



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ESTUDIO SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS Y  
PROPIEDADES ALIMENTICIAS DE LA SOYA EN EL CANTÓN NARANJITO Y  
SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE CONSUMO.**

**Autores:           Jennifer Adriana Quise Quitio  
                          Carlos Gregorio Ullauri López**

**Tutora:             Econ. Rosa Espinoza  
                          Milagro, Marzo del 2013**

**ECUADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**COMERCIALES**

**ACEPTACIÓN DE LA TUTORA**

En mi calidad de tutora del Proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal de Milagro.

**CERTIFICO**

Que he analizado el proyecto de grado presentado por los Egresados **Jennifer Adriana Quise Quitio** y **Carlos Gregorio Ullauri López**, para optar al título de:

**INGENIEROS COMERCIALES**

El proyecto de grado tiene como tema **“ESTUDIO SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS Y PROPIEDADES ALIMENTICIAS DE LA SOYA EN EL CANTÓN NARANJITO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE CONSUMO.”** y el problema se refiere: ¿ De qué manera afecta el conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de la soya en los niveles de consumo en los habitantes del cantón Naranjito?.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

---

Econ. Rosa Espinoza

**TUTORA**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

**Jennifer Adriana Quise Quitio** y **Carlos Gregorio Ullauri López**, dejamos constancia de que el proyecto presentado a continuación, no consta en la facultad administrativa de la Universidad Estatal de Milagro y que somos las absolutas responsables de su autoría y elaboración.

Milagro, a los 07 días del mes de marzo del 2013

---

Jennifer Adriana Quise Quitio

CI:0921633178

---

Carlos Gregorio Ullauri López

CI:0927159764

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**COMERCIALES**

**CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

El **TRIBUNAL CALIFICADOR** previo a la obtención del título de **INGENIERIA COMERCIAL** otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	.....
DEFENSA ORAL	.....
TOTAL	.....
EQUIVALENTE	.....

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

---

## **DEDICATORIA**

Este proyecto se lo dedico a Dios ya que él nunca se ha apartado de mí y me ha llevado por el camino del bien, a mis queridos padres y hermanos que siempre han estado conmigo en los momentos más difíciles de mi vida y sobre todo en el transcurso de mis estudios universitarios.

A mi adorado esposo por brindarme siempre su apoyo incondicional y estar conmigo en todo momento y sobre todo a mi hijo que fue quien me impulso a seguir adelante.

**Jennifer Adriana Quise Quitio**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto se lo dedico a Dios ya que él fue el pilar fundamental en mi vida ya que nunca se apartó de mí, a mis queridos padres y mi hermana que me han formado como una persona correcta y por estar conmigo en los momentos difíciles de mi vida.

Sobre todo agradezco a mi esposa e hija que siempre están conmigo apoyándome en todo momento

A mis queridos amigos que son parte de mi familia, aunque no nos unen lazos sanguíneos los considero mis hermanos y a todos quienes con sus consejos y críticas constructivas han colaborado a mi formación profesional.

**Carlos Gregorio Ullauri López**

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos brindar nuestros más sinceros agradecimientos a Dios quien nos brinda cada día sabiduría e inteligencia y por darnos fuerzas para poder enfrentar los retos que se nos presentan en el diario vivir.

Agradecemos sobre todo a nuestra Universidad Estatal de Milagro por formarnos como profesionales capaces de enfrentarnos a la sociedad.

A nuestra tutora Econ. Rosa Espinoza por haber dedicado tiempo y compartido sus conocimientos para el desarrollo de este proyecto ya que es el último escalón para alcanzar una meta propuesta.

**Jennifer Quise y Carlos Ullauri**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc.

**JAIME OROZCO HERNÁNDEZ**

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“ESTUDIO SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS Y PROPIEDADES ALIMENTICIAS DE LA SOYA EN EL CANTÓN NARANJITO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE CONSUMO.”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativa y comerciales.

Milagro, 07 de marzo del 2013

---

Jennifer Adriana Quise Quitio

CI:0921633178

---

Carlos Gregorio Ullauri López

CI:0927159764



## INDICE GENERAL

INTRODUCCION.....	1
<b>CAPITULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
<b>1.1 Planteamiento del problema.....</b>	<b>2</b>
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 delimitación del problema.....	3
1.1.3 formulación del problema.....	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	4
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>4</b>
1.2.1 Objetivo general de la investigación.....	4
1.2.2 Objetivo específico de la investigación.....	5
<b>1.3 Justificación.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO REFERENCIAL</b>	
<b>2.1 Marco teórico.....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	19
2.1.3 Fundamentación.....	23
<b>2.2 Marco legal.....</b>	<b>36</b>
2.2.1 Normas constitucionales.....	36
2.2.2 Personas usuarias y consumidoras.....	37
2.2.3 Soberanía Alimentaria.....	37
2.2.4 Política Comercial.....	39
2.2.5 Intercambios económicos y comercio justo.....	39
2.2.6 Formas de organización de la producción y su gestión.....	40
2.2.7 Formas de trabajo y su retribución.....	40
2.2.8 Naturaleza y ambiente.....	41

2.2.9 Biodiversidad.....	41
2.2.10 Ley Orgánica del Consumidor.....	41
2.2.11 Derechos y Obligaciones de los consumidores.....	45
2.2.12 Código de la Producción.....	46
<b>2.3 Marco conceptual.....</b>	<b>48</b>
<b>2.4 Hipótesis y variables.....</b>	<b>49</b>
2.4.1 Hipótesis general.....	49
2.4.2 Hipótesis particulares.....	50
2.4.3 Declaración de variables.....	50
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	51

### **CAPITULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

<b>3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....</b>	<b>52</b>
<b>3.2 La población y la muestra.....</b>	<b>53</b>
3.2.1 Característica de la población.....	53
3.2.2 Delimitación de la población.....	53
3.2.3 Tipo de muestra.....	53
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	53
3.2.5 Proceso de selección.....	55
<b>3.3 Los Métodos y técnicas.....</b>	<b>55</b>
3.3.1 Método teórico.....	55
3.3.2 Método empírico.....	56
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	56
3.4 Propuesta de procedimiento estadístico.....	56

### **CAPITULO IV**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

<b>4.1 Análisis de la situación actual.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....</b>	<b>68</b>
<b>4.3 Resultados de la encuesta.....</b>	<b>68</b>

<b>4.4 verificación de hipótesis.....</b>	<b>70</b>
---	-----------

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

<b>5.1 Tema.....</b>	<b>71</b>
----------------------	-----------

<b>5.2 Fundamentación.....</b>	<b>71</b>
--------------------------------	-----------

5.3 Justificación.....	76
------------------------	----

5.4 Objetivos.....	77
--------------------	----

5.4.1 Objetivo general.....	77
-----------------------------	----

5.4.2 Objetivos específicos.....	77
----------------------------------	----

5.5 Ubicación.....	77
--------------------	----

5.6 Factibilidad.....	78
-----------------------	----

5.7 Descripción de la propuesta.....	79
--------------------------------------	----

5.7.1 Actividades.....	96
------------------------	----

5.7.2 Recursos y Análisis Financiero.....	96
---	----

5.7.3 Impacto.....	110
--------------------	-----

5.7.4 Cronograma.....	111
-----------------------	-----

5.7.5 Lineamiento de la Propuesta.....	111
--	-----

<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>114</b>
--------------------------	------------

<b>ANEXOS DE REFERENCIA.....</b>	<b>115</b>
----------------------------------	------------

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1</b>	
Taxonomía.....	8
<b>Cuadro N° 2</b>	
Composición Química.....	8
<b>Cuadro N° 3</b>	
Variedades de la soya.....	13
<b>Cuadro N° 4</b>	
Superficie, producción y productividad de las principales provincias soyeras del Ecuador.....	16
<b>Cuadro N° 5</b>	
Distribución de la producción de soya en la Provincia de los Ríos del año 2008.....	17
<b>Cuadro N° 6</b>	
Declaración de Variables.....	49
<b>Cuadro N° 7</b>	
Operacionalización de las variables.....	50
<b>Cuadro N° 8</b>	
Opinión sobre los consumos de los productos de la soya.....	56
<b>Cuadro N° 9</b>	
Opinión si usted incluiría en su dieta normal el consumo de la soya .....	57
<b>Cuadro N° 10</b>	
Opinión si considera usted que al consumir productos a base de soya mejoraría su estilo de vida .....	58
<b>Cuadro N° 11</b>	
Opinión sobre sus niveles de conocimiento sobre las propiedades alimenticia de la soya.....	59
<b>Cuadro N° 12</b>	
Opinión sobre los problemas de salud que son presentados por los malos hábitos alimenticios .....	60

**Cuadro N° 13**

Opinión si le gustaría recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea .....61

**Cuadro N° 14**

Opinión si considera usted que la soya previene algún tipo de enfermedades.....62

**Cuadro N° 15**

Opinión si usted Cree que la falta de publicidad provoca, que no haya mucha demanda del producto de la soya .....63

**Cuadro N° 16**

Información si dentro del cantón Naranjito hay locales donde se consume soya.64

**Cuadro N° 17**

Considera usted que la poca demanda del producto de la soya genere que no haya niveles de consumo.....65

**Cuadro N° 18**

Cuando desea adquirir productos derivados de la soya la cantidad de puntos de ventas que la comercializan.....66

**Cuadro N° 19**

Análisis FODA.....85

**Cuadro N° 20**

Matriz FODA.....86

**Cuadro N° 21**

Análisis Porter.....87

**Cuadro N° 22**

Amenaza de entrada de nuevos competidores .....87

**Cuadro N° 23**

Amenaza de ingreso de productos o servicios sustitutos .....88

**Cuadro N° 24**

Rivalidad entre los competidores.....88

**Cuadro N° 25**

Poder de negociación de los Compradores o clientes.....	89
<b>Cuadro N° 26</b>	
Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.....	89
<b>Cuadro N° 27</b>	
Resumen.....	90
<b>Cuadro N° 28</b>	
Recursos Humanos.....	95
<b>Cuadro N° 29</b>	
Recursos Financieros.....	96
<b>Cuadro N° 30</b>	
Financiamiento del Proyecto.....	96
<b>Cuadro N° 31</b>	
Activos Fijos.....	97
<b>Cuadro N° 32</b>	
Detalles de Gastos.....	98
<b>Cuadro N° 33</b>	
Depreciación de los Activos Fijos.....	99
<b>Cuadro N° 34</b>	
Costos de Ventas.....	100
<b>Cuadro N° 35</b>	
Presupuestos de Ingresos.....	100
<b>Cuadro N° 36</b>	
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	101
<b>Cuadro N° 37</b>	
Balance General.....	102
<b>Cuadro N° 38</b>	
Flujo de Efectivo.....	103
<b>Cuadro N° 39</b>	
Índices Financieros.....	104
<b>Cuadro N° 40</b>	
Ratios Financieros.....	106

