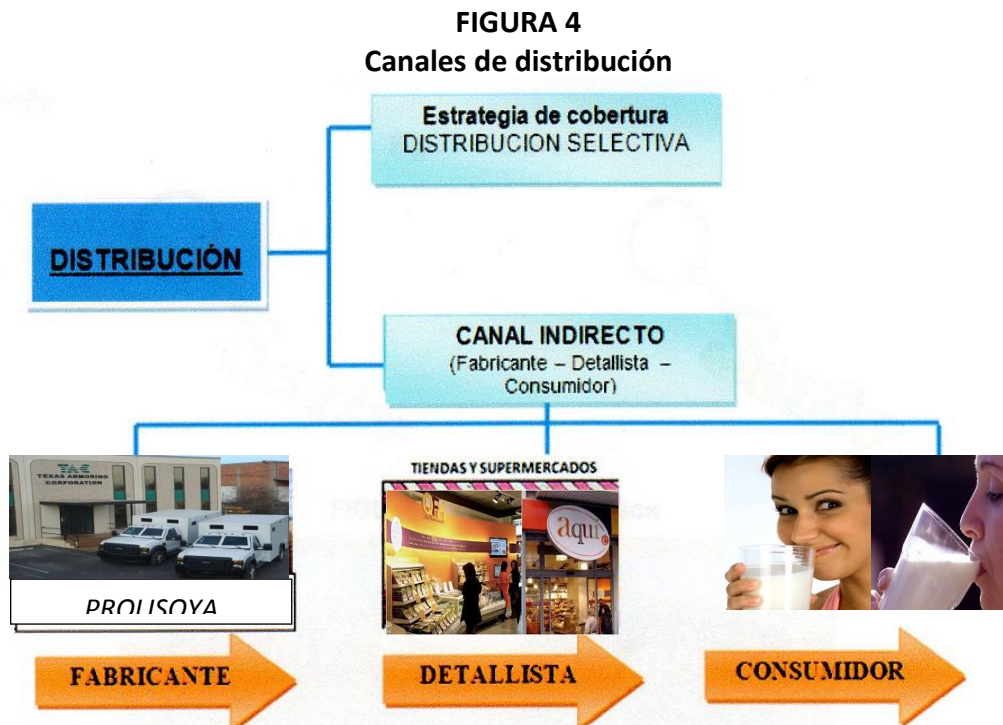
2.10.3 Estrategias de plaza

2.10.3.1 Estrategia

1. Canales de distribución para publicidad

Objetivo.- Plantear el canal de distribución más idóneo para PROLISOYA

Actividad:



PROLISOYA trabajará con una estrategia de distribución selectiva, ya que ubicará sus productos solamente en puntos de ventas que sean convenientes para leche de soya. Mediante la investigación de mercados realizada en las cinco (5) parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba, los encuestados prefieren encontrar ambas leches en puestos de comidas típicas, tiendas de barrio y supermercados. Es por ello que se aplicara este tipo de estrategia para que así se coloque el producto en el lugar apropiado y al alcance de los consumidores. Se utilizará un canal de distribución detallista, este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (tiendas de barrio, supermercados, puestos de comidas típicas).

En estos casos, el productor o fabricante (PROLISOYA) hará llegar el producto a las tiendas (detallistas) para que los mismos lo vendan al consumidor final.

2.10.4 Estrategias de promoción. PROLISOYA da una especial relevancia a la promoción de ventas tomando en cuenta que es una efectiva manera de introducirse y diferenciarse en el mercado o, en muchos casos conseguir un cliente de la competencia.

2.10.4.1 Estrategia Obsequiar regalos por la compra de leche de soya.

Objetivo.-Presentar las promociones más adecuadas para el lanzamiento de la leche de soya:



FIGURA 5
Llaveros

FIGURA 6
Diseño de vasos



Actividad PROLISOYA pondrá en práctica promoción In-Pack que consiste en incluir un regalo en el paquete o producto a consumirse, en este caso se encontrará en la percha de las tiendas y supermercados six pack de 1,000ml adherido un vaso como regalo por la compra de funda de leche de soya.

Y por los six pack de botellas de 500ml se obsequiará un llavero con el nombre de la marca, para que así esta estrategia ayude al posicionamiento.

Cabe recalcar que esta promoción In-Pack se lo realizara solo por introducción de los productos, ya que si se alarga dicha promoción esto pasaría a formar parte de gastos por lo que la empresa en totalmente nueva y no cuenta con un capital grande. La estrategia se la lanza en si para que llame la atención del mercado, ya que en estos nuevos productos se encontrara una leche natural y un obsequio por consumirla.

2.10.5 Estrategias de comunicación

2.10.5.1 Estrategia 1. Crear manual de identidad

Objetivo.- Proponer un manual de identidad para PROLISOYA Diseño:

FIGURA 7
Identidad



Actividad: El manual de identidad corporativa de PROLISOYA es un documento en el que se diseñará las líneas maestras de la imagen de PROLISOYA. En él, se definirá las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de PROLISOYA, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

El manual describirá los signos gráficos escogidos por PROLISOYA para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explicará su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se mostrará también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas.

2.10.5.2 Estrategia 2. Diseño de un stand para ferias

Objetivo.- Diseñar un stand para ventas para los eventos que tendrá a futuro PROLISOYA

Diseño:

FIGURA 8
Diseño stand



Actividad: Con este tipo de estrategias se difundirá el producto atrayendo nuevos consumidores y empresarios interesados en los productos, expandiendo así el mercado. La idea de crear un modelo de stand para ferias y para montar un escenario para muestras gratis se lo realizó con el afán de proyectar una imagen seria y de buen gusto. Con el mismo stand se piensa trabajar en ferias y en supermercados cuando se realicen degustaciones.

2.10.5.3 Estrategia 3.Elementos para degustación.

Objetivo.- Plantear elementos creativos para el momento de degustación.

Actividad: PROLISOYA proveerá muestras gratis ya que esta técnica es especialmente útil para nuevos productos. Es posible que la gente sea reacia a ensayar nuevos productos cuando los encuentra en la tienda y no los ha probado antes. Cuando la gente acuda a las tiendas, supermercados y puestos de comidas típicas se podrá aprovechar la oportunidad para entregarles muestras de productos (leche de soya), con el propósito de que los deguste

y así ya tengan noción de lo que puedan comprar a futuro. El presupuesto para la degustación de muestras gratis es muy bajo a comparación con las ventas que se obtendrán con esta estrategia.

Se diseñó un modelo especial para obsequiar las muestras gratis para que desde ahí se comience a proyectar una imagen de calidad. Se trabajará con el mismo stand de las ferias, esto se lo trabajará así para que al momento de estar en los supermercados este llame la atención y de un aspecto de sanidad y limpieza. Las impulsadoras tendrán un accesorio el mismo que será un prendedor el cual las diferencien.



Taza

Para impulsadores
y expendedores



BOTON

Para impulsadores
y expendedores

2.10.5.4 Estrategia 4. Diseño de stand para ventas de leche de soya

Objetivo.- Diseñar un stand de ventas para el shopping Riobamba Diseño:

FIGURA 9
Diseño de stand para ventas



Actividad: El fin de crear un stand para ventas es estar más cerca de las familias Riobambeñas, siendo así que se realizó el diseño del stand para colocarlo en un lugar transitado por nuestro mercado meta. En si la idea es de colocar a este stand en una parte del actual shopping de Riobamba y en el mismo se venda leche de soya, así se logrará que esta se encuentre al alcance de todos.

El solo hecho que la leche de soya en Riobamba llamará la atención de todos los visitantes del Shopping ya que así ellos encontrarán una leche tan laboriosa en una funda y lista para consumir.

2.10.5.5 Estrategia 5. Creación de un personaje animado “SANITO”

Objetivo.- diseñar un personaje animado que ayude alcanzar el posicionamiento de Prolisoya.



SANITO

Razón Selección del imago tipo

- Tiene la forma de una pequeño grano de soya
- Esta identificado en el consumo de dietas sanas
- Producto de consumo masivo por personas que velan por su salud

2.10.5.6 Estrategia 6. Diseño para publicidad móvil

Objetivo.- Diseñar publicidad para los buses urbanos de Riobamba

Diseño:

FIGURA 10
Publicidad móvil



Actividad: Trabajar con publicidad móvil ayuda mucho cuando un producto es totalmente nuevo ya que los buses urbanos de Riobamba recorren toda la ciudad y con ellos se estaría

mostrando a estos nuevos productos por toda la ciudad, a más de ello llamará la atención de la ciudadanía y en algún momento querrán conocer más acerca de la leche de soya y esto hará que los posibles compradores se acerquen a los puntos de ventas para conocer más de esta nueva forma de bebida natural.

2.10.5.7 Estrategia 7.Hojas volantes y trípticos

Objetivo.- informar de los productos que oferta PROLISOYA con su marca y Diseño:

FIGURA 11
Hoja volante

Prolisoya®
Tómate una Soya

100% Natural

Leche de SOYA

La soya tiene un excelente perfil nutricional, pues contiene entre un 38 y 40% de proteína, alrededor de un 18% de grasas, en su mayoría polinsaturadas y por su origen vegetal, no contiene colesterol, 15% de carbohidratos, 15% de fibra y 14% de humedad. Además provee de la mayoría de los aminoácidos indispensables para el organismo, así mismo es rica en potasio y es una buena fuente de magnesio, fósforo, hierro, calcio, manganeso, folatos y contiene algunas vitaminas como son las vitamina E y B6.

- Prevención del cáncer de mama y de próstata.
- Aliado contra las enfermedades del corazón.
- Alternativa para los intolerantes a la lactosa.
- Un tratamiento alterno de la osteoporosis.
- Reducción de los síntomas de la menopausia.
- Ayuda a controlar la diabetes.

Av. Alfonso Chaves #37 - 55 y Galo Plaza 0984172486

Actividad: PROLISOYA por ser una empresa nueva, todas las estrategias que se utilicen serán ventajosas para la misma, es por ello que esta estrategia de hojas volantes y trípticos serán una buena opción para ayudar al posicionamiento de PROLISOYA. Trabajar con la táctica de hojas volantes y trípticos de una u otra forma ayuda para informar acerca de nuevos productos. La idea de repartir las hojas volantes por las calles no es una táctica muy efectiva, ya que un gran porcentaje de las personas que reciben publicidad volante no las lee y por ende las votan y eso significaría gasto y pérdida para PROLISOYA. Es por ello que este material, es decir las hojas volantes y los trípticos serán entregados en ferias, exposiciones, casas abiertas y en punto de degustaciones; esto se lo hará con el fin que las personas se tomen la molestia de leer lo que se les entrega. En ellos encontrarán información acerca de leche de soya, ingredientes, contactos, etc.

2.10.5.8 Estrategia 8. Vallas publicitarias

Objetivo.- Generar expectativas e interés en los clientes como una nueva alternativa de leche de soya, mediante la implantación de vallas en puntos estratégicos en Riobamba. Diseño:



Actividad: Las vallas publicitarias serán ubicadas en lugares estratégicos y visibles, se trabaja con colores muy llamativos y relacionados con la leche de soya. Se colocaran imágenes de la leche en su estado final haciendo así que los espectadores deseen degustar cualquiera de los sabores de las leches de soya con el simple hecho de observar una valla publicitaria.

2.10.5.9 Estrategia 9. Modelo de afiches

Objetivo.- Informar de los productos que oferta PROLISOYA.

Diseño:



Actividad: Un afiches es una lámina de papel que sirve para anunciar los productos que ofrecerá PROLISOYA. Esta debe ser ubicada en un lugar visible de los puntos de venta.

2.10.5.10 Estrategia 10. Papelería PROLISOYA

Objetivo.- Contar con información documentada para impresión de archivos oficiales que

Identifiquen la empresa PROLISOYA

Diseño:

Actividad: Diseño de la papelería de PROLISOYA es de suma importancia ya que la misma se la utilizará para todo trámite, se ha diseñado sobres oficio, hoja tipo y tarjetas de presentación.

Las tarjetas de presentación serán entregadas por el representante de PROLISOYA con los datos personales tales como: nombre, teléfono personal, teléfono de PROLISOYA, correo electrónico de PROLISOYA, dirección de las oficinas y de la planta de producción. Las tarjetas de presentación juegan un punto importante ya que mediante estas se podrá tener contacto directo con PROLISOYA, y este medio ayudará a que haya ventas.



Hoja tipo



Tarjeta de presentación



Sobre de oficio

2.10.5.11 Estrategia 11. Elaborar un anuncio publicitario para el periódico "la prensa"

Objetivo.-Crear expectativa e interés en los clientes como una nueva alternativa en bebidas.

Diseño


Actividad: PROLISOYA aplicará esta estrategia debido a que los periódicos alcanzan una audiencia diversa y amplia, y se trabajará exclusivamente con diario "LA PRENSA" por ser el diario más comprado en la ciudad de Riobamba, estos datos se obtuvieron de las encuestas realizadas. Los consumidores buscan los anuncios en los periódicos; así pues, son más receptivos a los mensajes publicados en ese medio.

Los lectores se involucran activamente en la lectura del periódico. El hecho de que deben sostenerlo y virar sus páginas produce una mayor atención en los anuncios.

DISEÑO PARA PERIODICO



2.10.5.12 Elaborar un spot publicitario para la radio



**C
U
E
R
P
O**

**Ya llego a Riobamba la exquisita y
única leche de soya natural rica
en nutrientes hecha a tu gusto
para deleitar tu exigente paladar.**

**I
N
T
R
O**

**PROLSOYA leche de soya
saludable sin colorantes
estamos cerca de ti con pureza y
calidad**

**C
i
e
r
r
e**

**Fabricado en Riobamba
Avenida Alfonso Chávez
#37-55 y galo plaza
teléfono: 099841722480**

Actividad. Una de las razones que Prolisoya trabaja con esta estrategia es por su costo bajo y su gran alcance y frecuencia. Otra de las razones por se optara por este, porque es personal y directo: la persona escuchan a solas y en su auto, entretienen a las personas mientras conducen, mientras caminan, cuando se encuentran en casa o lejos.