<b>Cuadro N° 41</b>	
Punto de Equilibrio.....	107
<b>Cuadro N° 42</b>	
Factores de rendimientos.....	107
<b>Cuadro N° 43</b>	
Razones Financieras.....	108
<b>Cuadro N° 44</b>	
Cronograma.....	110

## INDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA Nº 1</b>	
Planta de Soya.....	7
<b>FIGURA Nº 2</b>	
Etapa vegetativa.....	9
<b>FIGURA Nº 3</b>	
Etapa vegetativa.....	9
<b>FIGURA Nº 4</b>	
Etapa vegetativa.....	10
<b>FIGURA Nº 5</b>	
Etapa Reproductiva.....	10
<b>FIGURA Nº 6</b>	
Etapa Reproductiva.....	11
<b>FIGURA Nº 7</b>	
Etapa Reproductiva.....	11
<b>FIGURA Nº 8</b>	
Etapa Reproductiva.....	12
<b>FIGURA Nº 9</b>	
Etapa Reproductiva.....	12
<b>FIGURA Nº 10</b>	
Grano de Soya.....	12
<b>FIGURA Nº 11</b>	
Importancia e la soya.....	21
<b>FIGURA Nº 12</b>	
Composición de la soya.....	24
<b>FIGURA Nº 13</b>	
Producto no fermentados.....	25
<b>FIGURA Nº 14</b>	
Poroto de soya.....	26
<b>FIGURA Nº 15</b>	



Brote de soya.....	26
<b>FIGURA Nº 16</b>	
Aceite de soya.....	27
<b>FIGURA Nº 17</b>	
Harina de soya.....	28
<b>FIGURA Nº 18</b>	
Tofu.....	28
<b>FIGURA Nº 19</b>	
Salsa de soya.....	29
<b>FIGURA Nº 20</b>	
Tempeh.....	29
<b>FIGURA Nº 21</b>	
Opinión sobre el consumo de productos de la soya.....	56
<b>FIGURA Nº 22</b>	
Opinión si usted incluiría en su dieta normal el consumo de la soya.....	57
<b>FIGURA Nº 23</b>	
Opinión si considera usted que al consumir productos a base de soya mejoraría su estilo de vida.....	58
<b>FIGURA Nº 24</b>	
Opinión sobre sus niveles de conocimiento sobre las propiedades alimenticia de la soya.....	59
<b>FIGURA Nº 25</b>	
Opinión sobre los problemas de salud que son presentados por los malos hábitos alimenticios .....	60
<b>FIGURA Nº 26</b>	
Opinión si le gustaría recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea.....	61
<b>FIGURA Nº 27</b>	
Opinión si considera usted que la soya previene algún tipo de enfermedades.....	62
<b>FIGURA Nº 28</b>	

Opinión si usted Cree que la falta de publicidad provoca, que no haya mucha  
demanda del producto de la soya .....63

**FIGURA Nº 29**

Información si dentro del cantón Naranjito hay locales donde se consume.....64

**FIGURA Nº 30**

Considera usted que la poca demanda del producto de la soya genere que no  
haya niveles de consumo.....65

**FIGURA Nº 31**

Cuando desea adquirir productos derivados de la soya la cantidad de puntos de  
ventas que la comercializan.....66

**FIGURA Nº 32**

Ubicación.....77

**FIGURA Nº 33**

Organigrama Estructural.....79

**FIGURA Nº 34**

Organigrama Funcional.....80

**FIGURA Nº 35**

Logotipo.....91

**FIGURA Nº 36**

Anuncio Publicitario.....93

**FIGURA Nº 37**

Tarjeta de presentación.....94

**FIGURA Nº 38**

Red Social - Facebook.....94

## RESUMEN

El presente trabajo se ha realizado un estudio descriptivo y a su vez de campo ya que se ha interactuado directamente con las personas con la finalidad de insertar en el mercado alimenticio un producto de origen asiático como es la soya el mismo que brinda un alto contenido de proteínas y calcio esenciales en nuestro organismo.

Los naranjiteños desconocen en gran parte los beneficios y propiedades alimenticias que esta leguminosa genera.

Nuestra idea es crear una microempresa dedicada a la elaboración de productos a base de soya especialmente la leche esenciales en la salud ya que a su vez será una alternativa para nuestros futuros clientes al momento de realizar sus compras con esto se pretende captar una gran acogida de todos los naranjiteños y sus recintos aledaños nuestro principal objetivo es buscar la forma de poder posesionarnos en el mercado.

Por ello se ha realizado una entrevista y una encuesta las cuales nos servirán de gran ayuda para saber todas las necesidades e inquietudes de la población con el fin de lograr la acogida propuesta.

Estos resultados van a ser presentados en el capítulo IV con sus respectivos cuadros y gráficos estadísticos, este trabajo de investigación, contribuirá a generar ingresos y empleo para la población naranjiteña.

Mercado alimenticio, Beneficios y propiedades.

## **ABSTRACT**

The present study was a descriptive study and in turn field as it has interacted directly with people in order to insert into the food market a product as Asian soybean it provides high protein content and essential calcium in our body.

The largely unknown naranjiteños benefits and nutritional properties that generates leguminous.

Our idea is to create a small business dedicated to the production of soy-based products especially milk essential health and that in turn will be an alternative for our future customers when making purchases with it is to capture a large reception all enclosures surrounding naranjiteños and our main goal is to find ways to market possession.

We carried out by an interview and a survey which will help us a great help to know the needs and concerns of the population in order to achieve the given host.

These results will be presented in Chapter IV with their statistical tables and charts, this research will help to generate income and employment for the population naranjiteña.

Food market, benefits and nutritional properties.

## Introducción.

La presente investigación tiene como objetivo crear una Micro empresa con el fin de realizar productos derivados de la soya como lo son la leche y el tofu, también conocido como queso de soya. Los que nos inspiró a realizar este proyecto es que la mayoría de las personas desconocen de los beneficios nutritivos que posee la soya.

Este trabajo de investigación está compuesto por cinco capítulos, en los cuales se sustentan todo el trabajo de análisis que permitió elaborar una propuesta coherente y efectiva.

El **capítulo I** contiene la descripción del problema, su formulación, el establecimiento de objetivos, hasta culminar en la justificación.

El **capítulo II** contiene el marco teórico con sus respectivos antecedentes y fundamentación teórica, donde se dejan sentadas las teorías que permiten dar paso a un trabajo científico.

En el **capítulo III** se presenta la metodología con el diseño y selección de la muestra a quienes se les aplicó los instrumentos de recolección de información, como las entrevistas y encuestas, así como el respectivo tratamiento estadístico de la información obtenida.

Los resultados de la investigación se presentan en el **capítulo IV**, donde se procedió a elaborar tablas o cuadros estadísticos y diagramas de pastel, dando énfasis a aquellos resultados que permitieron verificar las variables de la investigación.

Así, se dio paso a una propuesta en el **capítulo V**, la misma que hace referencia a la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de productos derivados de la soya como lo son: la leche y el tofu de soya.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN**

En el Cantón Naranjito hay un porcentaje minoritario de personas que saben acerca de los beneficios que brinda la soya y el otro porcentaje mayoritario no conocen sobre este producto por lo cual origina que este grupo consuman comidas poco saludables y a la vez perjudiciales para la salud.

En forma general no existe un adecuado conocimiento de los valores nutricionales y beneficios que brinda la soya, porque la mayoría de nosotros le damos un desinterés a la información brindada del producto.

El desconocimiento del producto se da a varias causas que pueden ser los malos hábitos alimenticios que en si conlleva a poder obtener problemas de salud tales como enfermedades digestivas y el desmejoramiento de la calidad nutricional, también se puede observar que un factor importante es la falta de publicidad del producto, ya que si no existe un buen mercadeo no se comercializarían y ni se produciría este producto que cuenta con un alto valor nutricional.

Por esta razón el presente trabajo pretende dar a conocer las bondades que posee la soya y todos los beneficios que se le otorga sobre la salud de los seres humanos, es decir, hoy en día, la soya es considerada un alimento esencial que contiene una serie de propiedades que lo hace nutritivo y beneficioso por lo que se recomienda su consumo en grandes cantidades y no solo por su funcionalidad sino también por su alto contenido en proteínas. y el efecto que causa en la alimentación, ofreciendo una propuesta que favorezca a la salud.

### **1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Campo:** Administrativo

**Área:** Sector Comercial

**Variable Independiente:** Malos hábitos alimenticios, Poca Publicidad del producto.

**Variable Dependiente:** **Problemas** de salud, Escases de la demanda del producto.

### **1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera afecta el conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de la soya en los niveles de consumo en los habitantes del cantón Naranjito?

### **1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

1. ¿De qué forma los malos hábitos alimenticios afectan a la salud de las personas?
2. ¿De qué manera la poca publicidad incide en la percepción que tienen las personas sobre los beneficios nutricionales de la soya?
3. ¿De qué forma los canales de comercialización de los derivados de la soya afectan la accesibilidad a los clientes para adquirir estos productos?
4. ¿De qué manera la poca demanda de los productos derivados de soya afecta a los niveles de consumo?

### **1.1.5 DETERMINACIÓN DEL TEMA**

ESTUDIO SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS Y PROPIEDADES ALIMENTICIAS DE LA SOYA EN EL CANTÓN NARANJITO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE CONSUMO.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO General**

Determinar de qué manera afecta el conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de la soya en sus niveles de consumo por parte de los habitantes del cantón Naranjito, mediante una investigación que utilizaron como instrumento la encuesta, para determinar la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración de productos de soya y sus derivados.



## **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar de qué forma los malos hábitos alimenticios afectan a la salud.
- Identificar de que manera la poca publicidad incide en los beneficios nutricionales de la soya.
- Verificar de qué manera los canales de comercialización del producto de soya afectan la accesibilidad a los clientes para adquirir este producto.
- Analizar de qué manera la poca demanda de los productos de soya afecta a los niveles de consumo.

## **1.3. JUSTIFICACIÓN.**

En el Cantón Naranjito existe un índice de personas que no conocen sobre la soya y por ende los beneficios que esta leguminosa produce, esto genera a los malos hábitos alimenticios que afectan cada día y en muchos casos son las causas de problemas y enfermedades graves.

Por este motivo hemos decidido realizar esta investigación para que los Naranjiteño conozcan sobre la soya que a base de este obtendrían una dieta balanceada o equilibrada a través de los alimentos que forman parte de cada una de las comidas saludables para que nuestro organismo tenga un buen funcionamiento, ya que tener una dieta balanceada y sana nos ayuda prevenir varias enfermedades como: la obesidad, hipertensión, anemias, cáncer, diabetes u osteoporosis, entre otras. Además, permite tener una mejor calidad de vida en todas las edades.

Para que ésta sea posible, es importante consumir una variedad de alimentos todos los días, por tal motivo una dieta rutinaria es difícilmente que pueda abarcar todos los beneficios nutritivos que nuestro cuerpo necesita.

Por este motivo pretendemos dar a conocer a la soya, utilizando buenas publicidades para que de este modo se eleven los niveles de consumo ya que en la actualidad son bajos, de esta manera lo consumirían más personas y mejorarían su salud.

## CAPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1 Antecedentes Históricos

##### LA SOYA

Desde hace más de cuatro mil años, el fréjol de soya ha sido utilizado la alimentación humana, por sus infinitas bondades. Los primeros sembríos de esta leguminoso aparecieron primero en China, es una planta que crece en las regiones subtropicales la temperatura optima para su desarrollo es entre 20 y 25 oc Su porte es arbustivo y presenta muchos pelos en todas partes su fruto es una vaina que se forma y crece en las axilas de las hojas y puede contener hasta 5 semillas de soya. (GUERRERO, J; 2010)

**Figura 1.**  
**La Soya**



Fuente:[www.restaurantscostarica.com/images/soja.jpg](http://www.restaurantscostarica.com/images/soja.jpg)

## TAXONOMÍA

La taxonomía de la soya se observara en la siguiente tabla

**Cuadro 1.**  
**Taxonomía**

Nombre Común :	Soya, Soja
Nombre Científico :	Glycine Max
Clase :	Angiosperma
Subclase :	Dicotiledónea
Orden :	Leguminosa
Familia :	Rosales
Género :	Glycine
Especie :	Max

**Fuente:** Produce; Programa Estratégico de Necesidades de Investigación Tecnológico de Monterrey (MÉXICO 2003)

## COMPOSICIÓN QUÍMICA

La composición del grano de soya se muestra a continuación

**Cuadro 2.**  
**COMPOSICIÓN QUÍMICA**

COMPONENTES	%
Proteínas:	40
Carbohidratos:	25
Grasa:	20
Agua:	10
Cenizas:	5

**Fuente:** Proyecto de Inversión para el Reposicionamiento de una Productora de y Comercializadora de Helados de Soya (**Carreño, J, 2010**)

## DESCRIPCIÓN BOTÁNICA

La escala desarrollada por (**Ferh y Cavines**) es la más utilizada para la descripción de los estados fenológicos externos de la soya.

## ETAPA VEGETATIVA

Los estados vegetativos de la soya es la siguiente:

**VE:** Este estado se caracteriza porque emerge la plántula (planta vascular que se produce cuando germina la semilla) en forma de arco.

**Figura 2.**  
**ETAPA VEGETATIVA**



**Fuente:**[www.sunfoodcz/soja.phtml](http://www.sunfoodcz/soja.phtml)

**VC:** Se produce cuando el hipocotilo (planta germinada en un estado posterior a la germinación) está enderezado y los cotiledones están totalmente desplegados. Las células de la cara superior del hipocotilo cesan su crecimiento, las células de la cara inferior siguen creciendo y provocan dicho enderezamiento

**Figura 3.**  
**ETAPA VEGETATIVA**

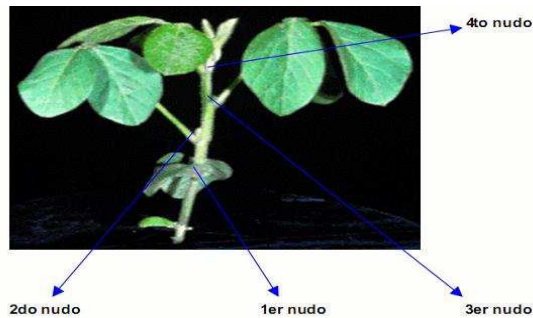


**Fuente:**[cicgr.agron.edu/CICGR/home.html](http://cicgr.agron.edu/CICGR/home.html)

**VN:** Se produce la formación nudos en la planta, posteriormente se transforma en flores

Figura 4.

### ETAPA VEGETATIVA



Fuente: [cicgr.agron.edu/CICGR/home.html](http://cicgr.agron.edu/CICGR/home.html)

### ETAPA REPRODUCTIVA

La etapa reproductiva de la de la planta de soja está dada por los siguientes estados:

**R1:** Es el inicio de la floración, se presenta una flor abierta en cualquier nudo del tallo principal. Las flores miden entre 6y7 mm de largo su color puede ser blanca o con distintos tonos de púrpura.

**R2:** En esta etapa se produce la floración completa de la planta de soja donde se observa una flor abierta en uno de los nudos superiores del tallo principal con hojas totalmente desplegadas. Esta etapa indica el comienzo de un periodo de acumulación constante de materia seca.

Figura 5.

### ETAPA REPRODUCTIVA



Fuente: <http://www.mda.state.mn.us/pestsurvey/factsheets/>

**R3:** Se da el inicio de formación de vainas, una vaina en uno de los cuatro nudos superiores del tallo principal.

**R4:** En este estado las vainas están completamente desarrolladas, aparece una vaina de 2 cm aproximadamente en uno de los cuatro nudos superiores del tallo principal con hojas totalmente desplegadas.

**Figura 6.**

**ETAPA REPRODUCTIVA**



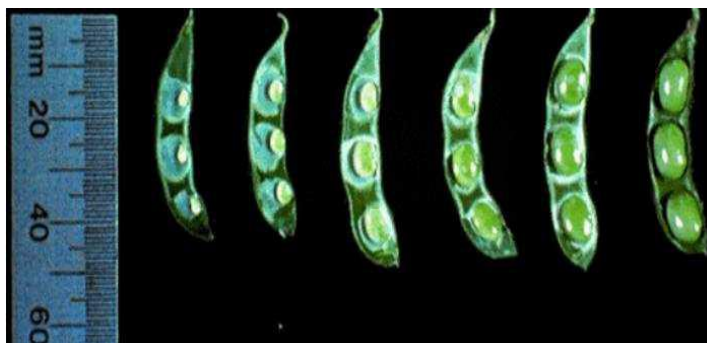
**Fuente:** <http://www.mda.state.mn.us/pestsurvey/factsheets/>

**R5:** Se da el inicio de formación de semillas, una vaina ubicada en uno de los cuatros nudos superiores del tallo principal, la vaina contiene semillas de 3 cm de larga aproximadamente.

**R6:** Las semillas se desarrollan completamente, donde las vainas llegan a alcanzar alrededor de 5 cm

**Figura 7.**

**ETAPA REPRODUCTIVA**



**Fuente:** <http://soybean.agronomy.wisc.edu/.../reproductive.htm>

**R7:** Se produce el inicio de maduración, las vainas se han secado. La semilla alcanza la madurez fisiológica y junto con la vaina pierde su coloración verde. La semilla contiene un 60% de humedad.

### ETAPA REPRODUCTIVA

**Figura 8**



**Figura 9**



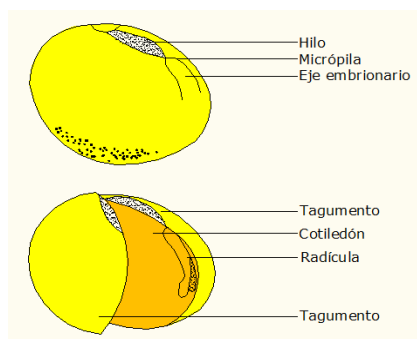
Fuente: <http://soybean.agronomy.wisc.edu/.../reproductive.htm>

### GRANO DE SOYA

El grano de soya tiene una forma ovoidea. Las partes del grano de la soya se muestran a continuación:

**Figura 10**

### GRANO DE SOYA



Fuente: [www.agroimpulso.com.ar](http://www.agroimpulso.com.ar)



La cáscara o tegumento es la envoltura del grano. Esta envoltura le da un sabor un tanto amargo a los productos alimenticios a base de soya por lo que se desecha.

El cotiledón está formado por células largadas llenas de cuerpos proteicos rodeada por numerosos esferosomas de aceite, contiene la mayor parte de las proteínas del grano que se hidrolizan por la acción de de proteasas durante la germinación y sirven de sustrato para el crecimiento del embrión.

**LAS VARIETADES DE LA SOYA SE PUEDEN IDENTIFICAR EN EL SIGUIENTE CUADRO.**

**Cuadro 3**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>VARIETADES DE LA SOYA</b>				
Color de las vainas	CEA CH 86	INTA TAIWÁN S-2036	CB 3296	1088SCB	1088SC
Color de la flor	Crema	Crema	Marrón	Crema	Crema
Color de la pubescencia	Violeta	Blanca	Blanca	Violeta	Violeta
Color de hiliium	Castaño	Castaño	Negro	Castaño	Castaño
Días de floración	61	49	49	45	43
ciclo vegetativo(días)	155	118	136	118	118

**Fuente: ABURTO Isabel; Evolución de las variedades de Soya, INTA; 2004**

## **El cultivo de soya a nivel mundial**

La soya es el principal cultivo oleaginoso cultivado a nivel mundial, seguido por la colza y el girasol. En la campaña 2007- 2008, la superficie mundial descendió en un 6% respecto a la campaña anterior; siendo más notorio en EEUU primer productor del mundo, donde esta campaña descendió en un 15% a favor del cultivo del maíz principalmente. **(ABURTO Isabel; Evolución de las variedades de Soya, INTA; 2004)**

### **La soya en el Ecuador:**

En el país, la soya se la conoce desde los primeros años de la década de los 30, en donde la prensa local, le daba el calificativo de “extraordinario fréjol chino”; sin embargo, en esa época su difusión en el litoral no tuvo éxito. En años posteriores, se hicieron otros intentos para introducir este cultivo a la agricultura nacional con resultados negativos.

La explotación comercial de la soya prácticamente se inicio en 1973, con la siembra de 1227ha. En la actualidad se siembran alrededor de 65 mil ha. Por año con proyecciones de aumentarse en los próximos años. El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) ha jugado un rol importante en la entrega de variedades mejoradas junto con sus respectivas tecnologías de manejo. Producto de ello es el aumento de los rendimientos a nivel comercial que de 1200Kg /ha en 1973 se ha llegado a obtener hasta 2900Kg/ha en el 2001.

Sin embargo, el incremento notado aun deja mucho que desear, si se toma en cuenta la alta capacidad de producción que genéticamente poseen las variedades liberadas por el INIAP, las cuales a nivel experimental alcanzaron de 4500a 6500Kg/ha. Inicialmente, la siembras se realizaron con variedades introducidas principalmente de los Estados Unidos y Colombia, posteriormente con materiales desarrollado por el INIAP.