En las encuestas realizadas en las parroquias urbanas de Riobamba se pudo considerar que la radio más escuchada es “radio tricolor”

2.10.5.13 Estrategia 13. Figura 18. Facebook



Actividad. Con el pasar de los tiempos el internet se ha convertido en una arma ventajosa y potencial conocida a nivel mundial es por eso que se ha Diseño de página en Facebook el cual se pueda visualizar imágenes de Prolisoya mostrando sus productos esto hará que Prolisoya se muestre de una forma tecnológica acaparando mayores posibles compradores.

2.10.5.14 Proformas de costo para estrategias elaborar un spot publicitario para la radio.

Objetivo.- Crear interés al consumidor mediante un Spot publicitario en televisión a través de los anuncios atractivos.



Tomate 1 soya y refresca tu salud

**Tabla 39
Proformas**

STRATEGIA	MEDIO DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
RADIAL	RADIO BONITA	12 CUÑAS DIARIAS 6 CUÑAS DE BONIFICACIÓN SÁBADOS Y DOMINGOS	560	560
	TRICOLOR	CUÑAS/DIA: 8. CUÑAS/MES: 176. SABADO 4 Y DOM4	394,24	394,24
PRENSA ESCRITA	LA PRENSA NOTA: LOS ANUNCIOS A FULL COLOR SE DUPLICA EL VALOR	3*3 (14.6CM*12.5C M)	45	45
	LOS ANDES NOTA: LOS ANUNCIOS A FULL COLOR SE DUPLICA EL VALOR	1 PAGINA Vz PAGINA VA PAGINA 1/6 PAGINA PIE DE PAGINA GRANDE	250 125 62,50 47,25	250 62,50 47,25 58
PUBLICIDAD				
MOVIL	BUSES URBANOS DE RIOBAMBA			
CREATIVA	FRANJA DIGITAL	1000 tarjetas de presentación 1000. trípticos 1000 hojas membretadas 1000 sobres 1 banner	0.4 0-17 0.14 0.15 0.15	40,00 170 140 150 150
	PROMOGRAF	1000 botones 1000 jarros 1000 llaveros	0.65 2,50 2,15	650 250 2150
TELEVISA	TVS	Paquete 1. AAA Paquete 2.AAA	780 650	780 650

CAPÍTULO III

3. PLAN TÉCNICO

3.1 Especificaciones del producto

PROLISOYA es una empresa nueva que persigue una idea de productos nuevos e innovadores buscando satisfacer las expectativas del mercado.

Leche de soya es un producto totalmente nuevo que buscan ser sustitutos naturales de leche y lácteas, brindando así una opción más para escoger en el mercado.

Los productos a presentarse son de excelente calidad con sabores únicos y propios de grano y los más importante son las bondades que estos aportaran en la dieta diaria nutricional. En cuanto a los envases de presentación para estas leches, son los siguientes:

- ✓ 500 mllas
- ✓ 1000ml}

Se encontraran estas leches en envases de:

Botellera en envases de plástico ya que este material ayudará a que el producto se mantenga en mejores condiciones además logra darle una mejor presentación al producto.

La leche de soya está dirigida para todo público y preferida por las personas desde 35 a 60 años de edad, estará dentro de la línea de bebidas lácteas procesadas ya que dicha bebida tiene un proceso de fabricación y esto le transforma en un producto elaborado. La leche de soya está dirigida a un segmento familiar, dando así una opción más natural a la hora de una comida familiar.

A continuación se describe brevemente las características de la leche de soya.

3.1.1 LECHE DE SOYA



La leche de soya posee algunos beneficios tales como:

Nutrientes.

- No contiene colorantes
- No contiene saborizantes
- Es natural

Ingredientes:

- Agua
- Soya

3.2 Requerimientos

3.2.1 Equipos y maquinarias. Las máquinas y equipos para el funcionamiento de la Empresa "PROLISOYA" son las siguientes:

Mesa de Selección

Módulo que expone los granos para seleccionarlos de manera fácil y fluida. El fréjol pasa a través de polines que la hacen girar para no ser manipulada en exceso al momento de ser seleccionada.

Las mesas de Selección serán de estructura reforzada para otorgar máximo rendimiento aún en condiciones de trabajo extremas.

La mesa de Selección para fréjol Soya será de 4 MT. Largo x 1 MT. Ancho, motor 1 hp. Su precio es de \$ 3.480,00.

Mesa de Selección



- **Horno Cilíndrico Tostador**

Su función consistirá en ser una tostadora mecánica de los granos secos, con un sistema de paletas móviles y oscilantes, descarga automática. Modelo tm200, capacidad: 200 a 1000 kg/h, Motor: 1.5 HP. Precio sin motor \$ 1.600,00; y con motor \$ 1.956,00.



FIGURA 12
Horno Cilíndrico Tostador



- **Balanza Tipo plataforma**

Se necesitará de una balanza tipo plataforma de 1 TM., que costará \$ 1.225,00

Balanza Tipo Plataforma



- **Molino Pulverizador**

El proceso de molienda de granos comprende las siguientes operaciones:

1. Recepción y pesado de granos.
2. Almacenamiento de granos.
3. Carga de los granos en la tolva del molino.
4. Molido o triturado de los granos.
5. Zarandeado.
6. Pesado.
7. Almacenamiento

El costo del Molino Pulverizador será de \$ 5.600,00, y además se tienen que adquirir zarandas (cernideros) de 0.5 Mm., y 3.5 Mm. por un costo de \$ 245,00 y \$ 280,00 respectivamente.

Molino Pulverizador



- Horno con control electrónico

Servirá para el calentamiento por porciones de la leche de soya, cuyo costo será de \$ 1.785,00.

Envasador automática para líquidos. Con las siguientes características:



- Capacidad mínima: 1.800 fundas /hora en presentación pequeña,
- Producto a manejar: leche de soya.
- Presentación de producto: 100ml

- Material: acero inoxidable AISI-304 grado alimenticio para todas las partes en contacto con el producto, estructura, boquillas, etc., con acabado y pulido sanitario.



- Conexiones: sanitarias para entrada de producto y salida del producto.
- Tanque de balance o pulmón para alimentación del producto en acero inoxidable
- Transportador de banda para el desplazamiento de los envases con control de velocidad y regulador de altura
- El sistema de boquillas permite el llenado exacto del volumen líquido con sistema de evacuación para recuperación de exceso de producto.

- Regulación de volumen de llenado según presentación.
- **Funcionamiento del equipo:**
- El transportador de banda desplaza las botellas hacia las boquillas.
- Las fundas son alineadas manualmente sobre la banda por el operador.
- Se realiza el envase de botellas mediante las boquillas



3.2.2 Materias primas y suministros

Tabla 40

Materia prima

MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACIÓN DE LA LECHE DE SOYA				
FORMULA	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AGUA	Litros	15	0,001	0,15
Soya	Gramos	1,200	0,0011	0.75
TOTAL				1.00

3.2.3 Proveedores.

Tabla 41
Proveedores

NOMBRE DEL PROVEEDOR	PRODUCTOS QUE OFRECE	PRECIOS	CONDICIONES DE PAGO
Importadora Y Exportadora Rina Pita Aguayo Guayas (Ecuador)	Soya	\$30 el quintal.	Efectivo, al contado
Soy Soya Pichincha (Ecuador)	Soya	\$30 el quintal	Efectivo, crédito

3.3 Tamaño de la planta

EL tamaño de producción se expresa en unidades producidas en el período de un año.

La determinación del tamaño corresponde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: Demanda, disponibilidad de insumos, localización, planes estratégicos de comercialización. La capacidad de producción está dada en unidades por día.

3.3.1 Capacidad instalada. La empresa cuenta con el equipamiento necesario para producir 14400 litros diarios con calidad y total normalidad; la jornada normal de trabajo será de lunes a viernes con un horario de 8H00 a 12H00 y de 14H00 a 18H00, con un total de 40 horas laborables semanales.

Tabla 42

Capacidad

CAPACIDAD DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO DE PROLISOYA	
LECHE DE SOYA	6 400/

3.3.2 Capacidad utilizada. Para este año (2013) PROLISOYA producirá 2400 litros diarios, registrados por el actual suministro de materia prima.

PROLISOYA utiliza actualmente el 16,67% de la capacidad instalada de la planta Y alcanza una participación numerosa del mercado de leche en la ciudad de Riobamba.

Para el 2018 gracias a las gestiones en sobremanera de mercadeo, aprovecharemos el 100% de la capacidad instalada y estaremos alcanzando una participación exitosa del mercado de lácteos en la ciudad de Riobamba.

GRÁFICO 27



PRODUCCIÓN EN 7 AÑOS

3.4 Localización

3.4.1 Análisis de factores para la ubicación de la planta.

- ✓ Integración con otras compañías del grupo.

En nuestra planta no es necesario este factor ya que es independiente de otras compañías.

- ✓ Disposición de mano de obra.

En la planta si existe la disponibilidad de este factor.

- ✓ Disponibilidad de alojamiento.

Existe gran disponibilidad de alojamiento por lo cual en este factor no hay ningún inconveniente.

- ✓ Disponibilidad de servicios.

En la localidad de la planta existen todos los servicios básicos.

- ✓ Disponibilidad de transporte.

En la planta no existe disponibilidad de transporte tanto para materia prima como para el producto terminado.

- ✓ Disponibilidad de materiales.

Si existe disponibilidad de materias primas ya que se produce los tipos de maíces en el mismo sector (costa).

- ✓ Disponibilidad de espacio para estacionamiento.

En estos momentos no cuenta con un parqueadero, pero si hay disponibilidad de terreno para la construcción a futuro.

- ✓ Fluidez de circulación.

En nuestra empresa si existe este factor ya que cuenta con una puerta de acceso grande que facilita el ingreso de la materia prima.

- ✓ Disponibilidad de infraestructura.

En la planta si existen los servicios necesarios para la elaboración de estos productos.

- ✓ Conveniencia de terreno y del clima.

El subsuelo y el clima son los adecuados para la elaboración de estos productos.

- ✓ Reglamentos locales de construcción y planeación

Todos los papeles de la planta están en orden.

- ✓ Espacios para ampliación.

Si existe espacio para ampliación.

3.4.2 Macro localización. Ha sido determinada considerando los siguientes factores que lo condicionan



PROLISOYA se encuentra en el Ecuador, provincia de Chimborazo, cantón Riobamba.



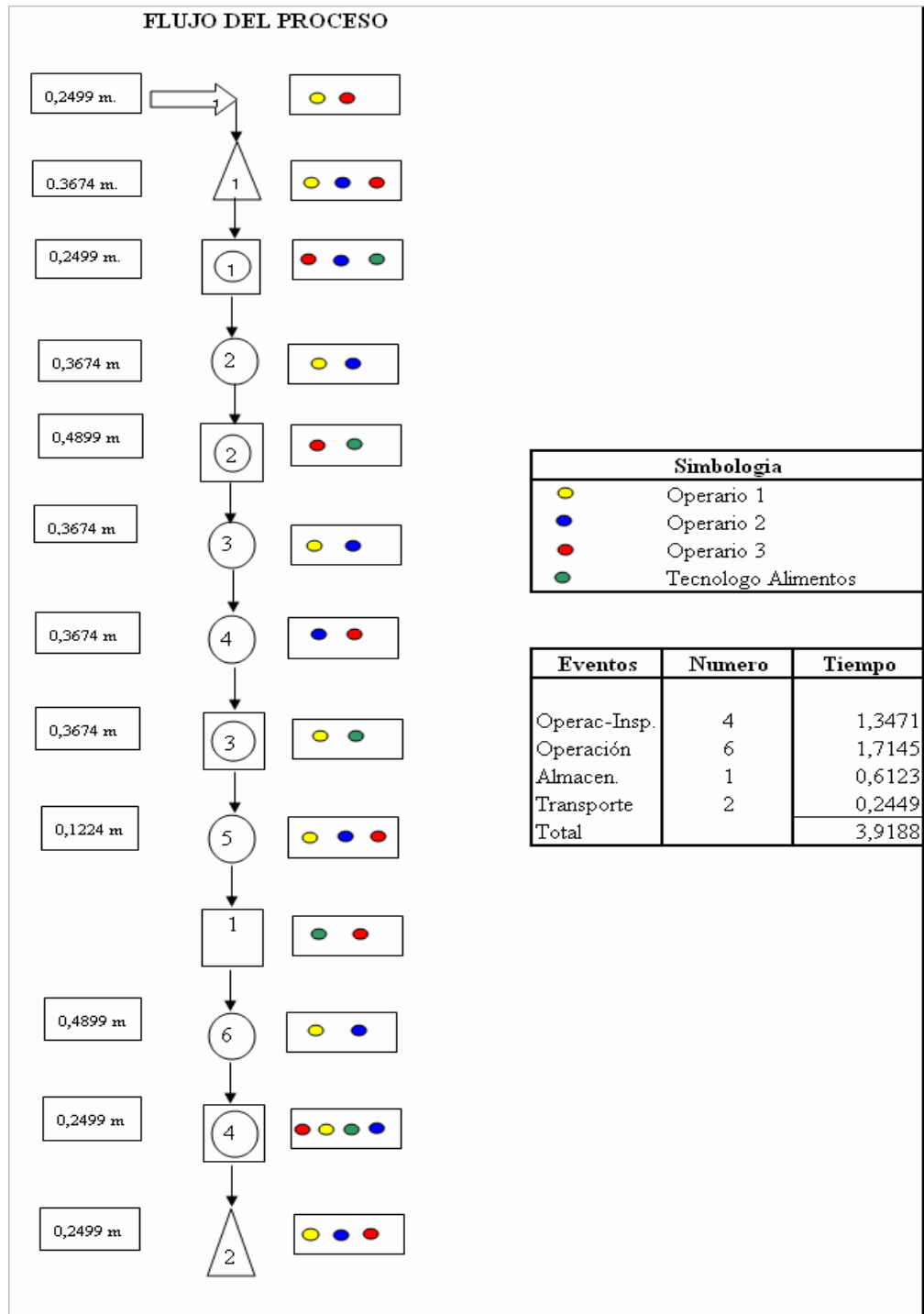
3.4.3 Micro localización. La planta de producción se encuentra ubicada en