## **Zonas productoras**

En el país las zonas tradicionalmente productoras de soya se localizan en la parte alta de la Cuenca del río Guayas o también llamada “Zona Central” y la parte baja de la misma cuenca.

- La primera esta circunscrita a los alrededores de las poblaciones de El Empalme, Quevedo, Buena Fe, Fumisa, Patricia Pilar, Valencia, San Carlos, La Maná, Mocache y otras. Estos ecosistemas se caracterizan por tener alta precipitación durante la época lluviosa de enero a mayo, y buena retención de humedad en sus suelos, por lo que en muchas de ellas no es necesario aplicar riego durante el ciclo del cultivo en época seca.
- La segunda zona, comprende a la parte baja de la cuenca del río Guayas y esta circunscrita a los alrededores de las poblaciones de Ventanas, Catarama, Pueblo Viejo, San Juan, Vinces, Baba, Babahoyo, Montalvo, Febres Cordero, Simón Bolívar, Boliche y otras. En la época seca con excepción de los sectores de Babahoyo y Boliche, en donde el cultivo necesita de riego suplementario durante su desarrollo, las otras producen la soya únicamente con la humedad remanente que queda en el suelo luego de la cosecha del arroz.

## **Épocas de siembra**

La fecha de siembra de la soya está directamente relacionada con la cosecha debido a que esta labor necesita un periodo completamente seco (7).

Es por ello que en nuestro medio (Cuenca Alta y Baja del Río Guayas) el cultivo debe realizarse en rotación, inmediatamente después de la cosecha del arroz y maíz, con el propósito de aprovechar al máximo la humedad residual que queda en los suelos después de la época lluviosa, así como para prevenir la incidencia de la “mosca blanca” en el cultivo.

## Situación actual de la soya

La soya es un rubro importante para la economía local de 4264 unidades de producción agrícola. La demanda más representativa de este cultivo proviene de la formulación de balanceados para el área pecuaria. Además, su uso marginal como alimentación humana: leche, harina, carne de soya o su consumo directo como grano. Este cultivo de ciclo corto tiene una estacionalidad del 100% en verano.

La provincia de mayor superficie sembrada del grano es Los Ríos (92,6%), seguida por Guayas (7,1%).

## SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE LAS PRINCIPALES PROVINCIAS SOYERAS DEL ECUADOR.

**Cuadro 4**

Provincias	Superficies (ha)	% Nacional	Producción <sup>TM</sup>	Rendimiento Actual (TM/ha)
LOS RÍOS	53225	92,6	95469	1,79
GUAYAS	4075	7,1	6120	1,5
OTRAS PROVINCIAS	183	0,3	300	1,64
TOTAL NACIONAL	57483	100	101889	1,77

**Fuentes de Información:** Sistema de Información Geográfica del Agro (SIGAGRO, 2009) del Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP)

La superficie sembrada de soya en el Ecuador fue de aproximadamente 58 mil ha., con una producción de 101889 TM y un rendimiento de 1,77 TM/ha. La soya cosechada tiene como destino principal la industria de alimentos balanceados; el sector avícola es el destino principal de los subproductos de la soya. Según datos del Sistema de Información del III Censo Agropecuario (SICA) la torta de soya representa del 15 al 20% de la composición de los alimentos balanceados.

## Localización de los cultivos de soya

El 96% de producción de soya se concentra en la Provincia de los Ríos la provincia cuenta con cultivos de esta leguminosa distribuidas en diferentes cantones, además que posee gran cantidad de industrias de secado y centros de acopio.

**En la siguiente tabla se muestran los datos de distribución de la producción de soya en la Provincia de los Ríos del año 2008.**

**Cuadro 5**

<b>CANTÓN</b>	<b>SUPERFICIE SEMBRADA (hectáreas)</b>	<b>PRODUCCIÓN (toneladas)</b>
Baba	1076	1921
Urdaneta	1638	2924
Montalvo	14500	23020
Babahoyo	29954	47555
Santa Fe	3667	5821
Quevedo	3515	4320

**Fuente:** III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO ELABORACIÓN; Proyecto SICA-BIRF/MAG-Ecuador; 2008; [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)

El clima de la Provincia de los Ríos es cálido húmedo, con una temperatura anual que oscila entre los 22.C y 33.C con variaciones mínimas en todo el año. La humedad relativa oscila entre el 81 y 88%.La distribución de lluvias está definida entre los meses de diciembre a mayo; la estación seca se presenta en los meses de junio a noviembre.

La temperatura optima de germinación para le semilla de soya se ubica entre 24.C y 32.C, pudiendo realizar la siembra a partir de los 20.C Por lo que el clima de la Provincia de los Ríos es propicio para el cultivo de soya.

## **ÉPOCAS Y CARACTERÍSTICAS DEL SUELO CULTIVABLE**

El cultivo de la soya en las zonas de agrícolas de la provincia de Los Ríos se realiza de forma anual en los meses de mayo a octubre; el ciclo vegetativo de la leguminosa oscila entre 100 y 150 días.

La provincia de Los Ríos posee distintos tipos de suelos como son arcillosos, franco-arcillosos y franco-limosos, que se caracterizan por la alta capacidad de retención de agua y permeabilidad, propicios para la producción de soya.

## **PROCESO AGROINDUSTRIAL**

El proceso de cosecha y post cosecha de la soya abarca las siguientes actividades:

1. Cosecha
2. Desvainado
3. Secado
4. Pelado
5. Elaboración de alimentos

### **Cosecha**

La cosecha de la soya se recomienda realizarla cuando las semillas tienen una humedad entre 13° y 15°, pero debido a que el cultivo en la zona es artesanal los agricultores se basan solamente cuando la vaina se torna en un color café.

La cosecha es realizada de forma manual al desprender las vainas de la planta, la planta servirá de abono para el siguiente cultivo después del arado.

### **Desvainado**

Este proceso se realiza de manera artesanal, el cual consiste en colocar las vainas de la soya en costales o tendales formando un bulto; para posteriormente golpear este bulto contra una pared logrando que la vaina se triture.

A continuación se realiza un proceso de limpieza separando las vainas trituradas, Tallos, ramas y polvo de los granos mediante un tamizado. Por último la soya es almacenada en costales para ser entregados a los centros de acopio.

## **Secado**

Una vez realizada la limpieza, los granos de soya son transportados a centros de acopio donde son secados. El proceso de secado es realizado por medio de hornos fijos contruidos de bloque, por la parte inferior de estos hornos circula aire caliente; el aire caliente se obtiene al quemar GLP. e impulsado por un ventilador.

Posteriormente del secado, la soya es colocada en sacos y almacenados bajo techo para su venta y comercialización.

## **Pelado**

Antes del pelado, se hace una hidratación del grano, logrando que la cáscara se torne sumamente blanda, permitiendo así un desprendimiento de ésta de una manera más fácil. A nivel micro industrial el pelado luego de la hidratación de la soya es realizado de forma manual. (Proceso de cosecha de la soya (CENSO NACIONAL AGROPECUARIO ELABORACIÓN 2008))

## **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

### **ILSI Argentina**

#### **Serie de Informes Especiales**

Clara Rubinstein 1 y 2 EDICION Buenos Aires: Publitec, 2004.

### **Seguridad de los Organismos Genéticamente**

#### **Modificados: el caso de la soja GM en la Argentina**

##### **M. Burachik**

Nuestro país ha sido pionero en el desarrollo, adopción y regulación de nuevos cultivos mejorados mediante ingeniería genética, genéricamente conocidos como OGM. En efecto, desde 1991 la CONABIA (Comisión Nacional Asesora de Biotecnología Agropecuaria) evalúa la bioseguridad, supervisando el desarrollo y la liberación experimental y eventualmente comercial- de estas nuevas

variedades. La soja tolerante al herbicida glifosato fue el primer cultivo de este tipo aprobado para su siembra y su uso como materia prima alimentaria.

La forma de referirse a los alimentos derivados de organismos genéticamente modificados (OGM) está con frecuencia dirigida a inducir un prejuicio negativo en el público. El término “alimentos genéticamente modificados” es solo válido para unos pocos alimentos -como papas, tomates y algunas otras hortalizas- cuando son consumidas como tales (cabe aclarar que en la Argentina solo hay maíz, soja y algodón GM). Esta denominación enfoca la modificación en el alimento, lo cual, generalizado, induce a suponer que todo alimento derivado de un OGM está también modificado, lo cual no es en absoluto correcto.

### **Base de datos de composición de soja cultivada en la Argentina**

M.G. Cásale

El Comité Internacional de Biotecnología Alimentaria (IFBiC) de ILSI ha lanzado recientemente una Base de Datos de Composición de Cultivos Agroalimentarios ([www.cropcomposition.org](http://www.cropcomposition.org)) de acceso público. Este proyecto es parte de los que se están desarrollando en relación con la evaluación de seguridad alimentaria de productos biotecnológicos, en particular cultivos mejorados mediante técnicas de ingeniería genética u OGM (organismos genéticamente modificados). Esta información es de suma importancia para reunir una base de datos que permita caracterizar y determinar los rangos de variabilidad natural para macro y micronutrientes, compuestos bioactivos y tóxicos naturales.

Este tipo de datos resulta clave para los procesos de evaluación de seguridad alimentaria que recomiendan a Food and Agriculture Organization (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), basados en un enfoque comparativo que se concentra muy especialmente en la composición bioquímica de los cultivos modificados en relación con sus contrapartes convencionales. Es por esto que se ha comenzado por la recopilación de datos de variedades e híbridos



convencionales, de modo de establecer valores de base contra los cuales poder comparar más adecuadamente los nuevos cultivos que deban evaluarse.

### **Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya**

Debido a la creciente importación de soya desde los EEUU y otros países, varias instituciones buscan mejorar el producto

**Figura 11.**



**Fuente:**[www.hoy.com.ec/.../ecuador-no-tiene-suficiente-cultivo-de-soya-377112.HTML](http://www.hoy.com.ec/.../ecuador-no-tiene-suficiente-cultivo-de-soya-377112.HTML)

La soya que se consume en el Ecuador es, en su mayoría, importada debido a los escasos cultivos que existen en el país y a la calidad de la semilla nacional.

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) a través de su Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos desarrolló una nueva variedad de soya que será entregada a los agricultores el 18 de noviembre. INIAP 308 es una semilla de mayor calidad y resistencia que se entregará en el litoral ecuatoriano. La nueva variedad contará con un potencial de rendimiento superior a los 6 000 kilogramos por hectárea. Además posee buena altura de planta y de carga, lo que favorece la cosecha directa.

Asimismo, INIAP 308 tiene un ciclo de producción a la cosecha de 110 a 120 días y produce de 109 a 150 semillas por planta.

De igual forma, la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (Senacyt) junto a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil realizan investigaciones para incrementar la producción de soya y de esa forma disminuir la importación de la leguminosa.