DIAGRAMA DE FLUJO

Empresa: PROLISOYA	Operación: Elaboración de Leche de soya	Estudio N° 1	Hoja N° 1
Departamento: Producción	Operario: Equivalencia: 500 lts	Método: <i>ACTUAL</i>	Fecha: 12/04/2013

RESUMEN			
ACTIVIDAD	CANTIDAD	TIEMPO (min)	DISTANCIA (m)
Operación 	3	6300	—
Transporte 	4	87.0	15.6
Demora 	-	-	~
Inspeccion 	5	17	-
Atracan 	2	-	-
TOTAL	19	7440	
Tiempo (min)	744.00		
Tiempo (min)500ml	0. 744		

3.5 Distribución de planta y diagrama de recorrido propuesto



3.6 Diseño de la planta análisis de factores.

Tamaño .El tamaño de la planta es aceptable para el nivel de producción que la planta va a fabricar

Altura de techos .La altura de la planta es adecuada para nuestro tipo de materia prima que vamos almacenar y producir, ya que estos productos no son de mayor tamaño. La altura máxima de esta planta 7m.

Cargas a soportar. Las cargas que existen en el área de trabajo no se originan solamente por el equipo de producción sino también por el almacenamiento de la materia prima, productos en proceso y las cargas estáticas de la máquina. En lo que corresponde a la empresa se pudo notar que no existe cimentación para resistir las cargas que están aplicadas, por lo tanto la materia prima y el producto en proceso se encuentra sobre un piso de cemento.

Iluminación .La iluminación es una parte esencial dentro de las operaciones con las máquinas para evitar accidentes, en este caso la iluminación es un 80% natural y un 20% artificial.

Ventilación y calefacción. La ventilación es natural por medio de ventanas manuales se abren y sierran cuando es necesario, no existe la necesidad de sistemas de calefacción. **Servicios**. Por las características de la maquinaria utilizada en los procesos productivos es necesario un abastecimiento de energía eléctrica para lo cual la empresa cuenta con un transformador que está especialmente instalado para la empresa; a más de ello cuenta con agua potable que es necesario para la elaboración de los productos.

Eliminación de desperdicios .En la planta por ser una empresa que elabora productos lácteos se va tener desperdicios orgánicos como es el gabazo del grano que se la puede transformar en abono orgánico que sirve para los cultivos.

3.7 Análisis de mejoras realizadas

3.7.1 Proceso de producción. Se determinó el proceso de producción para la elaboración de leche de soya.

3.7.2 Recorrido del producto. Con el proceso de producción determinado permitió distribuir los puestos de trabajo de manera que los tiempos en recorrido mermaran considerablemente.

3.7.3 Distribución de planta. La maquinaria y el equipo por su cimentación ha sido imposible reubicarla, pero gracias a la reubicación y adecuación de las bodegas de materia prima y de almacenamiento de producto terminado, no fue necesario y se logró determinar una distribución lineal que favorece a la productividad de la empresa.

3.7.4 Especificación. La bodega de Empresa PROLISOYA es pequeña, cuyas medidas son 2.60m de ancho, 3.6 5 de largo y una altura de 2.50m.

Lo referente al stock del producto inicialmente la producción total será de 300 litros diarios por lo tanto no existirá producto almacenado en cuarto frio ya que de manera inmediata será distribuido a los lugares de venta.

La bodega está ubicada a la entrada de la fábrica de hecho es la única entrada a las demás áreas de laboratorio y producción.

Está construida por hormigón armado con cubierta de acero y techo de dura techo. Es la única bodega con la que cuenta la empresa por el momento, solo es para almacenamiento de producto terminado (leche de soya) mas no para materia prima. Se creó una nueva bodega y la bodega existente que antes se utilizaba para producto terminado paso a ser bodega de

materia prima y se adecuó una nueva bodega para producto terminado en virtud a la cercanía al último proceso de elaboración de producto.

3.8 Control de calidad

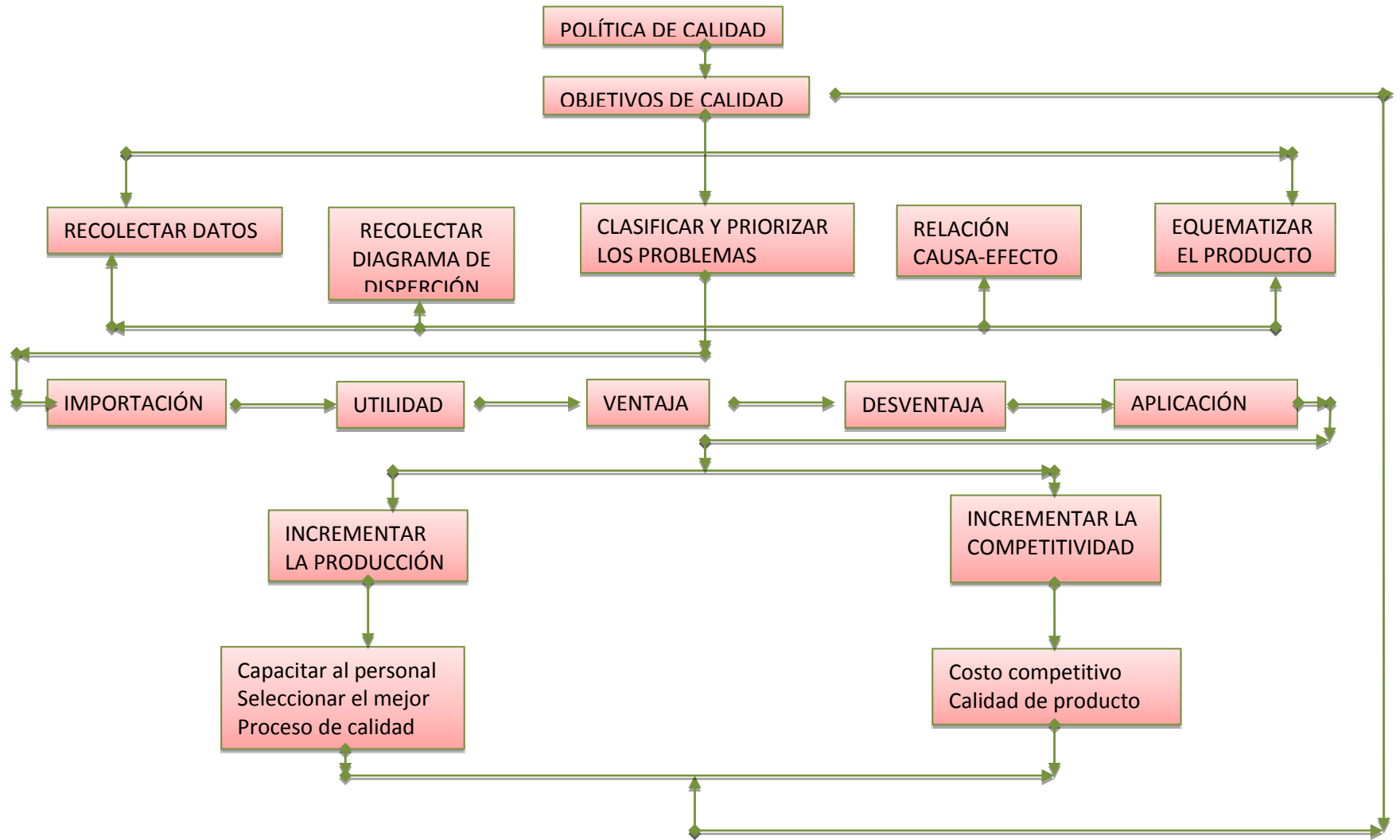
3.8.1 Mecanismos de control de calidad. La calidad de los alimentos constituye uno de los elementos más importantes en la industria alimentaria, tomando en consideración atributos positivos, como origen, color, aroma, textura y métodos de elaboración de los alimentos. El objetivo es garantizar como la seguridad de consumir un alimento sano, que no cause ningún efecto sobre la salud que cause enfermedad.

Se tomarán en cuenta los diferentes procesos de control de calidad de los alimentos, mismas que determinan y especifican unas condiciones características que hay que contemplar en un alimento.

3.8.2 Factores a considerar en el control de calidad.

- ✓ Sabor
- ✓ Olor
- ✓ Color
- ✓ Textura
- ✓ Viscosidad

**EMPRESA PROLISOYA
CONTROL DE CALIDAD**



3.9 Seguridad e higiene

Para alcanzar un efectivo control en la seguridad e higiene en PROLISOYA, es indispensable dotar de señales de seguridad para alertar la existencia de riesgos y en sobremanera determinar las medidas a adoptare ante los mismos (EPP) aunque estos últimos nos protegen pero no eliminan los riesgos, a fin de lograr una mayor atenuación de riesgos presentes en la empresa.

Consideramos necesario exteriorizar un catálogo de señales normalizadas aprobadas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización. Los colores de seguridad se atenderán a las especificaciones contenidas en las normas del INEN.

COLOR	SIGNIFICADO	EJEMP-CS DE USO
	Alta prohibición	Señal de parada Signos de prohibición También se usa para prevenir fuego y para marcar equipo contra incendio Y su localización.
	Atención cuidado peligro	Indicación de peligro fuego explosión envenenamiento etc.
	Seguridad	Rutas de escape Salida Das de emergencia Estación de primeros auxilios
		Obligación de usar equipos de seguridad personal Localización de teléfono.
El color azul se considera color de seguridad solo cuando se utiliza en conjunto con un círculo.		

Elaborado por: Marcelo Cevallos

De acuerdo a la información obtenida de las normas, en las siguientes tablas se detallará la señalización necesaria en la planta de producción en PROLISOYA.

PLANTA DE PRODUCCIÓN PROLISOYA

Tabla 43

Señalética

TIPO DE SEÑALIZACIÓN	INDICACIÓN	RÓTULO	TAMAÑO (CM)	CANTIDAD
OBLIGATORIEDAD	Uso de EPP		40*80	1
	Uso obligatorio de guantes		30*60	1
	Uso obligatorio de mascarilla		30*60	1
ADVERTENCIA	Piso irregular resbaladizo		40*120	1
	obstáculo en el piso		40*120	1
INFORMATIVAS	Lugar de herramienta		30*60	1

Elaborado por: Marcelo Cevallos

3.9.1 ¿Qué EPP se debe utilizar en PROLISOYA? Tardamos extenso tiempo para decidir que ponernos cuando vamos a una fiesta. Pero para el trabajo, la seguridad decide lo que debe vestir.

Vestir la ropa y utilizar el equipo de protección personal adecuados es crítico. La ropa apropiada es comúnmente y en muchos casos la única línea de defensa contra muchos peligros de seguridad y salud y en PROLISOYA no es la excepción.

Muchas medidas al respecto se han implementado y para las faltantes se destinarán todos los esfuerzos.

Entonces según los indicativos de las tablas de señalización necesaria esencialmente en la planta de producción expresamos.

3.9.1.1 Protección de la piel

En PROLISOYA todos están expuestos a los agentes químicos presentes en la misma y la protección frente a estos es ineludible.

3.9.1.2 Protección de pies

Gracias a los indicadores de seguridad en PROLISOYA el equipo normal son zapatos de seguridad blindados (punta de acero C75 recomendable).

3.9.1.3 Protección de manos

Los guantes son una protección barata para proteger las manos contra exposiciones químicas.

3.9.1.4 Protección de cabeza y ojos

Gorros y Lentes de seguridad para proteger de exposiciones químicas.

3.9.1.5 Protección respiratoria

El ambiente atmosférico en PROLISOYA expone a sus contenedores a estar presentes ante un medio gobernado por partículas que afectan el normal funcionamiento del aparato respiratorio.

3.9.1.6 Protección auditiva adecuada

Al estar todas las máquinas para los distintos procesos dentro de un mismo galpón, producen incesantes ruidos y en este caso no existen excusas.