Ángel Llerena, jefe del proyecto, espera incrementar el rendimiento por hectárea del producto que actualmente no puede abastecer la demanda nacional. Para esto, utilizará biofertilizantes que estimulen la producción de la planta y por ende, aumente los ingresos económicos de los sojeros.

Para Ricardo Guamán, representante del INIAP, estas variedades y nuevos estudios estimularán el cultivo nacional. Esto es de vital importancia debido al crecimiento del consumo de la torta de soya (producto que ya no contiene aceite), que actualmente se ubica en cerca de 45 mil toneladas mensuales.

Esto, sumado a los \$25,5 que cuesta el quintal de soya, hace que sembrar esta leguminosa represente un buen negocio para el agricultor.

Desafortunadamente, las condiciones climáticas desfavorables para los sembríos provocan una escasa producción, la misma que cubre solamente el 10% de la Demanda nacional.

Se estima que este año existen alrededor de 50 mil hectáreas cultivadas. Cada una produce alrededor de 1 500 kilos, cuando el mínimo, según Guamán, que se debe dar es 3 000 kilos por hectárea.

Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), de enero a agosto de 2009, el país importó 437,89 mil kilogramos de la soya, lo que representa unos \$866,90 mil

Esto quiere decir un incremento del 46,93% en relación al mismo periodo del año pasado.

El principal importador de soya es los Estados Unidos con el 79,1% del total. (JMF). Los derivados a base de soya amplían el mercado consumidor. Una de las razones por las que la soya es un producto de crecimiento comercial en el país es la variedad de derivados que se puede obtener.

Entre los principales productos a base de soya, se encuentra la leche. El litro de este producto se comercializa a ¢75, es decir, ¢10 más que la leche de vaca. Otra de las presentaciones que tiene acogida en el mercado es la leche de soya saborizada con frutas.

De igual forma, las salchichas y la carne vegetal tienen costos que van desde los \$2. Según varios consumidores, estos precios son similares a los productos tradicionales del mercado.

Para Mónica Freire, jefa de Comercialización Interna de Camari, las ventas de este producto representan el 10% del total de la tienda de comercio solidario. Freire considera que la producción de la soya debe incrementarse en el país para poder llegar a un mercado cada vez más creciente.

Según datos del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), la producción nacional es poco significativa y no se compara con la de países como Brasil, que llega a las 23 millones de hectáreas cultivadas. (JMF)

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **La soya como fuente alimenticia**

La soya es altamente recomendable por sus principios digestibles lo que da un balance muy adecuado en la alimentación, es valiosa fuente de proteínas, en la figura 1.3 se visualiza la distribución porcentual de nutrientes del grano de soya.

**Figura 12.**



**Fuente:** [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10197/.../D-42161.p...](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10197/.../D-42161.p...)

**Proteínas:** Contienen todos los aminoácidos esenciales, con la ventaja de que carece de compuestos purínicos por lo que no da lugar a la formación de ácido úrico, dándole un valor dietético incalculable. Cabe recalcar que las proteínas vegetales, tienen bajo nivel de aminoácidos con contenido de azufre (cistina y metionina), a los cuales se debe el aumento de la excreción de calcio, lo que conlleva a una mejor asimilación de este mineral en el cuerpo

**Grasas:** Prácticamente son de forma digestible total, por su alto contenido en ácidos grasos insaturados, siendo los ácidos linoleico (40 – 50%) y oleico (17 – 20%) los predominantes, seguidos de linolénico, palmítico, esteárico en proporciones entre 10 – 5%, cuya característica principal es que permiten emulsionar, es decir mezclar las grasas del organismo con el agua para facilitar su expulsión, que ayuda a prevenir la formación de colesterol.

En la actualidad es reconocido que la grasa insaturada es benéfica para la salud al contrario que la saturada, por lo que entre los aceites vegetales, la lecitina de soya tienen un gran posicionamiento en el mercado.

Sin embargo, el aceite insaturado es también susceptible a la oxidación y deterioro de la calidad, por lo que el proceso convencional del aceite de soya ha sido confeccionado para reducir el grado de insaturación por hidrogenación selectiva de ácido linoleico el cual es el ácido graso que se oxida más rápido.

**Carbohidratos:** Comprenden entre el 25 y 30% y son en su mayor parte glúcidos que son consumidos o sintetizados en el organismo, incluso en los casos de diabetes, formando glucosa tan solo un 5-6% de ellos.

**Vitaminas:** Su mayor aporte se deriva a las vitaminas A y C cuya participación por cada 100g de granos de soya es 4,5mg y 2,3 MG respectivamente.

**Minerales:** Se encuentran presentes en la soya; el Calcio (200mg), Potasio (170mg), Hierro (3mg) todos por cada 100g de granos, valores que duplican a los aportados por la leche de vaca, triplican a la carne de res.

### **Subproductos de la soya**

Cuando nos hablan de soya, usualmente pensamos en la carne de soya o en la salsa de soya, pero probablemente nos sorprenderíamos al darnos cuenta que la variedad de productos derivados de este alimento es muy grande.

Estos se pueden dividir en dos grupos: los no-fermentados y los fermentados.

#### **1. PRODUCTOS NO-FERMENTADOS:**

**Figura 13.**



**Fuente: NUTRICIÓN Y VIDA SANA DR. JESÚS LLONA LARRAURI**

**Poroto de soya:** es el estado natural de la soya; son las semillas de esta planta. Es una legumbre redonda, parecida al garbanzo pero más pequeña. Se cocina de la misma forma que otras legumbres, pero suele ser más dura, por lo que hay que remojarla al menos por 12 horas antes de cocerla. Es un poco más insípida que

otras legumbres también, por lo que es necesario usar más condimento para prepararla.

Lo podemos encontrar en algunos supermercados (sección productos naturales) y tiendas especializadas

**Figura 14.**



**Fuente: NUTRICIÓN Y VIDA SANA DR. JESÚS LLONA LARRAURI**

**Brotes de soja ("diente de dragón"):** Es la soya germinada, puesta en remojo y luego mantenida con humedad. Es una buena fuente de vitamina C, y es usada principalmente en ensaladas y en guisos, como por ejemplo en la comida china. Los podemos encontrar en cualquier supermercado, en la sección de verduras. (Benítez, J (2008), *Estudio de la soya derivados en la alimentación, Universidad equinoccia Quito Ecuador!*)

**Figura 15**

**Leche de soya**



**Fuente: NUTRICIÓN Y VIDA SANA DR. JESÚS LLONA LARRAURI**

**Leche de soya:** Es un líquido blanco que resulta de un proceso de remojar y moler los porotos, filtrar y hervir. Se consume hace más de 2000 años y es

fácilmente digerible. Si la comparamos con la leche de vaca, la leche de soya contiene más hierro, carece de sodio, tiene seis veces menos calcio, la mitad de grasas y calorías, una cantidad similar de vitaminas B, sin colesterol ni residuos químicos.

La podemos encontrar, en polvo, en supermercados (sección productos naturales) y tiendas especializadas (aquí la oferta usualmente es mayor, ofreciendo leches naturales y saborizadas), y también se encuentra presente en productos como Ades (leche de soya mezclada con jugo de frutas) en cualquier supermercado

**Figura 16.**  
**Aceite de soya**



**Fuente: NUTRICIÓN Y VIDA SANA DR. JESÚS LLONA LARRAURI**

**Aceite de soya:** No tiene colesterol, una cantidad de ácidos grasos saturados similar a los del aceite de oliva, una de las mayores cantidades de ácidos grasos poli insaturados entre todos los aceites (67%), y una abundante cantidad de ácidos mono insaturados. Contiene ácido graso esencial linolénico u omega 3 que tiene muchas propiedades, entre ellas beneficioso para la piel y para la prevención de las enfermedades cardíacas, por lo que resulta beneficioso para la salud cardiovascular. Lo podemos encontrar principalmente en tiendas especializadas, y ocasionalmente en supermercados.

**Figura 17.**  
**Harina de soya**



**Fuente: NUTRICIÓN Y VIDA SANA DR. JESÚS LLONA LARRAURI**

**Harina de soya:** Es similar a la harina de trigo en cuanto a textura, pero muy nutritiva, ya que tiene 3 veces más proteínas que la carne, sin gluten, y rica en minerales y vitaminas. Se extrae de las hojuelas del poroto de soya y es usada en la elaboración de pan y repostería principalmente.

La podemos encontrar en algunos supermercados y en tiendas especializadas.

**Figura 18.**  
**Tofu**



**Fuente: NUTRICIÓN Y VIDA SANA DR. JESÚS LLONA LARRAURI**

**Tofu:** es el queso que se obtiene de la leche de soya. Parece queso fresco y es muy nutritivo; pero no ahondaremos más en esto, ya que le dedicaremos un artículo aparte. Lo podemos encontrar sólo en tiendas especializadas.



**Figura 19.**  
**Salsa de soya**



**Fuente;** <http://www.alfonzorivas.com/imgproduct/salsadesoya.jpg>

**Salsa de soya:** Líquido marrón oscuro elaborado a partir de soya fermentada durante un año y medio bajo la acción de un hongo (*Aspergillus oryzae*).

Por su sabor salado, se utiliza en los aliños como sustituto de la sal en dietas bajas en sodio. Existen tres tipos de salsas: shoyu (mezcla de soyas y trigo), tamari (hecha de soya y de subproductos de la elaboración del miso) y teriyaki (más fuerte que las otras porque incluye ingredientes como azúcar, vinagre y especias).

**Figura 20.**  
**Tempeh**



**Fuente:** <http://www.cookeryonline.com/Resource/Images/tempeh.jpg>

**Tempeh:** Es una especie de torta salada, tiene una textura estable y un sabor de hongo con sabor a nueces. El tempeh puede ser usado en diferentes maneras. Normalmente el tempeh es cortado y freído hasta que la superficie esté crujiente y dorada. El tempeh, también pueden ser usado como ingrediente en sopas, cremas de untar, ensaladas y sándwiches.

Producto indonesio obtenido por la fermentación, durante 1 día, de las semillas de soya mezcladas con arroz o mijo. Esta transformación es debida a la acción de un hongo (*Rhizopus oligosporus*).

Se puede usar como sustituto de la carne o consumir crudo o frito, rebozado, o a la plancha.

Su valor nutricional es similar al del tofu, aunque contiene más fibra dietética.

Como consecuencia del proceso de fermentación, se eleva de su contenido en proteínas (19,5 g), calcio, hierro y vitamina B12 (el triple que la leche de vaca) y, a la vez, se destruye el ácido fítico que contenía, sustancia que impide la absorción intestinal de ciertos minerales (Calcio, Hierro y Cinc).

Al contener fermentos, resulta muy digestivo porque es favorable para la flora intestinal.

## **BENEFICIOS DE LA SOYA EN LA SALUD**

Es difícil pensar en otro alimento tan común y que aporte tantas ventajas como la Semilla de soya. Es una ironía, el hecho de que la soya sea utilizada como ingrediente granel o emulsionante, en el 70% de los alimentos elaborados, probablemente sea su ingrediente más nutritivo. Las ventajas que aporta la soya son numerosas. Es la forma más completa de proteínas de alta calidad.

Su fácil digestión comparable a la de la leche de vaca, es un rasgo peculiar, ya que la mayoría de las proteínas vegetales son menos digeribles que las de origen animal.

La proteína de soya es rica en aminoácidos esenciales, especialmente la lisina, y es muy parecido a las proteínas de origen animal como las de la carne y los huevos.

La soya es una fuente de calcio importante. La mitad de un vaso de (125g / 4oz) de leche de soya aporta aproximadamente el 50% de calcio contenido en la mitad de un vaso de leche materna. En muchas ocasiones, la leche de soya es parecida a la leche desnatada en cuanto al valor nutritivo. La soya contiene niveles de ácido fólico y envase rica en hierro, potasio y magnesio. También contiene cantidades limitadas de vitaminas B2, B3, B12 y D

Al tratarse de un producto de planta, soya está libre de colesterol e incluso puede contribuir a reducir su nivel en la sangre. La soya contiene una alta concentración de varios componentes que demuestran su anti cancerígeno, incluyendo las *isoflavonas* (encontradas en la soya en cantidades mayores que en cualquier otro alimento), los inhibidores de proteasa y ácido fítico. Asimismo, se ha demostrado que las isoflavonas ejercen un efecto positivo en la función de vasos sanguíneos y a su vez reducen el riesgo de osteoporosis. Además, la soya contiene un alto nivel de grasa poli insaturada, los esenciales ácidos grasos omega-3, tanto linolénico, y un bajo nivel de grasas saturadas.

Es una fuente importante de fibra, baja en calorías en todas sus formas. La soya es la fuente principal de los componentes no nutritivos llamados fitoestrogenosy contiene cantidades de aproximadamente 3 miligramos por 100 gramos en granos Crudos. Diversas investigaciones han demostrado que el geinstein impide el crecimiento de las células que pueden obstruir las arterias causando aterosclerosis y además, puede prevenir los coágulos de la sangre. Por último, la soya contiene pocas cantidades de sodio y por tanto, es útil para los que siguen una dieta baja en sal. Aparte de ser saludable y nutritiva, la soya es un alimento fácil de digerir. Gracias a su alto valor nutritivo, especialmente en cuanto a las

proteínas que aporta, la soya puede crear una base esencial para una dieta tanto naturista como vegetariana estricta.

Incluso los que son vegetarianos pueden beneficiarse de un aporte adicional de soya en su comida diaria, con el fin de reemplazar otras fuentes de las proteínas. Así mismo, puede usarse en combinación con la carne para aportar la fibra de la que carece la proteína de origen animal.

## **LA SOYA**

### **Aliada de la salud**

Está comprobada la capacidad de este grano como elemento nutricional que previene el cáncer, la osteoporosis, la artritis y la enfermedad coronaria. Por Lucía Lecuna .La Soya, o Soja, como también se le conoce, es un valioso vegetal del grupo de las leguminosas, dentro de las que se incluyen las caraotas, los garbanzos, las lentejas y todos sus similares. Se le conoce como un aliado nutricional desde hace más de 5.000 años, pues existen registros que demuestran su rol y presencia en la dieta de los habitantes de los países asiáticos.

La soya es considerada como la leguminosa que reúne la mayor cantidad de atributos, gracias a la diversidad de sus nutrientes, que benefician notablemente a quienes la consumen. Tal como afirma la licenciada Zulema Zarzalejo, nutricionista, fundadora del Centro de Alimentación y Nutrición Infantil (CANIA) y quien dirige el Centro HARA, nutrición y estética, los aportes de proteínas imprescindibles para el bienestar de los seres humanos -cercaos a 35% de su valor nutricional total-, carbohidratos, aminoácidos y minerales como el magnesio, el cobre, el zinc y el manganeso, sólo se encuentran juntos en este pequeño grano.

Aunque la planta es originaria de China, su nombre provienen del Japón (Soy). Muchos países, al igual que Venezuela, siembran el grano de soya en grandes

extensiones de terrenos, pero es Estados Unidos el país que, actualmente, produce más cantidad de soya. Una importante parte de su inmensa población ha aceptado la inclusión de sus subproductos en la dieta cotidiana, al tiempo que los laboratorios han desarrollado nuevas alternativas para crear recetas más aceptadas por el paladar occidental.

## **BAJO LA LUPA DEL MUNDO**

Como grano, la soya es sumamente versátil pues puede usarse de diferentes maneras. "Tiene un sabor muy profundo o fuerte, pero se han descubierto nuevas formas de prepararla o de acondicionarla para que podamos incluirla en nuestra dieta cotidiana", explicó Zarzalejo. Es así como realmente usamos los subproductos de la soya que se obtienen luego de que se remoja, se fermenta, se procesa y se seca para obtener las hojuelas de soya.

En algunos mercados -como el de los chinos de El Bosque, en Caracas- se consigue la harina de soya, el queso (mejor conocido como tofu), la carne, las salsas y la leche de soya -que realmente es el agua cargada de nutrientes, que surge después de remojar el grano por más de 12 horas.

Para quienes no tienen chance de ir a mercados como el citado, las cadenas de farmacias y auto mercados ofrecen diversas marcas de leches de soya, tanto para adultos como para bebés. Para los pequeños que sufren de alergia o intolerancia a la proteína de la leche de vaca, se han popularizado las leches de fórmula, que sustituyen la proteína de la leche de vaca por la proteína de soya, conservando el resto de los micronutrientes que traen la mayoría de las fórmulas.

Los pequeños reciben una excelente opción nutricional que también les aporta el agua necesaria para la vida, junto a mucha proteína y los minerales que sacian sus requerimientos. Sin embargo, en vista de que los niños necesitan una importante cantidad de vitaminas y minerales, es muy probable que el pediatra la complemente con hierro o polivitamínicos, tanto para los que toman fórmula con la proteína de leche de vaca, como para los que reciben las fórmulas con proteína

aislada de soya. (Lecuna, L (2009), *La soya aliada de la salud*, recuperado en <http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/120709/salud.shtml> )

Para los adultos también existen varias marcas de leche de soya. Esta bebida les aporta una invaluable cantidad de elementos y fibra que ayudan a prevenir diversas enfermedades, como la osteoporosis, distintos tipos de cáncer -como los de mama, útero y próstata-, y la enfermedad coronaria. La FDA (Federal Drug Administración, por sus siglas en inglés), ha confirmado que los alimentos que contienen la proteína de soya, ayudan a reducir las posibilidades de desarrollar estas enfermedades.

## **RICOS EN BENEFICIOS**

La leche de soya es mucho más que proteína. Al igual que el tofu, esta leche posee un alto valor de estrógenos vegetales isoflavonoides que ayudan a la mujer, en su edad pre-menopáusica, en la prevención del cáncer mamario. Estos isoflavonoides también aumentan la mineralización ósea; por tanto, inciden en la prevención de la osteoporosis. También ayudan a proteger contra la arteriosclerosis y algunos tipos de cáncer. Como afirma Zarzalejo: "La mayor demostración de los beneficios de una alimentación rica en soya, es la salud que disfrutaban miles de asiáticos. De hecho, cuando modifican su dieta para adaptarla a la de otros países, también disminuye su calidad de vida pues comienzan a tener mayores problemas de salud".

El tofu, por su parte, se asemeja por su color, textura y sabor, a un queso suave. Es muy popular, pues es un excelente complemento de la dieta de quienes no toleran la lactosa. Se obtiene con la cuajada de sales cáusticas de la leche de soya. Su mayor potencial es que tiene mucha vitamina B12, 8% de proteínas, Calcio y zinc. Las hojuelas también permiten obtener el aceite de soya, cuyo sabor es muy ligero, al tiempo que su composición lo hace rico en Omega 6 y en ácido linoleico. Termina siendo un poliinsaturado que disminuye el colesterol dañino, el LDL de la sangre. La soya igualmente tiene la cualidad de estimular los fitoesteroles, que son subproductos similares al colesterol pero de origen vegetal.

Su mayor beneficio es que impiden la absorción del colesterol. En Brasil, los supermercados ofrecen una margarina que tiene fitoesteroles, los cuales también impiden el desarrollo de las células cancerígenas.

Las hojuelas de soya desgrasadas sirven para crear las tres principales categorías de productos a base de proteína de soya: harinas, concentrados y aislados. Las harinas se usan para enriquecer panes y pastas, mientras que los concentrados sirven para hacer la carne de soya, que logra una apariencia parecida a la carne de hamburguesas. Para quienes también cuidan su apariencia, la soya tiene el beneficio de ser muy hidratante y su efecto se ve en la piel que se hace más flexible y menos propensa a las arrugas. Su consumo regular ayuda al desarrollo muscular y físico y alivia los dolores asociados al Síndrome premenstrual.

(Distribuidores independientes, Vivir Futuro (2008), Herbalife <http://vivefuturodistribuidorindependiente>.)

**Que Es Publicidad** Tiene por objetivo informar, persuadir y/o recordar. Por ejemplo, en el caso de un nuevo producto se puede utilizar la publicidad para informar al público objetivo la existencia de ese producto, sus beneficios, ventajas, dónde adquirirlo, etc... En el caso de un producto con cierto tiempo en el mercado y que es ya conocido por el público objetivo se puede utilizar la publicidad para persuadir a que éste realice compras repetitivas del producto. Finalmente, si el producto es conocido y es adquirido por el público objetivo, se podría que utilizar la publicidad para recordar o mantener viva la imagen de marca.

Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

**Canales directos:** cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios.

Para los tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas.

**Canales indirectos:** son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de nuestra empresa.

Para los tales fines, podemos valernos de una serie de recursos comerciales establecidos, entre los cuales se destacan:

**A) Representantes autorizados:** empresas que se dedican a comercializar en forma exclusiva, nuestros productos, en áreas o ciudades que no son la nuestra.

**B) Distribuidores autorizados:** empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, también trabajan nuestra línea de productos o servicios, en áreas, ciudades o países que no son los nuestros.

**C) comerciantes mayoristas:** se refiere a supermercados, hoteles, mall, zonas francas o de libre comercio, cadenas de tiendas, etc. Los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países que no son los nuestros.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **2.2.1 NORMAS CONSTITUCIONALES**

**Art. 13.-** Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.



### **2.2.2 Personas usuarias y consumidoras**

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

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

### **2.2.3 Soberanía alimentaria**

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

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

6. Promover la preservación y recuperación de la agro biodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.
12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.
13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.
14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

**Art. 282.-** El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra.

Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes.