CAPÍTULO IV

4. PLAN ORGANIZACIONAL

4.1 Recursos humanos

4.1.1 Organigrama estructural PROLISOYA

Organigrama Estructural Fundación PROLISOYA

FUNDACIÓN PROLISOYA ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

1. Nivel de Dirección Presidencia - Directorio - Asamblea General

FIGURA 13
Organigrama estructural Sanito



Elaborado por: Marcelo Cevallos

1. Nivel de Dirección Presidencia - Directorio - Asamblea General

2. Nivel Administrativo de Apoyo	Secretaria	
	Contabilidad	
	Jurídico	
	Comunicación	

3. Nivel Operativo	CRVC	Centro de Rescate y Vivencia Cultural
	CFGO	Centro de Fortalecimiento y Gestión Organizativa
	CPC	Centro de Producción y Comercialización
	CIPFS	Centro de Investigación Promoción y Formación Social

4.1.2 Organigrama estructural PROLISOYA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

FIGURA 14
Organigrama estructural publicidad



1. Nivel de Dirección	Gerencia - (DIRECTORIO - ASAMBLEA DE LA FUNDACIÓN PROLISOYA)
2. Nivel Administrativo de Apoyo	Secretaría Contabilidad Jurídico Servicios Generales
3. Nivel Operativo	PRODUCCIÓN control de calidad MARKETING publicidad y ventas ABASTECIMIENTO Adquisiciones INVESTIGACION Capacitación

Elaborado por: Marcelo Cevallos

4.1.3 Perfiles requeridos para contratación de personal de PROLISOYA

4.1.3.1 Nivel de dirección. GERENTE

Naturaleza del puesto

Representa a la Empresa legal, judicial y extrajudicialmente y es el responsable del funcionamiento administrativo, técnico y económico-financiero de la misma. Tareas y funciones:

- Organiza, orienta, dirige y administra todas las actividades y bienes de la Empresa e informa a la Asamblea sobre su gestión.
- Supervisa y controla el cumplimiento de las metas anuales de cada una de las áreas de responsabilidad, establecidas en sus respectivos planes operativos.
- Ejecuta el Plan Operativo Anual y el Presupuesto aprobados por la institución rectora, para el funcionamiento de la Empresa

- Organiza las actividades remuneradas, para que todos los socios de la Empresa participen de sus beneficios, y aprueba el calendario de actividades de los grupos de trabajo remunerados.
- Suscribe los contratos y convenios que celebra la Empresa de acuerdo a la Ley y vigila su estricto cumplimiento.
- Suscribe conjuntamente con el Tesorero las letras de cambio, pagarés u otros valores negociables y cheques y autoriza las inversiones financieras de la Empresa.
- Pone en conocimiento de la Asamblea, dentro del primer trimestre de cada ejercicio económico, el informe anual del período anterior, los estados financieros auditados correspondientes y la liquidación del presupuesto anterior.
- Somete a consideración de la asamblea los reglamentos para el funcionamiento administrativo, técnico y económico-financiero de la Empresa.
- Califica, selecciona y propone a la Asamblea la nómina de los responsables de las áreas de trabajo y su remoción, de acuerdo a los reglamentos y Estatuto de la Empresa, y administra el sistema de recursos humanos.
- Somete a la aprobación de la Asamblea los contratos de adquisición de bienes y servicios y ventas de la producción.
- Mantiene relaciones administrativas, técnicas y económico-financieras con los organismos de cooperación nacionales o internacionales.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

Ser socio de la Empresa.

Nombrado por la Asamblea de la Institución rectora

De preferencia que tenga conocimientos en Administración de Empresas o afines.

4.1.3.2 Nivel administrativo de apoyo

SECRETARIA

Naturaleza de la actividad

Efectúa labores variadas de secretaría y asistencia administrativa a los dirigentes y personal de la Empresa y maneja la caja chica. Tareas y funciones:

- Realiza labores mecanográficas, de archivo y de secretaría en general.
- Mecanografía correspondencia, formularios, informes y demás documentación de la Empresa
- Recibe, registra y archiva la correspondencia que ingresa a la Empresa y coordina el envío de documentos y correspondencia.
- Recopila, clasifica y administra el archivo de la empresa.
- Lleva una agenda permanente de actividades de la Gerencia.
- Atiende al público, proporciona información y concreta entrevistas.
- Recibe y transmite mensajes verbales y escritos
- Elabora informes, actas, cuadros y demás documentación que requiera el Gerente, dirigentes o responsables de área.
- Revisa, clasifica y registra la correspondencia recibida y redacta oficios, cartas y memorándums.
- Maneja el fondo de caja chica y tramita su reposición cuando ésta se ha gastado en aproximadamente el 80% de su monto.
- Elabora los cheques, comprobantes de egreso y retiro de fondos de acuerdo a instrucciones precisas del Contador y Tesorero, respectivamente.
- Las demás funciones encomendadas por el Gerente y que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:**EDUCACIÓN FORMAL:**

Bachiller y saber resolver operaciones matemáticas de relativa complejidad.

Experiencia (2 años) en trabajos similares.

EXPERIENCIA:

Bachiller y saber resolver operaciones matemáticas de relativa complejidad.

Experiencia (2 años) en trabajos similares.

CONTABILIDAD - CONTADOR C.P.A

Naturaleza de la responsabilidad

Elabora informes y estados financieros, registra transacciones económicas y verifica los documentos de soporte de las transacciones. Tareas y funciones:

- ✓ Verifica la legalidad y autenticidad de los documentos de soporte de las transacciones económicas de la Empresa, previa la emisión de cheques
- ✓ Elabora comprobantes de ingreso, egreso, cheques, planillas de pago.
- ✓ Supervisa, controla y/o ingresa en el sistema de contabilidad de la Empresa las transacciones realizadas, de acuerdo a normas de contabilidad generalmente aceptadas.
- ✓ Mantiene actualizados los libros contables de bancos, diario, mayor, y registros de bonificaciones.
- ✓ Verifica los documentos de soporte de las liquidaciones del fondo de caja chica, previa su reposición.
- ✓ Realiza liquidaciones periódicas de las ventas realizadas en las diferentes áreas de responsabilidad de la Empresa y elabora los comprobantes de ingreso respectivos.
- ✓ Realiza conciliaciones bancadas mensuales de todas las cuentas y bancos en los que mantiene la Empresa sus recursos económicos.

- ✓ Lleva el registro y control de los fondos a cargo del Tesorero y controla los procedimientos seguidos en Tesorería.
- ✓ Concilia saldos de cuentas de mayor con los registros auxiliares de bodega e inventarios.
- ✓ Mantiene el archivo de la documentación de soporte del área contable; así como controla el flujo de caja y el estado presupuestario.
- ✓ Registros que por su función deba cumplir.
- ✓ Registra las amortizaciones de los préstamos, garantías bancadas, pólizas de seguros, letras de cambio, certificados de inversión y controla su plazo y vigencia.
- ✓ Elabora y presenta informes financieros mensuales con sus respectivos anexos.
- ✓ Calcula la depreciación de bienes muebles e inmuebles; así como los cálculos de revaloración respectivos.
- ✓ Verifica los saldos y realiza la conciliación de las cuentas bancadas de la Empresa.
- ✓ Realiza las demás funciones asignadas por Gerencia que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

EDUCACIÓN FORMAL: Título de Contador

EXPERIENCIA: Amplia experiencia (3 años) en labores contables

JURÍDICO

Naturaleza de la responsabilidad

Proporciona asesoría legal a las actividades ejecutadas por la empresa. Tareas y funciones:

- ✓ Asesora legalmente todas las actividades ejecutadas por el Gerente.
- ✓ Elabora, revisa y efectúa reformas en los estatutos y reglamentos de la Empresa.
- ✓ Proporciona información al Gerente y a la asamblea sobre las reformas existentes en las leyes pertinentes.
- ✓ Analiza los códigos de trabajo sus leyes y demás afines.
- ✓ Realiza actividades de patrocinio y defensa jurídica en los trámites públicos y/o judiciales realizados por la empresa.

- ✓ Las demás funciones y atribuciones que le establezcan las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes.

REQUISITOS DE SELECCIÓN: EDUCACIÓN FORMAL: Abogado.

EXPERIENCIA: Amplia experiencia (3 años) en el ejercicio de su Profesión.

NOTA: De acuerdo a la naturaleza de estas funciones y actividades, el Jurídico deberá ser contratado mediante la modalidad de pago de honorarios por obra cierta. Así mismo, deberá ser contratado por la Empresa o removido de sus funciones previa aprobación de la Asamblea.

SERVICIOS GENERALES

Naturaleza de la actividad

Programa y ejecuta actividades de servicios generales requeridas por la Empresa.

Tareas:

- ✓ Programa, conjuntamente con el responsable del área administrativa la realización de actividades de servicio que pueden ser ejecutadas dentro y fuera de la planta de producción durante horas y días laborables.
- ✓ Programa y coordina la ejecución de servicios de mensajería, encomiendas y pagos de servicios básicos requeridas por la empresa.
- ✓ Vela por el mantenimiento, aseo y limpieza de la planta de producción sus espacios y áreas de acceso, a fin de mantener un óptimo cuidado.
- ✓ Procura se brinden las condiciones especiales que requieren los trabajadores en cuanto se refiere a alimentación, cuidado, aseo, servicios básicos y seguridad.
- ✓ Realiza las demás funciones asignadas por el Gerente y que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN: EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: Amplia experiencia (3 años) en actividades relacionadas a los Servicios generales.

4.1.3.3 Nivel operativo

PRODUCCIÓN

OPERADOR DE LA ENVASADORA

- ✓ Naturaleza de la actividad
- ✓ Maneja y controla la operación de La envasadora y otras máquinas y equipos de similar naturaleza
- ✓ Tareas y funciones:
- ✓ Opera, regula y controla el funcionamiento de las máquinas a su cargo de acuerdo a los diferentes productos en proceso.
- ✓ Revisa el estado de funcionamiento general de las máquinas a su cargo, y otros accesorios mecánicos.
- ✓ Ejecuta los procesos previos a la elaboración de la bebida.
- ✓ Controla la cantidad y calidad de los productos según las especificaciones establecidas
- ✓ Lleva el control y registro de las cantidades elaboradas y procesadas en las máquinas a su cargo.
- ✓ Realiza el mantenimiento preventivo y limpieza de las máquinas a su cargo, conjuntamente con el área responsable de dicha actividad.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

EDUCACIÓN FORMAL: Tecnólogo en agroindustrias.

EXPERIENCIA: Experiencia (2 años) en actividades relacionadas con la operación de una envasadora o máquina similar

TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

✓ Naturaleza de la actividad:

✓ Elabora la leche de soya

Tareas y funciones:

- ✓ Determina la lista de ingredientes y productos necesarios para la elaboración de la leche de soya, calcula sus cantidades y establece la calidad de los mismos.
- ✓ Solicita la provisión de los ingredientes y los traslada a su lugar de trabajo.
- ✓ Elabora la leche de soya y entrega al departamento de comercialización, elaborando diariamente los registros correspondientes.
- ✓ Controla y registra las cantidades de ingredientes utilizados en la elaboración de la bebida, así como la calidad de los mismos, según las especificaciones establecidas.
- ✓ Cuenta, controla y registra la cantidad de bebida obtenida en cada parada.
- ✓ Registra los costos de elaboración de la bebida por cada una de las paradas efectuadas y establece la combinación que más rendimiento tiene.
- ✓ Vela por el mantenimiento y limpieza de los equipos y utensilios de la envasadora y del sitio de trabajo.
- ✓ Realiza las demás funciones asignadas por el responsable del área de producción que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

EDUCACIÓN FORMAL: Ingeniería en Alimentos, Bioquímica, Agroindustrial o afines.

EXPERIENCIA: Experiencia (2 años) en actividades relacionadas con la elaboración de productos de bebidas.

CONTROL DE CALIDAD

Naturaleza de la actividad

- ✓ Realiza tareas de control de calidad de los productos elaborados en la Empresa y de la materia prima al ser adquiridas de los socios y productores.

- ✓ Tareas y funciones:
- ✓ Investiga y analiza los parámetros técnicos de calidad a ser utilizados en la fase de producción de la empresa.
- ✓ Proporciona información al área de producción los parámetros técnicos de calidad a ser utilizadas.
- ✓ Abala los productos a ser vendidos y comprados verificando su cantidad, calidad y estado.
- ✓ Realiza las demás funciones asignadas por el responsable del área de producción, que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN: EDUCACIÓN FORMAL:

EXPERIENCIA:

Ingeniería en Bioquímica o Agroindustrias.

Un año en actividades similares de control de calidad, compra-venta de productos de consumo.

TÉCNICO DE MANTENIMIENTO

Naturaleza de la actividad

Organiza, ejecuta y controla las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo de los locales, obras de infraestructura física e instalaciones de la Empresa. Tareas y funciones:

- ✓ Programa, organiza y ejecuta semanalmente las actividades de mantenimiento.
- ✓ Ejecuta construcciones menores, obras de infraestructura o instalaciones y administra los contratos de construcción.
- ✓ Ejecuta las actividades de mantenimiento de las conducciones de agua, recolección de los desechos de la producción agroindustrial, basura y desechos sólidos.
- ✓ Controla y ejecuta actividades de reparación de instalaciones eléctricas, sanitarias, equipos, maquinaria y demás instalaciones de la Empresa.

- ✓ Elabora las listas de materiales, repuestos, mano de obra que requiere para realizar las reparaciones o mantenimientos y gestiona su oportuna provisión.
- ✓ Elabora informes y reportes periódicos relacionados con las actividades ejecutadas.
- ✓ Vigila la correcta utilización de las instalaciones y locales de la Empresa, y reporta al Gerente, sobre las novedades o requerimientos que sean necesarios para la buena conservación de los bienes inmuebles
- ✓ Mantiene actualizado, conjuntamente con el Bodeguero, el inventario permanente de los bienes muebles e inmuebles de la Empresa.
- ✓ Realiza las demás funciones y responsabilidades delegadas por la Gerencia que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

EDUCACIÓN FORMAL: Ingeniero industrial.

EXPERIENCIA: Experiencia (2 años) en actividades similares de mantenimiento de maquinarias, bienes muebles e inmuebles.