El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental.

#### **2.2.4 Política comercial**

**Art. 304.-** La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

#### **2.2.5 Intercambios económicos y comercio justo**

**Art. 335.-** El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

**Art. 336.-** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

### **2.2.6 Formas de organización de la producción y su gestión**

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

### **2.2.7 Formas de trabajo y su retribución**

**Art. 325.-** El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

**Art. 333.-** Se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado de autosustento y cuidado humano que se realiza en los hogares.

El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares.

La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley.

### **2.2.8 Naturaleza y ambiente**

**Art. 395.-** La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

### **2.2.9 Biodiversidad**

**Art. 400.-** El Estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad, cuya Administración y gestión se realizará con responsabilidad intergeneracional.

Se declara de interés público la conservación de la biodiversidad y todos sus componentes, en particular la biodiversidad agrícola y silvestre y el patrimonio genético del país.

### **2.2.10 LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

**Art.1.- Ámbito y Objeto.-** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter

orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

**Art.2.- Definiciones.-** Para efectos de la presente Ley, se entenderá por Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

**Consumidor.-** Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

**Contrato de Adhesión.-** Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

**Derecho de Devolución.-** Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, Internet, u otros medios similares.

**Especulación.-** Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificialmente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los

consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor. Información

**Básica Comercial.-** Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

**Oferta.-** Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

**Proveedor.-** Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

**Publicidad.-** La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

**Publicidad Abusiva.-** Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y

seguridad personal y colectiva Una recopilación de Ernesto Iturralde & Asociados S.A.

Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

**Publicidad Engañosa.-** Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

**Servicios Públicos Domiciliarios.-** Se entiende por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicios de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable, u otros similares.

**Distribuidores o Comerciantes.-** Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

**Productores o Fabricantes.-** Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

**Importadores.-** Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.



**Prestadores.-** Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

**Art.3.- Derechos y Obligaciones Complementarias.-** Los derechos y obligaciones establecidas en la presente

Ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

### **2.2.11 DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES**

**Art.4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.-** Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
- 2 Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
- 3 Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse<sup>1</sup>

## **2.2.12 CODIGO DE LA PRODUCCION**

**Art. 52.- Sanciones.-** Los administradores u operadores de zonas especiales de desarrollo económico serán sancionados por las infracciones que contempla este capítulo, dependiendo de la gravedad de cada caso, con:

---

<sup>1</sup><http://www.yturalde.com/leyconsumidorpdf.pdf>

**Para las infracciones leves:**

- a. Amonestación por escrito; y,
- b. Multa cuyo valor será de un mínimo de diez y un máximo de cien salarios básicos unificados para el trabajador en general.

**Para las infracciones graves:**

- a. Multa cuyo valor será de un mínimo de cincuenta y un máximo de doscientos salarios básicos unificados para el trabajador en general;
- b. Suspensión de la autorización otorgada para desarrollar sus actividades, por un plazo de hasta tres meses;
- c. Cancelación definitiva de la calificación de operador dentro de la respectiva zona especial de desarrollo económico; y,
- d. Revocatoria de la autorización de una zona especial de desarrollo económico. En el caso de daño ambiental, los responsables, además de las sanciones establecidas, estarán obligados a realizar el proceso de remediación de conformidad con la normativa ambiental vigente, en apego a las normas de la Constitución y la Ley.

Las sanciones previstas para las infracciones leves podrán ser adoptadas por la unidad competente para el control operativo de las zonas especiales. Las sanciones previstas para las infracciones graves serán adoptadas por el Consejo Sectorial de la producción.

Para la aplicación de las sanciones detalladas en este artículo, deberá instaurarse previamente el respectivo proceso administrativo, cuyo procedimiento será establecido en el Reglamento a este Código. La suspensión de las autorizaciones, la cancelación o la revocatoria conllevan la suspensión o terminación de los incentivos tributarios concedidos, por el mismo periodo de la sanción que se establezca.

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Soya:** El fréjol de soya es una leguminosa de riqueza nutritiva incomparable y de alto poder nutritivo.

**Alimentación sana:** es la ingesta de alimentos con la finalidad de obtener de ellos los nutrientes que el cuerpo necesita para conservar la salud.

**Vitaminas:** proviene del latín, Vita (vida) e ina (sustancia). Estas pueden ser consideradas, como sustancias heterogéneas, las cuales son imprescindibles para la vida del ser humano. Sin ellas, nosotros no podríamos vivir.

**Industria Farmacéutica:** es un sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento y también la prevención de las enfermedades

**Industria Alimentaria:** es la parte de la industria encargada de la elaboración, transformación, preparación, conservación y envasado de los alimentos de consumo humano

**Producto de Calidad:** es aquel que cumple las expectativas del cliente. Si un producto no cumple todas las expectativas del cliente, el cliente se sentirá desilusionado.

**Alimento:** toda sustancia elaborada, semielaborada o natural que se destina al consumo humano.

**Proteínas:** Sustancia constitutiva de las células y de las materias vegetales y animales. Es un biopolímero formado por una o varias cadenas de aminoácidos, fundamental en la constitución y funcionamiento de la materia viva, como las enzimas, las hormonas, los anticuerpos, etc.

**Nutrición:** Preparación de los medicamentos, mezclándolos con otros para aumentarles la virtud y darles mayor fuerza.

**Carbohidratos:** Los glúcidos, carbohidratos, hidratos de carbono o sacáridos son moléculas orgánicas compuestas por carbono, hidrógeno y oxígeno, energéticas son las (lípidos) grasas y, en menor medida, las proteínas y los ácidos nucleídos.

**Isoflavonas:** Las isoflavonas son sustancias vegetales secundarias, que pueden actuar como estrógenos en el cuerpo y tener funciones protectoras. Las isoflavonas se encuentran principalmente en la soya y su capacidad terapéutica es mayor que la de otras sustancias fitoestrogénicas como los lignanos

**Leguminosa:** Nombre común de un grupo de plantas muy numeroso, que incluye unas 17.000 especies, antes considerado como una única familia y en la actualidad identificado con el orden de las Fagales. Las leguminosas tienen una gran importancia desde el punto de vista económico ya que incluyen muchas especies que se utilizan como alimento, por ejemplo el guisante (chícharo), la judía (frijol) o el maní; otros queso productoras de aceite, como la soja (soya); algunas de interés forrajero como el trébol y la alfalfa o especies ornamentales como la glicina o la falsa acacia (Ochoa, S; 2010; Alimentación y Nutrición Humano).

## 2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

### Hipótesis General

Los niveles de consumo de soya y sus derivados por parte de los habitantes del cantón Naranjito se ven afectados por el conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de esta leguminosa.

## 2.4.2 Hipótesis Particulares

- Los malos hábitos alimenticios afectan a la salud de las personas
- la poca publicidad incide en la percepción que tienen las personas sobre los beneficios nutricionales de la soya
- Los canales de comercialización de los derivados de la soya afectan la accesibilidad a los clientes para adquirir estos productos
- La poca demanda de los productos derivados de soya afecta a sus niveles de consumo.

## 2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES

**Cuadro 6.**

<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	
Los malos hábitos alimenticios afectan a la salud de las personas.	<b>Dependiente</b>	Malos hábitos alimenticios
	<b>Independiente</b>	Salud de las personas
La poca publicidad incide en la percepción que tienen las personas sobre los beneficios nutricionales de la soya	<b>Dependiente</b>	Poca publicidad
	<b>Independiente</b>	Beneficios nutricionales de la soya
Los canales de comercialización de los derivados de la soya afectan la accesibilidad a los clientes para adquirir estos productos	<b>Dependiente</b>	Canales de comercialización
	<b>Independiente</b>	Accesibilidad de los clientes para adquirir un producto
La poca demanda de los productos derivados de soya afecta a sus niveles de consumo.	<b>Dependiente</b>	Poca demanda
	<b>Independiente</b>	Niveles de consumo

## 2.4.4 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Cuadro 7.

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
<b>VD:</b> Malos hábitos alimenticios	Costumbres equivocadas	Niveles de desconocimiento del producto	Entrevista
<b>VI:</b> Salud de las personas	Alimentación adecuada genera energía y vida sana	Niveles de conocimiento sobre el producto	Encuestas
<b>VD:</b> Poca publicidad	Escasez de medios para difundir una noticia	Estudio de mercado	Entrevista
<b>VI:</b> Beneficios nutricionales de la soya	Información que se adquiere sobre las bondades de la soya	Nivel de conocimiento de la soya	Encuesta
<b>VD:</b> Canales de comercialización	Lugares donde se expandirá el producto debe ser amplio	Estudio de mercado	Encuesta
<b>VI:</b> Accesibilidad de los clientes para adquirir un producto	Acción de llegar un producto hacia los clientes	Niveles de consumo	Encuesta
<b>VD:</b> Poca demanda	El producto no cumple con las expectativas del cliente	Niveles de Consumo	Encuesta
<b>VI:</b> Niveles de consumo	Que el producto cumpla con los requerimientos del cliente	Estudio de mercado	Encuesta

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación es descriptiva y explicativa, debido a que se hace un análisis minucioso de cada uno de los factores y variables, se ha investigado y posteriormente se explica a través de los análisis de cada uno de ellos en la factibilidad del problema propuesto.

El tipo de investigación se caracteriza por ser exploratoria y diagnóstica, ya que por medio de este se ha hecho un trabajo de campo y un estudio de mercado permitiéndonos diagnosticar la posibilidad de éxito y además verificar la hipótesis planteada. **(HERNANDEZ, S; 2004, Metodología de la Investigación).**

#### **Modalidad de la investigación**

Nuestro trabajo de campo obteniendo investigación directa de las personas, que conforma nuestro grupo objetivo, corresponde a su vez a una investigación bibliográfica que se ha fundamentado en obtener información ya establecida que permitirá enriquecer nuestro marco teórico y posteriormente determinar los componentes que conforman parte de la propuestas, se puede decir que nuestro tema es de tipo descriptivo correlacionar porque aplica instrumento, técnicas para verificar que todas las hipótesis se puedan concretar de una manera aceptable

#### **Diseño de investigación**

Nuestra investigación realizada es de tipo no experimental porque no afecta a las variables intencionalmente y es un diseño transversal porque lo utilizamos en una



sola ocasión el siguiente instrumento como es la encuesta mediante un cuestionario de preguntas en este caso serán direccionada hacia las personas que habitan en el Cantón Naranjito

## **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

La población que se tomará en cuenta es de todas las personas que viven en el Cantón Naranjito que en la actualidad son 40000 habitantes aproximadamente según lo indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Municipio del Cantón Naranjito de esto se sacará una muestra que se va a utilizar para poder conocer las inquietudes y las necesidades de nuestros futuros clientes.