MARKETING

COMERCIALIZACIÓN (PUBLICIDAD Y VENTAS) Naturaleza de la actividad

Realiza estudios de mercado y labores de apoyo a la negociación y venta de la producción agroindustrial de la Empresa. Tareas y funciones:

- ✓ Establece y mantiene contactos comerciales con los posibles compradores de los bienes que produce la Empresa, llevando el registro correspondiente.
- ✓ Elabora las políticas de venta y de fijación de listas de precios de los productos y servicios que vende la Empresa y las presenta a la Gerencia.
- ✓ Realiza estudios de la oferta y demanda, en el mercado local, de los productos agroindustriales que produce la Empresa, y prevé sus fluctuaciones de precios y proporciona esta información al Gerente y área de producción.

- ✓ Elabora conjuntamente con los responsables de las áreas de producción y bodega, las listas de productos para su abastecimiento, venta y posterior liquidación de inventarios en las mismas.
- ✓ Determina las características mínimas de calidad y precio de los productos que vende la Empresa
- ✓ Elabora cuadros comparativos y registros de proveedores y compradores, así como de los precios de los productos que comercializa la Empresa.
- ✓ Verifica el ingreso de los bienes adquiridos a bodega, observa y comprueba que se encuentren de acuerdo a las características, cantidad y calidad exigidas.
- ✓ Elabora informes de las adquisiciones y ventas efectuadas y las remite a contabilidad
- ✓ Informa a la Gerencia sobre las novedades encontradas en la venta de los productos.

REQUISITOS DE SELECCIÓN: EDUCACIÓN FORMAL:

EXPERIENCIA:

Ingeniería en Marketing.

Dos años en actividades similares de comercialización y compra-venta de productos.

ABASTECIMIENTO

Naturaleza de la actividad

Realiza tareas de aprovisionamiento de materia prima, maquinarias e insumo requeridos por la Empresa.

Tareas y funciones:

- ✓ Determina conjuntamente con el responsable de producción las cantidades de los productos que requiere la empresa para su producción.
- ✓ Recibe los productos a ser adquiridos verificando su cantidad, calidad y estado conjuntamente con el responsable de control de calidad.
- ✓ Registra los productos recibidos y los ubica ordenadamente en los lugares pertinentes.

- ✓ Atiende a los proveedores y compra los productos aplicando la tabla de precios fijada por la Empresa
- ✓ Registra diariamente las cantidades de productos recibidos por concepto de compra, así como de las maquinarias e insumos.
- ✓ Realiza, conjuntamente con Contabilidad la liquidación de los inventarios.
- ✓ Realiza los trámites relacionados con la adquisición de los bienes e insumos requeridos por las áreas operativas de la Empresa.
- ✓ Realiza las demás funciones asignadas por el Gerente, que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN

EDUCACIÓN FORMAL Ingeniero Agroindustrias.

EXPERIENCIA: Un año en actividades similares de compra-venta de productos de consumo.

BODEGUERO

Naturaleza de la responsabilidad

Realiza labores de recepción, revisión, almacenamiento y entrega de bienes, materiales, mercaderías y artículos, lleva sus registros de ingresos y egresos, establece las existencias efectivas de la Empresa e informa a la Gerencia y Contabilidad. Tareas y funciones:

- Examina, revisa y controla el ingreso a bodega de materiales, insumos y demás artículos, adquiridos o producidos por la Empresa.
- Verifica y confirma las especificaciones técnicas, facturas, cantidad, integridad y estado de los artículos recibidos.
- Legaliza con su firma los ingresos y egresos de bodega, previo el cumplimiento de las disposiciones y procedimientos internos respectivos.
- Organiza el almacenamiento, clasificación y ubicación de la producción, materiales y demás artículos de bodega.

- Rotula las características identificables de los artículos y materiales de la bodega para facilitar su localización.
- Mantiene actualizado el Registro de Existencias en Bodega, registrando sus variaciones el día que éstas ocurren.
- Solicita la baja de los bienes o artículos dañados o inservibles y actualiza el Registro de Existencias, luego de cumplir el trámite interno establecido.
- Realiza conjuntamente con Contabilidad el inventario físico de los bienes y materiales existentes en bodega, elabora y suscribe el acta respectiva.
- Colabora en la clasificación de los productos elaborados en la Empresa, previo su almacenamiento en las bodegas.
- Reporta a la Gerencia y Contabilidad cuando un material o artículo de bodega permanece demasiado tiempo sin movimiento, para definir si debe ser declarado obsoleto o proceder a darlo de baja.
- Proporciona información a los responsables de área, sobre cualquier dato que le se requerido, relacionado con la existencia de materiales o artículos en bodega.
- Entrega los artículos y materiales a los usuarios y registra inmediatamente en e Registro de Existencias estableciendo los saldos correspondientes.
- Mantiene arregladas, ordenadas y limpias las bodegas a su cargo y vela por si seguridad contra robo e incendio.
- Elabora informes mensuales sobre el movimiento de bienes y artículos de bodega y los entrega a Contabilidad.
- Efectúa otras tareas encomendadas por el Gerente y que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

EDUCACIÓN FORMAL: Bachiller.

EXPERIENCIA: Experiencia (2 años) en actividades similares.

INVESTIGACIÓN

Naturaleza de la responsabilidad

Realiza labores de investigación, capacitación y asesoría técnica en paquetes tecnológicos de producción.

Tareas y funciones:

- Realiza labores de investigación de paquetes tecnológicos tanto de productos (materia prima) maquinaria, insumos y técnicas de producción.
- Capacita al personal de la empresa en paquetes tecnológicos de acuerdo a las áreas de responsabilidad.
- Organiza conjuntamente con los proveedores de la materia prima eventos de capacitación en temas relacionados a pos-cosecha y manipulación de productos.
- De forma coordinada con marketing, realiza estudios de la oferta y demanda, en el mercado local, nacional e internacional de los productos agroindustriales que puede producir la Empresa, analiza la factibilidad de ejecución y proporciona esta información al Gerente.
- Realiza estudios de factibilidad de proyectos y/o cambios en los productos a ser implementados por la empresa en función a la demanda del consumidor y proporciona esta información al Gerente.
- Realiza análisis de factibilidad de productores y/o lugares de producción de productos requeridos por la empresa y proporciona esta información al Gerente.
- Proporciona asistencia técnica y da seguimiento de los procesos de producción en las fincas de los productores que tengan relación directa con la empresa.
- Investiga y elabora productos orgánicos a ser utilizados durante la producción de la materia prima, provee productos e información a los productores que tengan relación directa con la empresa.

- Elabora planes y programas a ser realizadas por la empresa en la materia de producción y presenta a la gerencia.
- Las demás funciones encomendadas por el Gerente y que sean de su competencia.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

EDUCACIÓN FORMAL:

Ingeniero Agrónomo.

EXPERIENCIA:

Experiencia (2 años) en actividades similares.

NOTA:

Esta área asume directamente el CIFPS Centro de Investigación Promoción y Formación Social de la Fundación PROLISOYA.

4.1.3.4 Políticas de reclutamiento.

- A. Se realizara mediante invitaciones por los medios de comunicación,
- B. Mediante cartas de invitación a postulantes externos
- C. Invitación directas a miembros de la organización

Para el reclutamiento mediante las invitaciones en medios, se utilizara el siguiente formato.

**EMPRESA RIOBAMBEÑA NECESITA CONTRATAR PERSONAL PARA QUE CUMPLAN
LAS SIGUIENTE FUNCIONES:**

Tabla 44

Reclutamiento de personal

PUESTO	SECRETARIA
SALARIO	\$300
HORARIO	8:00am a12:00am/ 2:00pm a 18:00pm
FUNCIONES GENERALES	Labores variadas de secretaría y asistencia administrativa a los dirigentes y personal de la Empresa y manejo de caja chica.
REQUISITOS	Bachiller y saber resolver operaciones matemáticas de relativa complejidad.
EXPERIENCIA:	Experiencia (2 años) en trabajos similares.

Elaborado por: Marcelo Cevallos

Fuente: Modelo de publicación corporativa para selección de personal.

Los interesados deberán someterse a exámenes de conocimientos, de habilidades de exposición, psicométricos, estudios médicos y socioeconómicos, así como presentar los siguientes documentos: solicitud de empleo, curriculum profesional, copia de acta de nacimiento actualizada, copia de su identificación, copia de título y cédula profesional, copia de documentos que acrediten su experiencia académica y profesional.

Mayores informes a los teléfonos 069363342 16:00 a 18:00 Horas de Lunes a Viernes o acudir directamente con el Tecnólogo. Segundo Cujj; o acercarse a las oficinas en las calles Junín y García Moreno. Riobamba/Ecuador.

Fecha de publicación: 25 de abril del 2012

Recepción de documentos: 30 de abril al 03 de mayo del 2012

Fecha de cierre de la convocatoria: 03 de mayo del 2012

4.1.3.5 Políticas de selección

La selección del personal se basará en los siguientes factores:

- Ser miembro de la organización
- Nivel de educación
- Experiencia específicas
- Examen de conocimientos sobre las actividades a realizar
- Entrevista.

4.1.3.6 Políticas de contratación de la mano de obra.

En PROLISOYA, se trabajará con un tipo de contrato de jornada parcial, esto quiere decir que el trabajador gozará de estabilidad y de la protección integral de dicho cuerpo legal y tendrá derecho a una remuneración que se pagará aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada. Asimismo, tendrá derecho a todos los beneficios de ley, incluido el fondo de reserva y la afiliación al régimen general del seguro social obligatorio. En las jornadas parciales, lo que exceda del tiempo de trabajo convenido, será remunerado como jornada suplementaria o extraordinaria, con los recargos de ley.

A más de ello se trabaja con un contrato de jornada total, esto quiere decir que cubrirán las ocho horas diarias laborables, con un sueldo básico estipulado por la ley, quienes trabajen bajo este contrato serán afiliados al IESS, también gozarán de los privilegios que brinda la ley tales como: bonos, vacaciones, incentivos económicos, etc.

4.1.3.7 Sueldo PROLISOYA es una empresa que trabajará bajo la LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA sin embargo, los sueldos establecidos van acorde con la

tabla salarial que se maneja actualmente en el Ecuador. La empresa está ubicada en la comisión sectorial N°7 que pertenece a la producción de industria.

Tabla 45

Sueldos

CARGO O ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	CÓDIGO/ IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL
SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN	B1	070415530002 8	319,04
JEFE DE CONTROL DE CALIDAD	B2	070415510100 1	316,99
JEFE DE PLANTA	B2	070415510100 2	316,99
LABORATORISTA	B2	070415510100 3	316,99

Elaborado por: Marcelo Cevallos

¹⁴ http://www.cig.org.ee/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf
 ^INSPECTORIA DEL TRABAJO (REGISTRO OFICIAL N°618)

JEFE DE COMISARIATO	B3	070415530003 2	311,50
JEFE DE MANTENIMIENTO MECÁNICO	B3	070415530003 3	311,50
JEFE DE PATIO	B3	070415540103 5	311,50
AUDITOR DE CONTROL DE CALIDAD	C1	070416000001 4	311,50
AUXILIAR DE LABORATORIO	C2	070415510100 4	311,50

OPERADOR DE PLANTA	DE	C2	15510100 5	311,50
ANALISTA CONTROL CALIDAD	DE DE	C2	15540103 7	311,50
OPERADOR CALDEROS	DE	C2	15540103 9	311,50
OPERADOR TRATAMIENTO AGUA	DE DE	C2	15540104 2	311,50
INSPECTOR CONTROL CALIDAD	DE DE	C3	16000001 7	310,10
PREPARADOR JARABE	DE	D2	15540105 3	309,81

operador línea embotelladora		D2	072000000000 1	309,81
operador maquina rectificadora		D2	072000000000 2	309,81
operador de producción		D2	072000000000 3	309,81
ayudante de control de calidad		E1	070415540105 5	309,66
auxiliar de jefe de planta		E2	070415510101 2	309,52

Elaborado por: Marcelo Cevallos

MATRIZ PARA OBTENER VALOR HORA EFECTIVA EMPRESA PROLISOYA														
PUESTOS	#	SUELDOS			BENEFICIOS SOCIALES									
		Mensual	Total	anual	12,15 %	13er	14to	VAC	MENSUAL	ANUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	HORAS EFECTIVA	VALOR HORA
Gerente	1	350,00	350,00	4200,00	42,53	29,17	22,00	14,58	108,27	1299,27	458,27	5499,27	1872,00	2,94
Secretaria	1	292,00	292,00	3504,00	35,48	24,33	22,00	12,16	93,98	1127,71	385,98	4631,71	1872,00	2,47
Contador	1	350,00	350,00	4200,00	42,53	29,17	22,00	14,58	108,27	1299,27	458,27	5499,27	1872,00	2,94
Ing. bioquímico	1	316,99	316,99	3803,00	38,51	26,42	22,00	13,21	100,14	1201,63	417,13	5005,51	1872,00	2,67
Tec. Producción	1	316,99	316,99	3803,00	38,51	26,42	22,00	13,21	100,14	1201,63	417,13	5005,51	1872,00	2,67
Ing. Marquetig	1	350,00	350,00	4200,00	42,53	29,17	22,00	14,58	108,27	1299,27	458,27	5499,27	1872,00	2,67
Vendedor	1	300,00	300,00	3600,00	36,45	25,00	22,00	12,50	95,95	1151,38	395,95	4751,38	1872,00	2,94
Tec. Mantenimiento	1	311,00	311,00	3738,00	37,85	25,96	22,00	12,98	98,78	1185,39	410,28	4923,39	1872,00	2,54
ING. Agroindustrial	1	316,99	316,99	3803,00	38,58	26,42	22,00	13,21	100,14	1201,63	417,13	5005,51	1872,00	2,63
Operador de la envasadora	1	309,81	309,81	3717,00	37,64	25,82	22,00	12,91	98,37	1180,39	408,18	4898,11	1872,00	2,67
Obrero de la planta	1	292,00	292,00	3504,00	35,48	24,33	22,00	12,16	93,98	1127,71	385,98	4631,71	1872,00	2,62
Bodeguero	1	292,00	292,00	3504,00	38,51	24,33	22,00	12,16	93,98	1127,7	385,98	4631,71	1872,00	2,47

$$HE=8 (DA-(DS+DD)-(DF+DV))$$

HE= HORAS EFECTIVAS 8= HORAS TRABAJO AL DIA = DIAS DEL AÑO=365 DS=días sábados; 52 DD=domingos 53 DF=días feriados 11. DV=días de vacaciones

4.1.3.8 Políticas de capacitación y motivación

Capacitación

- Capacitación continua en temas generales de la compañía
- Capacitación periódica
- Capacitación específica por área de actividad

Motivación:

- Ascensos
- Premios por resultados
- Reconocimientos

4.2 Estructura legal

4.2.1 Elección de la forma Jurídica

4.2.2 Trámites para la constitución y puesta en marcha

- Regulaciones Legales. Dentro del marco jurídico se contempla las Leyes y Decretos que debe cumplir la Planta de Procesamiento de Productos de bebidas en su proceso operativo como en la producción, estos son:
 - ✓ La Planta Procesadora de Productos de bebidas debe contar con el Permiso de Operación Sanitaria otorgado por el Ministerio de Salud.
 - ✓ Debe cumplir con el Decreto Ejecutivo No. 368 sobre los requisitos sanitarios para Operar.
 - ✓ Debe cumplir con los tramites de constitución
 - ✓ Permisos municipales
 - ✓ Cumplir trámites en el seguro social

- Afiliación para un empleador. El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince(15) días. El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la separación del trabajador u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho.

Los derechos de los trabajadores a la Seguridad Social son irrenunciables. (Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y Art. 4 del Código del trabajo). Son sujetos del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular.

4.2.3 Procesos

- a. El trabajador en relación de dependencia;
- b. El trabajador autónomo;
- c. El profesional en libre ejercicio;
- d. El administrador o patrono de un negocio;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;
- f. El menor trabajador independiente; y,
- g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

4.2.4 Datos de identificación de la empresa

Tabla 46

DATOS DE PROLISOYA

Denominación o razón social de la empresa: EMPRESA DE ECONOMÍA SOLIDARIA Nombre comercial: EMPRESA PROLISOYA Objeto social:		
Dirección:	Oficinas: Veloz Planta de producción: RIOBAMBA	
Persona de contacto: MARELO CEVALLOS		Cargo: PRESIDENTE EJECUTIVO
Productos que ofrece:	LECHE DE SOYA	Slogan: Lo natural es lo mejor
TELEFONOS: 032237-037		
EMAIL: mashypunk@hotmail.com		

Elaborado por: Marcelo Cevallos

CAPÍTULO V

5. PLAN FINANCIERO

El fin del plan financiero es determinar la factibilidad financiera del emprendimiento productivo a implementar para asegurar el éxito del negocio.

5.1 Punto de equilibrio

Método de la ecuación.

Leche de Soya

Ventas= costos variables + más costos fijos + utilidad Ventas= 0,80 x

Costos variables= costo variable/ unidad producida

Costos variables= 1037.8011400 x

Costos variables= 0,7413 x

Los costos fijos se asumen en 77,68

$0,80x = 0,7413 x + 77,68$

$0,80x - 0,7413 x = 77,68$

$0,0587x = 77,68$

$X = 77,68 / 0,0587$

$X = 1323.34$

Leche de Soya

Ventas= costos variables + más costos fijos + utilidad Ventas= 0,59x

Costos variables= costo variable/ unidad producida Costos variables 3 520,34 / 1000x Costos

variables= 0,5203x Los costos fijos se asumen en 73,68 $0,59x = 0,5203x + 73,68$ $0,59x -$

$0,5203x = 73,68$ $0,0697x = 73,68$ $X = 73,68 / 0,0697$ $X = 1057.10$

PUNTO DE EQUILIBRIO = 1057.10 + 1323.34 PUNTO DE EQUILIBRIO = 2080.44

5.2 COSTOS

EMPRESA PROLI SOYA
BALANCE SITUACIONAL INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL 2012
Tabla 47
Balance de situación inicial

ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			Pasivo corriente a c/P		
Caja	0		Préstamo bancaria	13.640,00	
Banco	0		total pasivo corriente		13.640,00
Caja chica	0		Pasivo no circulante l/P		
Total activo corriente		0	préstamo hipotecario	0	
ACTIVO FIJO			total pasivo no corriente		0
terreno	8.000,00		Total pasivo		13.640,00
planta envasadora	15.365,00				
equipos de oficina	1.400,00				
muebles de oficina	220,00				
audiovisual	120,00				
MAQUINARIAS					
Tanque fermentador	7.900,00				
pasteurizador	3.600,00				
Filtro para producto	2.500,00				
envasador automático	16.800,00		PATRIMONIO		
bombas centrífuga	3.600,00				
mesa plana	950,00		Capital	85.079,03	
mesa con borde	950,00				
caldero automático	6.600,00		total patrimonio		85.079,0
instalaciones	2.000,00				
implementos	12.696,57				
Total activo fijo		82.701,57	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		98.719,03
ACTIVO DIFERIDO					
Gastos de Organización	590,50				
Gastos de Investigación	1070,00				
Gastos de Capacitación	600,00				
Gastos Seguros	1000,00				
Gastos Ejecución del Proyecto	12756,96				
total activos diferidos		16.017,46			
TOTAL ACTIVOS		98.719,03	TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO		98.719,03

Elaborado por: Marcelo Cevallos

EMPRESA PROLISOYA

AMORTIZACIONES GASTOS DIFERIDOS

Tabla 48

Amortizaciones

DETALLE	PARCIAL	TOTAL	ANUAL	MENSUAL
GASTOS ADMINISTRACION		13.347,46	2.669,49	222,457667
Gastos de Constitución	50,00			
Permisos y Patentes	440,50			
Otros Gastos	100,00			
Personal	8574,96			
Suministros y materiales	240,00			
Servicios	3942,00			
GASTOS DE VENTA		470,00	94,00	7,83
Estudio del Mercado	470,00			
GASTOS PRODUCCION O PLANTA		2.200,00	440	36,6666667
Estudio Técnico	600,00			
Técnicas de Producción	300,00			
Seguridad Industrial	300,00			
Seguro planta de producción	1000,00			
TOTALES	16017,46	16.017,46	3.203,49	266,96

Elaborado por: Marcelo Cevallos

EMPRESA PROLISOYA
ACTIVOS FIJOS Y DEPRECIACIONES DE ACTIVOS

Tabla 49

Activos fijos y depreciaciones

EDIFICACIONES PLANTA								
N*	DETALLE		V/U	V/COMPRA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPREC.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
1	Terreno		20	10.400,00				
1	Edificio planta y oficinas			15.365,00	7.682,50	7.682,50	32,01041667	384,13
SUMAS				23.365,00	7.682,50	7.682,50	32,01041667	384,13
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA								
Nº	MAQUINAS	MARCA	AÑO	V/COMPRA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPREC.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
1	Pasteurizador		2.011	7.900,00	720	2.880,00	24,00	288
2	envasador automático		2.011	16.800,00	3360	13.440,00	112,00	1344
1	bombas centrífuga		2.011	3.600,00	720	2.880,00	24,00	288
1	mesa plana		2.011	950,00	190	760,00	6,33	76
2	mesa con borde		2.011	950,00	190	760,00	6,33	76
1	caldero automático		2.011	8.600,00	1320	5.280,00	44,00	528
1	Instalaciones		2.011	3.000,00	400	1.600,00	13,33	160
1	Implementos		2.011	12.696,57	2539,314	10.157,26	84,64	1015,73
SUMAS				57.596,57	9439,314	37.757,26	314,63	3775,73
DEPRECIACIONES								
OFICINA PLANTA DE PRODUCCION								
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA								
N"	MUEBLES	MARCA	AÑO	V/COMPRA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPREC.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
1	Escritorios	S/M	2.011	150,00	20	80,00	0,67	8
6	Sillas	S/M	2.011	180,00	24	96,00	0,8	9,6
1	Equipo de audiovisual	S/M	2.011	220,00	24	96,00	0,8	9,6
2	Computadora	SANSUN	2.011	2400,00	280	1120,00	9,33	112
SUMAS				1.740,00	348,00	1.392,00	11,60	139,20
TOTALES				82.701,57	19.549,81	55.151,76	427,59	5.131,05

Elaborado por: Marcelo Cevallos

EMPRESA PROLISOYA
HOJA DE COSTOS

Tabla 50
Costo unitario Leche de Soya

PRODUCTO: LECHE DE SOYA		UNIDADES PRODUCIDAS 1400lit DIARIOS			
DETALLE	HORAS	CATDAD	UND MED	V/ UNIT	VALOR TOTAL
COSTO DIRECTO					897,32
MATERIA PRIMA DIRECTA					876,96
SOYA		70	KG	3	210,00
AZUCAR		140	KG	1,00	140,00
ESENCIAS		140	militros	0,01	1,40
ESPECIES		140	gramos	0,004	0,56
Envases	1400	500	militros		210,00
Etiquetas	2100				105,00
MANO DE OBRA DIRECTA					20,36
Operador	4	1	trabajador	2,62	10,48
Obrero	4	1	trabajador	2,47	9,88
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICA					140,48
MATERIA PRIMA INDIRECTA					105
MANO DE OBRA INDIRECTA					35,48
INGENIERO BIOQUIMICO	4		empleado	2,67	10,68
TECNICO DE PRODUCCION	4		empleado	2,67	10,68
VARIOS SERVICIOS	4			2,25	9
Suministros y Materiales	4			0,64	2,56
SERVICIOS	4			0,64	2,56
COSTO TOTAL DE PRODUCCION					1.037,80
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION					0,741285714
GASTOS OPERACIONALES					77,68
Gastos de Administración					28,64
Personal	4	5,88		23,52	
Suministros y Materiales	4	0,64		2,56	
Servicios	4	0,64		2,56	
Gastos de Venta					34,4
Publicidad	1400		0,01	14	
Personal	4	2,54		10,16	
Suministros y Materiales	4	0,64		5,12	
Servicios	4	0,64		5,12	
Gastos Financieros					14,64
Intereses por crédito	4	3,65		14,6	
Servicios Bancarios	4	0,01		0,04	
TOTAL COSTO DE VENTA					1.115,48
COSTO UNITARIO DE VENTA					0,80

EMPRESA PROLISOYA
COSTO DE PRODUCCIÓN LECHE DE SOYA

Tabla 51
Costo de producción Leche de Soya

COSTO DIRECTO										
MATERIALES DIRECTOS			UNIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD ANUAL	VALOR	VALOR	VALOR	
SOYA			GRAMOS	9000	175500,00	16848000,00	0,0015	263,25	25272,00	
Envases		500	mililitros	1000	19500	234000,00	0,15	2925,00	35100,00	
Etiquetas					29250	351000,00	0,05	1462,50	17550,00	
							TOTALES	4650,75	77922	
MANO DE OBRA DIRECTA			CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACIONES	TOTAL MENSUAL
OPERADOR	1	309,81	3717,72	37,64	25,82	22,00	12,91	204,09	2449,08	
OBrero	1	292,00	3504,00	35,48	24,33	22,00	12,16	192,99	2315,88	
							TOTALES	397,08	4764,96	
TOTAL COSTOS DIRECTOS								9259,83	241338,9	
COSTO INDIRECTO										
MATERIALES INDIRECTOS			UNIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD ANUAL	VALOR	VALOR	VALOR	
AGUA			LITROS	1000	19500,00	1872000,00	0,001	19,50	1872,00	
							TOTALES	195,00	18720,00	
MANO DE OBRA INDIRECTA			CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACIONES	TOTAL
INGENIERO BIOQUIMICO	1	316,99	3803,88	38,51	26,42	22,00	13,21	208,57	2502,78	
TECNICO DE PRODUCCION	1	316,99	3803,88	38,51	26,42	22,00	13,21	208,57	2502,78	
VARIOS SERVICIOS		264						198,00	2376,00	
							TOTALES	615,13	7381,56	
Suministros y Materiales								100,00	1200,00	
SERVICIOS								100,00	1200,00	
							TOTALES	200,00	2400,00	
TOTAL COSTOS INDIRECTOS								1010,13	28501,56	
COSTOS TOTALES MENSUAL								10269,96	269840,5	

Elaborado por: Marcelo Cevallos

EMPRESA PROLISOYA
COSTO DE PRODUCCIÓN LECHE DE SOYA

Tabla 52

Costo de producción leche de soya

SRTCOSTO DIRECTO									
MATERIALES DIRECTOS									
			UNIDAD MED.	C/DIARIA	C/MENSUAL	U/ANUAL	V/UNITARIO	V/ MENSUAL	v/anual
SOYA			KG	70	1365,00	131040,00	3	4095,00	393120
AZUCAR			KG	140	2730,00	262080,00	0,8	2184,00	209664
ESEMCIAS			Millilitros	140	2730,00	262080,00	0,03	27,30	2620,8
Envases		500	Millilitros	1400	27.300,00	327600,00	0,15	4095,00	49140
		1000	Millilitros	700	13.650,00	163800,00	0,3	4095,00	49140
Etiquetas				0	40.950,00	491400,00	0,05	2047,50	24570
							TOTALES	16543,8	728254,8
MANO DE OBRA DIRECTA									
	CANTIDAD	S/MENSUAL	TOTAL	12,15% IESS	13 CER SUELDO	14 TO SUELDO	VACIONES	TOTAL MENSUAL	
OPERADOR	1	309,81	3717,72	37,64	25,82	22,00	12,91	204,09	2449,08
OBRERO	1	292,00	3504,00	35,48	24,33	22,00	12,16	192,99	2315,88
							TOTALES	397,08	4764,96
TOTAL COSTOS DIRECTOS								16940,88	733019,76
COSTO INDIRECTO									
MATERIALES INDIRECTOS									
			UNIDAD MED.	C/D	C/M	CANTIDAD ANUAL	V/UNITARIO	VALOR MENSUAL	
AGUA			Litros	1400	27300,00	2620800,00	0,001	27,30	2620,8
							TOTALES	27.3	2620.8
MANO DE OBRA INDIRECTA									
	CANTIDAD	S/MENSUAL	TOTAL	12,15% IESS	13 CER SUELDO	14TO SUELDO	VACIONES	TOTAL MENSUAL	
INGENIERO BIOQUIMICO	1	316,99	3803,88	38,51	26,42	22,00	13,21	20837	2502,78
TECNICO DE PRODUCCION	1	316,99	3803,88	38,51	26,42	22,00	13,21	20837	2502,78
VARIOS SERVICIOS		264				0		198,00	2376
							TOTALES	615,13	7381,56
Suministros y Materiales								100,00	1200
SERVICIOS								100,00	1200
							TOTALES	200,00	2400
TOTAL COSTOS INDIRECTOS								\$ 842,43	12402,36
COSTOS TOTALES MENSUAL Y ANUAL								17783,31	745422,12

Elaborado por: Marcelo Cevallos

**EMPRESA PROLISOYA PRODUCTO
LECHE DE SOYA**

**Tabla 53
Capital de trabajo**

ITEM	DETALLE	Leche de soya	SUBPARCIAL	PARCIAL	MENSUAL	ANUAL
3.1.	COSTOS DE PRODUCCION				30,084,39	361012,7
3.1.1.	Materia Prima Directa	8862,75	16554,72	25,417,47		
3.1.2.	Mano de Obra Directa	397,08	397,08	794,16		
3.1.3.	Costos Indirectos de Fabricación	1010,13	2862,63	3,872,76		
3.2.	GASTOS OPERACIONALES				2.298,52	27582,24
3.2.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS			1117,28		
3.2.1.1.	Personal		917,28			
3.2.1.2.	Suministros y Materiales		100			
3.2.1.3.	Servicios		100			
3.2.2.	GASTOS DE VENTA			1.181		
3.2.2.1.	Personal		396,24			
3.2.2.2.	Suministros y Materiales		100			
3.2.2.3.	Servicios		100			
3.2.2.4.	Publicidad		585			
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO					32,383	388.595

Elaborado por: Marcelo Cevallos

5.3 Presupuesto de Costos y Gastos

Tabla 54
Estado de resultados

EMPRESA PROLISOYA			
ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2.012			
VENTAS			561.600,00
(-) COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS			366.947,17
COSTO DIRECTO		314539,96	
Materia Prima Directa	305,009,64		
Mano de Obra directa	9,529,92		
COSTOS INDIRECTOS		52.407,61	
Materia Prima Indirecta	26.910,00		
Mano de Obra Indirecta	14.763,12		
Suministros y Materiales	1.200,00		
Servicios	1.200,00		
Depreciación propiedades, planta y equipo	5.131,00		
Gastos Amortizaciones	3203,49		
GANANCIA BRUTA			194.652,83
(-) GASTOS OPERACIONALES			41.237,24
GASTOS ADMINISTRATIVOS		13.407,36	
Gastos de Personal	11.007,36		
Suministros y Materiales	1.200,00		
Servicios	1.200,00		
GASTOS DE VENTA		14.174,88	
Gastos de Personal	4.754,88		
Suministros y Materiales	1.200,00		
Servicios	1.200,00		
Publicidad	7020		
GASTOS FINANCIEROS		13.655,00	
Servicios Bancarios	15		
Intereses Bancarios	13.640,00		
UTILIDAD OPERACIONAL			153.415,59
15% Participación Utilidades Trabajadores			23.012,34
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			130.403,25
25% Impuesto a la Renta			32.600,81
UTILIDAD DEL EJERCICIO			97.802,44

Elaborado por: Marcelo Cevallos

EMPRESA PROLISOYA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

Tabla 55

Estado de situación financiera

ACTIVO		PASIVO			
ACTIVO CORRIENTE		335519,64	PASIVO CORRIENTE		69268,15
Caja – Bancos	0,00		15% Participación Utilidades Trabajadores	23012,34	
Inventario de Materia Prima Directa	305009,64		25% Impuesto a la Renta	32600,81	
Inventario de Materia Prima Indirecta	26910,00		Servicios Bancarios	15,00	
Inventario de Suministros y Materiales	3600,00		Intereses Bancarios	2640,00	
			Préstamo Bancario a Corto Plazo	11000,00	
ACTIVO FUO		85570,51	TOTAL PASIVO		40727,00
Inmuebles Edificaciones	23365,00				
Muebles y Enseres	340,00				
Maquinaria, Equipo e instalaciones	57596,57				
Equipo de Computación	1400,00		PATRIMONIO		
(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo	-5131,06				
Terrenos	8000,00				
			CAPITAL SOCIAL	295.374,68	
ACTIVO DIFERIDO		12813,97	TOTAL CAPITAL SOCIAL		295374,68
Gastos de Organización	590,50				
Gastos de Investigación	1070,00				
Gastos de Capacitación	600,00		UTILIDADES		97802,44
Gastos Seguros	1000,00		Utilidad del Ejercicio	97802,44	
Gastos Ejecución del Proyecto	12756,96				
(*) Amortización Acumulada	-3203,49		TOTAL PATRIMONIO		393177,12
TOTAL ACTIVOS		433904,12	TOTAL PASIVOS y PATRIMONIO		433904,12

Elaborado por: Marcelo Cevallos

5.4 Evaluación financiera

EMPRESA PROLISOYA

FLUJO DE CAJA

Tabla 56

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA			
AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO DE CAJA
1	561.600,00	463.797,56	97.802,44
2	572.214,24	472.563,33	99.650,91
3	583.029,09	481.494,78	101.534,31
4	594.048,34	490.595,03	103.453,31
5	605.275,85	499.867,28	105.408,57
6	616.715,57	509.314,77	107.400,80
7	628.371,49	518.940,82	109.430,67
TOTALES	4.161.254,58	3.436.573,57	724.681,00

VAN= Valor Actual Neto

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{R-C}{(1+i)^t} - I$$

R= Flujo de los Ingresos

C= Flujo de los Egresos

I= Inversión

i = Tasa de descuento

t = Número de años del proyecto

TI R=Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = \text{TASA DE D ESCUENTO INFERIOR} + \text{DIFERENCIA DE LAS TASAS DE DESCUENTO} * \text{VAN 1 - VAN 2}$$

VAN 1 - VAN 2

$$\text{TIR} = i1 + (i2 - i1) [VAN1 / (VAN1 - VAN)2]$$

VAN TIR PRI

EMPRESA PROLISOYA

Tabla 57

VAN TIR PRI

CALCULO DEL VAN, TIR, PRI							
ANO	FNE	$i = 0,07$	7 %	VAN	TIR	va acum	PRI
0	-487.314,03					-487.314,03	
1	97.802,44	1,07	\$91.404,15			-395909,88	
2	99.650,44	1,14	\$ 87.038,55			-308871,33	
3	101.534,31	1,23	\$ 82.882,24			-225989,09	
4	103.453,31	1,31	\$ 78.924,03			-147065,05	
5	105.408,57	1,4	\$ 75.154,85			-71910,20	
6	107.400,80	1,5	\$ 71.565,69			-344,51	6
7	109.430,67	1,61	\$ 68.147,92			67803,41	6,12
SUMAN			\$ 555.117,44	\$ 67.803,41	11 %		3,6

Este proyecto es viable ya que cuenta con un VAN positivo de \$67.884.73 y es rentable por que la TIR da un rendimiento de 11% sobre la inversión realizada, considerando que esta tasa es muy buena tomando en cuenta que PROLISOYA trabajará bajo el sistema de economía popular y solidaria preocupándose principalmente de la parte social y colectiva mas no de lo monetario. La inversión se recupera en 3 años, 6 meses.

Por cada dólar invertido se recupera la inversión y se obtiene una utilidad de 0.21 centavos.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

RBC	■	2 Ingresos Actualizados
		2 Egresos Actualizados
RBC	=	4161254,58
		3436573,57
RBC		1,210873126

Elaborado por: Marcelo Cevallos

5.5 Calendario de ejecución

TAREAS	DURACION	RESPONSABLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Constitución de la empresa	1 semana	Accionistas												
Tramites préstamo bancario	2 semanas	Financiera												
Compra de terreno	1 semana	Accionistas												
Construcción de la planta	7semanas	Accionistas												
Trámites para contar con servicios básicos	2 semanas	Secretaria												
Estudio técnico	2 semanas	Técnico contratado												
Patentes	12 semanas	Jurídico												
Permisos para funcionamiento	3 semanas	Jurídico												
Trámites para obtención de RUC	1 semana	Secretaria												
Compra de maquinaria	2 semanas	Accionistas												
Compra de muebles oficina	1 semanas	Accionistas												
Compra de equipos de oficina	1 semana	Accionistas												
Compra de equipos De computo	1 semana	Accionistas												

Comprar material de oficina y de higiene.	1 semana	Accionistas																	
Instalación de maquinaria	1 semana	Técnico industrial																	
Selección y capacitación del personal	2 semanas	Gerente																	
Contratar seguros	1 semana	Gerente																	
Primeras Ventas	1 semana	Accionistas																	

Elaborado por: Marcelo Cevallos

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Luego de haber realizado el plan de negocios para la producción y comercialización de leche de soya productos naturales a base de la soya podemos concluir lo siguiente:

La investigación de mercados realizada en la ciudad de Riobamba, determino que es posible comercializar la leche de soya que tendría como principales consumidores que son amas de casa y hombres mayores de 25 a 60 años de ingresos medios.

La elaboración del plan de negocios permitió establecer que es posible industrializar productos tradicionales y culturales de la sierra ecuatoriana y generar altos beneficios económicos y sociales a organizaciones comunitarias, como el caso de PROLISOYA.

El estudio permitió evidenciar que es posible utilizar un nuevo tipo de organización empresarial comunitaria para tener éxito en el mercado como es el caso de PROLISOYA en el que todos los miembros de la organización cumplen funciones administrativas y operativas sin jerarquías.

Las alianzas estratégicas entre instituciones de educación superior y organizaciones comunitarias pueden dar origen a la creación de empresas que permitan el desarrollo económico social, local, provincial, regional y nacional.

Se determinó que la creación de la empresa PROLISOYA es viable por cuanto tiene un VAN positivo de \$67.884.73, tasa interna de retorno del 11% y un periodo de recuperación de 3 años, 6 meses. Tomando en consideración que el objetivo de la empresa es social.

Recomendaciones

- ✓ Al concluir el plan de negocios se recomienda que PROLISOYA tome las siguientes acciones como estrategia de mercado para el mayor consumo de Leche de soya en Riobamba:

- ✓ Se recomienda a PROLISOYA poner en marcha el Plan de Negocios para alcanzar resultados deseados.
- ✓ Para todo tipo de negocio nuevo es recomendable aplicar una investigación de mercados para así conocer gustos y preferencia y ver la aceptación o rechazo que tendrá el negocio a futuro.
- ✓ Realizar más alianzas estratégicas entre instituciones de educación superior y organizaciones, empresas que tienen deseos de incorporarse al mundo de los negocios, encontrando un beneficio mutuo.
- ✓ Incrementar y fomentar la creación de este tipo de empresas que permita industrializar productos tradicionales y así ayudar a organizaciones comunitarias a salir de la pobreza.
- ✓ Se deberá aprovechar el tamaño y capacidad de la planta, en la producción de leche para poder abastecer al mercado nuevo que se va a llegar de acuerdo a la proyección de ventas que se estima.
- ✓ Desarrollar este tipo de trabajo para que de esta manera nosotros como estudiante amplíemos nuestros conocimientos y se ponga en práctica todo lo aprendido.

ABSTRACT

This business plan for the introduction of the soybean milk in Riobamba city's market, Chimborazo Province has been produced with the aim of strengthening milk consumption and positioning of the company in the market using marketing campaigns to benefit consumers.

Market studies were conducted by surveying the well established Riobamba citizenships of the unmet demand and our potential market. The production process is analyzed from the reception of raw materials to finished product storage. Raw materials and supplies are acquired from Guayaquilean soy producers, machinery and equipment imported from the mythical country of the China Wounsau, and are determined at the discretion of manufacture and standards for food production, administrative and operational staff to work on the ground will be continuously trained in each area that the company requires to produce soybean milk. Finally was undertaken an economic and financial study which analyzed the advantages and disadvantages of the project with the result that it is highly profitable and socially sustainable and seeking to fulfill social norms, health, state and local regulation. As a result of the implementation of this business plan soybean milk introduction of Riobamba's market has increased jobs in the city and the economic development of soybean production sector business growth.

It is recommend the execution of this plan because it is ease to execute and the financial economic, social benefits to the city and country.

RESUMEN

El presente plan de negocios para la introducción de leche de soya al mercado de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo ha sido elaborado con la finalidad de fortalecer el consumo de leche de soya y el posicionamiento de la empresa en el mercado haciendo uso de campañas de marketing en beneficio de los consumidores.

Se realizaron estudios de mercado mediante encuestas a la ciudadanía de Riobamba establecido así la demanda insatisfecha y nuestro mercado potencial. El proceso de producción es analizado desde la recepción de materias primas hasta el almacenamiento del producto terminado; la materia prima e insumos son adquiridos en las productoras guayaquileñas de soya ; la maquinaria y equipo importados desde el mítico país de china Wounsau están determinados bajo criterio de fabricación y normas para la producción de alimentos; el personal administrativo y operativo que trabajara en la planta estará continuamente capacitándose en cada una de las áreas que la empresa requiere para elaboración de leche de soya. Finalmente, se efectuó el estudio económico – financiero, donde se analizaron las ventajas y desventajas del proyecto teniendo como resultado que el mismo es altamente rentable y socialmente sustentable y buscando cumplir normas sociales, sanitarias, ambientales, de regulación estatal y municipal.

Como resultado de la aplicación de este plan de negocios de introducción de leche de soya al mercado riobambeño tendremos el incremento de fuentes de trabajo en la ciudad y el desarrollo económico del sector productor de soya el crecimiento de la empresa.

Recomendamos la ejecución del presente plan por su facilidad y beneficios económicos, financieros y sociales a la ciudad y el país.

Ing. Milton Ignacio Sanmartín Martínez

DIRECTOR DE TESIS

BIBLIOGRAFÍA

- Plasencia Perez, M.(2010) Marketing y publicidad corporativa y la imagen.
- ALCARAZ, Rafael. (2011), Del emprendedor al éxito MEXICO Mc Graw Hil.
- GONZALES, Diana M. (2007) Plan de negocios para emprendedores al éxito editorial MC GRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Plan de negocios para la empresa PROLISOYA de la provincia de Chimborazo del cantón Riobamba periodo 2012-2013
- BERMEJO, Manuel.(2003), crea tu propia empresa :estrategias para su puesta en marcha y supervivencia. MADRID: Editorial MC Graw Hill.

- ALCARAZ, Rafael. (2011), Del emprendedor al éxito. Editorial MC Graw Hill. México
- BERMEJO, Manuel. (2003), Crea tu propia empresa, estrategias para su puesta en marcha y supervivencia. Editorial MC Graw Hill. Madrid España.
- FLOR, Gary. (2001), Guía para crear su propia empresa. Editorial CEM. Quito. Ecuador.
- FLOR, Gary. (2006), Guía para elaborar planes de negocios. Editorial CEM. Quito-Ecuador.
- Folletos de SICA (producción de la soya)
- GONZALEZ, Diana M. (2007), Plan de negocios para emprendedores al éxito. MEXICO: Editorial MC GRAW-HILL INTERAMERICANA.
- INIESTA, Lorenzo. (2001), Manual del Consultor de Marketing. España: Editorial Bresca.
- IRIZAR, Iñazio. (2004), Como crear una empresa, lo que todo emprendedor debe saber. Editorial Deusto. Barcelona. España
- KOTHLER, P. (2001), Dirección de Marketing. Editorial Pearson Educación. México
- LEWICKI, Roy. (2008), Fundamentos de negocio. Editorial MC GRAW-HILL INTERAMERICANA. México

Sitios Web:

<http://www.infomipyme.com/Dogcs/217149/noticia-historia-soya-saludable-original>

<http://www.elmercurio.com.ec/78762563/soja-de-soja.gama-produccionhtml>.

<http://soya.itesm.mx/produccion /plan.html>

<http://www.lasoya.org.ve//>

<http://www.informasr/72363/plandernegocio/plan/soya.htm>

<http://www.fijando/org.sv/looks/plan/main02.html>

<http://www.elcomercio.pe/gastronomia/7236523476/noticia-historia-produccion-siembra-cultivo-medicinal.refresco>

<http://www.eldiario.ce.amanecer/gastronomia/culinaria/produccion/soya/crema/realizacion.goc.html>

<http://www.degerencia.com>

<http://www.myoficceofsojadecasa.ebooks/plan/negocio/main01.html>

<http://www.soynica.org.ni/soja/12762/html>

<http://www.mag.gov.ec/elmercurio/losinterecesdeltiempo//>

<http://www.google.com>

<http://www.guiadelcomprador.com/cuandonegocio//portale/.html>

<http://www.nestle.com/>

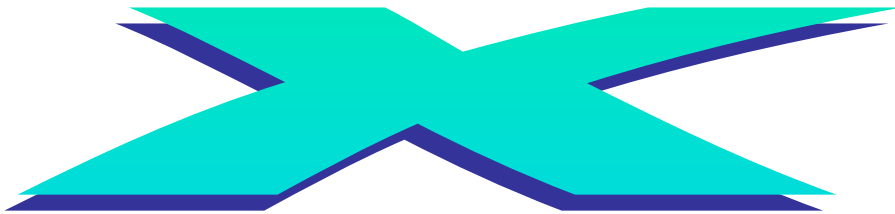
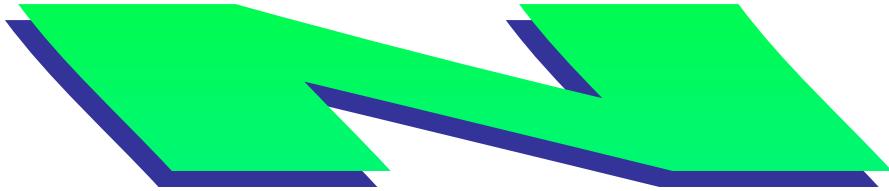
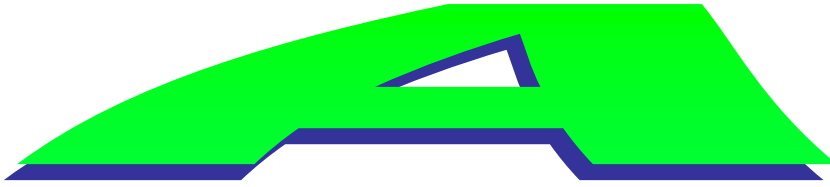
<http://www.laboratoriosjulguer.com>

<http://www.bce.fin.ec>

<http://www.financeyahoo.com>

<http://www.sica.gov.ec/soya/soja/cultivodesoya/ecu/transgenico/html>

<http://www.solaecompany.com/mundo/comercio/plan/estrategico//>



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA EN MARKETING Y COMERCIAL**

SÍRVASE CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS, POR FAVOR SEÑALE CON UNA X LAS ALTERNATIVAS.

GENERO: **F** **M**

EDAD:

OCUPACIÓN:

SECTOR:

Lizarzaburu

Velasco

Veloz

Maldonado

Yaruquies

Pregunta 1 ¿Consume usted leche de vaca?

SI NO

2 ¿Cómo prefiere consumidor adquirir leche de vaca?

Leche en funda

Leche de cartón

Leche en botella plástica

Leche sin procesar

3 ¿Qué marca de leche de vaca consume?

Prolac

Vita lecha

La lechera

Parmalat

4 ¿Con que frecuencia consume la leche de vaca?

Diario

Semanal

Mensual

De vez en cuando

5 ¿Cuántos litros de leche de vaca consume usted diariamente?

1 litro

2 litros

3 litros

4litros

6 ¿Conoce usted de la soya?

Si No

7 ¿Qué tipo de derivados de la soya conoce?

leche de soya

yogurt de soya

queso de soya

carne de soya

8 ¿Ha consumido usted algún producto derivado de la soya?

SI NO

Cual.....
.....

9. ¿Conoce usted los nutrientes que contiene la soya?

SI NO

10 ¿Le gustaría encontrar en el mercado otra leche que no sea la de vaca y que proporcione la misma cantidad de nutrientes? ¿Cuál?

SI NO

¿Cuál?.....NB.....
.....

11 ¿Usted reemplazaría la leche de vaca por la de soya conociendo que tiene beneficios para la salud?

SI

NO

INDESISO/A

12 ¿Conoce sobre los beneficios de la soya para la salud?

Conoce poco

Tienen conocimiento

No conoce

13 ¿En qué presentación le gustaría encontrar a la leche de soya?

Enfundada

Botellas de vidrio

En cartón aluminio

Instantánea en tarro

14.- ¿En qué puntos de ventas le gustaría encontrar la leche de soya?

Tiendas de barrio Supermercados

Otros lugares

15 ¿Para usted cual sería un precio caro, cómodo y barato de funda de leche de soya, siendo esta parecida a las fundas de un litro de leche de vaca que se expenden en el mercado

\$2 (1litro)

\$3 (1litro)

\$4 (1litro)

16 ¿Cuántas fundas de leche de soya consumiría usted a la semana?

1 litro

2 litros

3 litros

4litros

17 ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre la oferta de productos y servicios que se expenden en la ciudad? Especifique nombre, y horario.

Prensa escrita

Los andes

La prensa

MEDIOS DE TELEVISIÓN

TVS

ECUAVICIÓN

18 ¿Conoce alguna empresa que comercialice este producto?

SI NO

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 0691734021001
RAZON SOCIAL: PROLI SOYA PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE SOYA CIA LTDA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO:	ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 13/07/2011
NOMBRE COMERCIAL:	PROLI SOYA CIA LTDA	FEC. CIERRE:			
		FEC. REINICIO:			

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

FABRICACION Y VENTA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA Y OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS.
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA Y OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS..
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MAQUINARIA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA Y OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS..
 ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO, CONSULTORIAS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: VELASCO Calle: AV. ALFONSO CHAVEZ Número: 37-55 Intersección: GALO PLAZA Referencia: FRENTE A LA GASOLINERA ORIENTAL Telefono Trabajo: 032968812 Fax: 032968809 Celular: 097664607

DECLARACIONES

Importante: como contribuyente es necesario y obligatorio presentar en los formatos determinados por el SRI, las declaraciones de sus obligaciones tributarias en las fechas y períodos establecidos.
 Recuerde declarar a tiempo sus impuestos; usted puede declarar desde el primer día de cada mes hasta el día del vencimiento del plazo. No opere hasta el vencimiento del plazo.
 Evite multas y sanciones penales. El artículo 383 del Código Tributario establece como obligación la entrega total o parcial de los tributos recaudados por parte de los contribuyentes en los períodos de declaración, y el artículo 383 del Código Tributario sanciona la detención con prisión de 2 a 5 años.

PLAZOS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS

PERIODO	IMPUESTO	PLAZO PARA PAGAR
SEMIANUAL	IVA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración
TRIMESTRAL	IMPUESTO A LA RENTA	15 días hábiles siguientes al vencimiento del período de declaración

SRI DIRECCION REGIONAL CENTRO II
 DEPARTAMENTO DE SERVICIOS TRIBUTARIOS
VENTANILLA 1
 FIRMA DEL FUNCIONARIO RESPONSABLE: *[Firma]*
 FECHA: 07/08/2011

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: *[Firma]*
Usuario: AEVM010410 **Lugar de emisión:** RIOBAMBA/PRIMERA **Fecha y hora:** 07/08/2011 14:25:04

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 0691734021001
RAZON SOCIAL: PROLISOYA PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE SOYA CIA LTDA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: MONTALVO RODRIGUEZ NELSON EDUARDO
CONTADOR:

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 13/07/2011
FEC. CONSTITUCIÓN: 13/07/2011
FEC. INSCRIPCIÓN: 07/09/2011
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

FABRICACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA Y OTROS PRODUCTOS

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: VELASCO Calle: AV. ALFONSO CHAVEZ Número: 37-55
Intersección: GALO PLAZA Referencia ubicación: FRENTE A LA GASOLINERA ORIENTAL Telefono Trabajo: 032966812
Fax: 032968809 Celular: 097864607
DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA, SOCIEDADES
* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1
JURISDICCIÓN: REGIONAL CENTRO II CHIMBORAZO CERRADOS: 0

PLAZAS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS

Table with columns for tax periods (JULIO, AGOSTO, SEPTIEMBRE, OCTUBRE, NOVIEMBRE, DICIEMBRE) and rows for different tax types (IMPUESTO A LA RENTA, IVA, etc.). Includes a signature and stamp from the SRI Regional Office.

Usuario: AEVM010410 Lugar de emisión: RIOBAMBA/PRIMERA Fecha y hora: 07/09/2011 14:25:04



**REPUBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**

SISTEMA NACIONAL DE VIGILANCIA Y CONTROL
INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE Y MEDICINA TROPICAL
"LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ"

**CERTIFICADO DE REGISTRO SANITARIO
INSCRIPCIÓN DE ALIMENTOS NACIONALES**

El Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" certifica que el producto denominado:

Marca: LECHE DE SOYA CON AZUCAR "1 SOYA"
Elaborado por: GENNY CASTILLO OLAYA
Origen del Fabricante: CDLA. URDENOR II ETAPA MZ 222 SOLAR 3; GUAYAQUIL - ECUADOR
Titular: GENNY CASTILLO OLAYA
A solicitud de: GENNY CASTILLO OLAYA
Tipo de Alimento: CEREALES Y DERIVADOS
Envase: Botella PET transparente - Tapa rosca con sello de seguridad de Polietileno de alta densidad color azul de 500 ml

Forma de conservación: Refrigeración

Fórmula de composición:

.....	%
Soya.....	20,00
Azúcar.....	5,00
Especias Aromáticas.....	0,5
(Clavo de olor 25%, canela 50% y pimienta de olor 25%)	
Agua c.s.p.....	100,00



Período de Vida Útil: 3 días
Ha sido inscrito y registrado con el No. 6598-INHG-AN-12-10

Venta: LIBRE
Solicitud: IAN-10-2519
En Guayaquil: 28/12/2010
Vigente hasta: 28/12/2015

**DIRECTOR NACIONAL
DEL INHMT "LIP"**

Technology Support: The design of the workshop, the production line, the technical drawing, files and the layout of the equipment.

Flow Chart :