### **3.2.2 Delimitación de la población**

**Campo:** Estadísticos

**Área:** Urbana y Rural

**Aspecto:** Estudio de los niveles de consumo y el desconocimiento del producto de la soya en el Cantón Naranjito

**Lugar:** Cantón Naranjito

**La población:** Es finita debido que conocemos el total de los habitantes del Cantón Naranjito, esta información se la obtuvo mediante el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC),y el Municipio de este cantón así se pudo saber con exactitud cuál es la población .

### **3.2.3 Tipo de la muestra**

El tipo de la muestra que se realizará es probabilística, debido a que su población es de todos los habitantes del Cantón Naranjito, esto es mediante una encuesta por medio de un cuestionario que cuenta de 10 preguntas cerradas las cuales permitirán conocer sobre el desconocimiento que existe en este cantón, para así poder satisfacer sus necesidades.

La siguiente encuesta se realizara a 200 mujeres y 180 hombres.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

**Formula:**

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento,  $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento,  $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%;  $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%,  $Z = 1,96$

**Desarrollo de la fórmula:**

$$n = \frac{(40000,00) (0,50) (0,50)}{\frac{(40000,00 - 1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{10000,00}{\frac{(39999,00)(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{10000,00}{\frac{99,9975}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{10000,00}{26,28}$$

n=380

### 3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección de la muestra es de 380 personas que van a ser encuestadas; esta cantidad se la obtuvo como resultado del estudio que se ha efectuado de todos los habitantes del Cantón Naranjito en los diferentes lugares donde se encuentra una mayor afluencia de personas, esto permitirá tener la información que se requiere para poder conocer la aceptación que tendrá este negocio.

## 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

### 3.3.1 Métodos Teóricos

**Métodos Históricos:** Nos ha demostrado importantes aportes para la investigación que se está realizando, esto se debe por la información que se adquirió acerca del desconocimiento y el nivel de consumo de la soya su historia, como su producción, donde se producen más, para así poder obtener un nivel de investigación previa para nosotros.

**Método Inductivo:** Este será explicado al realizar el estudio de cada uno de los acontecimientos o actividades que pertenecen a este trabajo, identificando cuales son la características que se deben tomar en cuenta para la realización de la propuesta.

**Método Deductivo:** Propone que se debe tener en cuenta la realización de un análisis sobre cada uno de las fuentes que aquejan a la problemática que se estableció para así poder satisfacer las necesidades de los consumidores

**Método Hipotético:** Este es usado desde el instante en que se planteó una hipótesis, la misma que es probada reuniendo los diferentes datos que forman parte de la encuesta que se presenta en este trabajo.

**3.3.2 Método Empírico:** Se encuentra relacionado con la práctica por lo cual se ha tomado como técnica a la encuesta y la entrevista debido a esto podemos indicar que este método es empírico complementario

### **3.3.3 Técnicas e Instrumentos:**

Entre las técnicas que se va a emplear, será la encuesta:

**Encuesta:** Esta es una herramienta que más utiliza en la investigación dirigida a los habitantes del Cantón Naranjito, de esta forma las personas que colaboraran en responder las preguntas que se les van a realizar con la finalidad de conocer su opinión, con eso se esperaría mejorar las necesidades de este cantón.

**Cuestionario:** Que nos proporciona una respuesta apropiada por medio de diferentes preguntas las cuales serán cerradas para mayor comodidad del encuestado, éstas se les entregarán a cada una de las personas que serán escogidas al azar en lugares que tengan afluencia de gente. Esto se realizará a los habitantes del Cantón Naranjito contará con 10 preguntas cerradas

## **3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN**

Se va a efectuar un análisis estadístico de los resultados que se van a obtener después de realizar las encuestas a los habitantes del Cantón Naranjito y la encuesta a la vendedora de soya. Se va a establecer debidamente la población y su muestra para tener mejores resultados.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1.- Consume productos a base de soya.

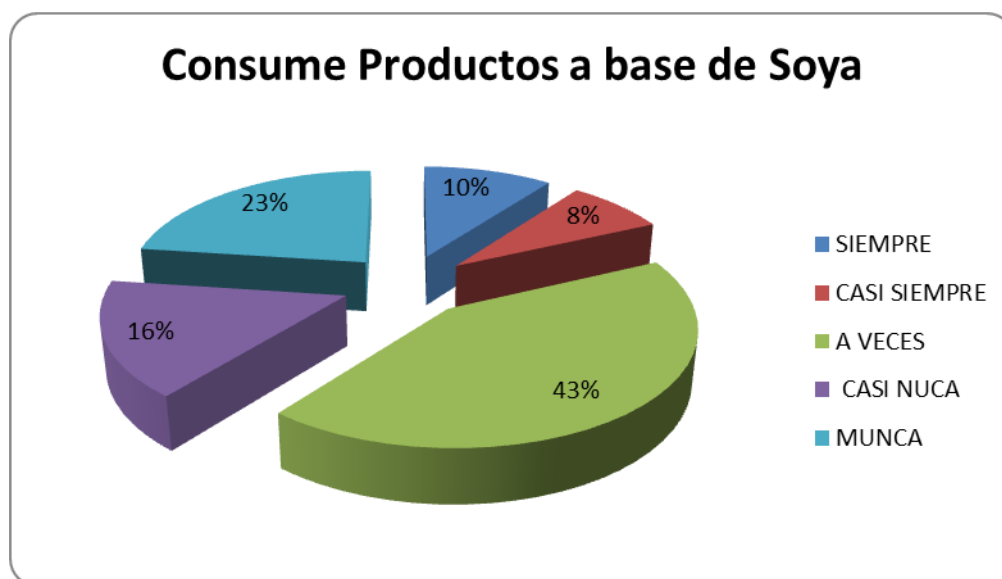
**Cuadro 8.**

**Opinión sobre el consumo de productos de la soya**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	RESULTADOS
SIEMPRE	39	10%
CASI SIEMPRE	30	8%
A VECES	162	43%
CASI NUCA	62	16%
NUNCA	87	23%
TOTAL	380	100%

**Figura 21.**

**Opinión sobre el consumo de productos de la soya**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 43% de los encuestados indican que a veces consumen productos a base de soya y un 10% lo consume siempre lo que significa que su nivel de consumo requiere de herramientas para promoverlo e incentivarlo.

2.-Incluiría en su dieta normal el consumo de la soya.

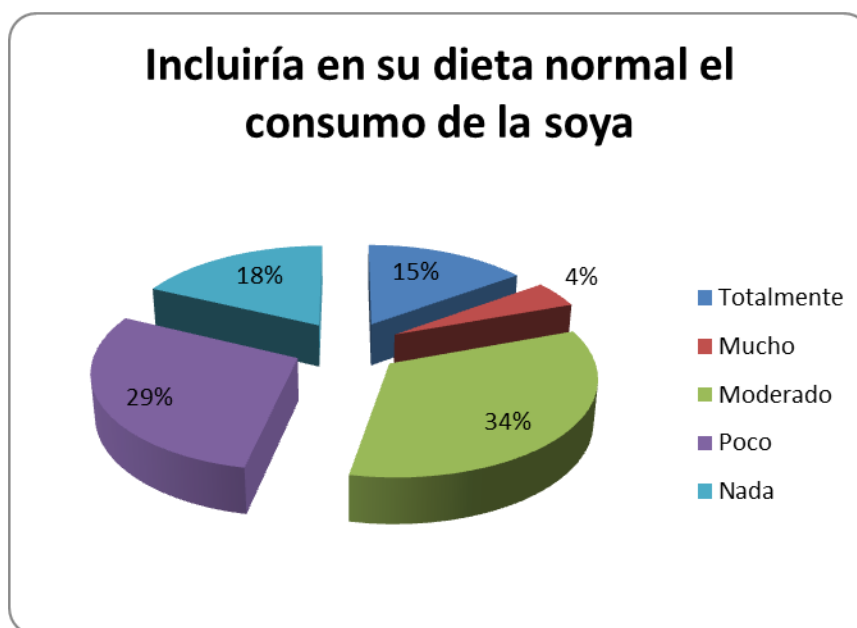
**Cuadro 9.**

**Opinión si usted incluiría en su dieta normal el consumo de la soya**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	RESULTADOS
Totalmente	57	15%
Mucho	17	4%
Moderado	128	34%
Poco	110	29%
Nada	68	18%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 22.**

**Opinión si usted incluiría en su dieta normal el consumo de la soya**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que un 34% de los encuestados indican que incluirían en su dieta normal el consumo de la soya moderado y un 4% consumen mucho lo que significa que su nivel de consumo requiere de herramientas para promoverlo e incentivarlo.

3.-Considera usted, que al consumir productos a base de soya mejoraría su estilo de vida.

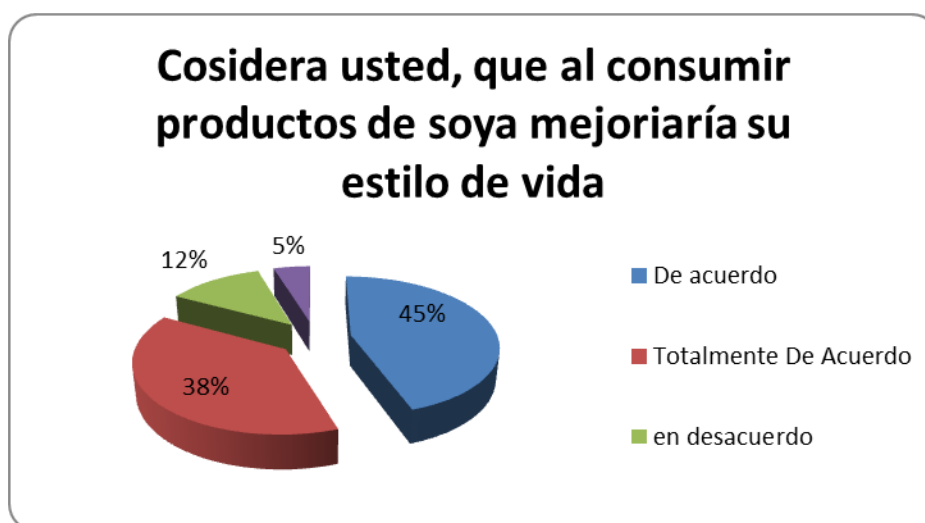
**Cuadro 10.**

**Opinión si considera usted que al consumir productos a base de soya mejoraría su estilo de vida**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	RESULTADOS
De acuerdo	170	45%
Totalmente de acuerdo	145	38%
En desacuerdo	47	12%
Totalmente en desacuerdo	18	5%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 23.**

**Opinión si considera usted que al consumir productos a base de soya mejoraría su estilo de vida**



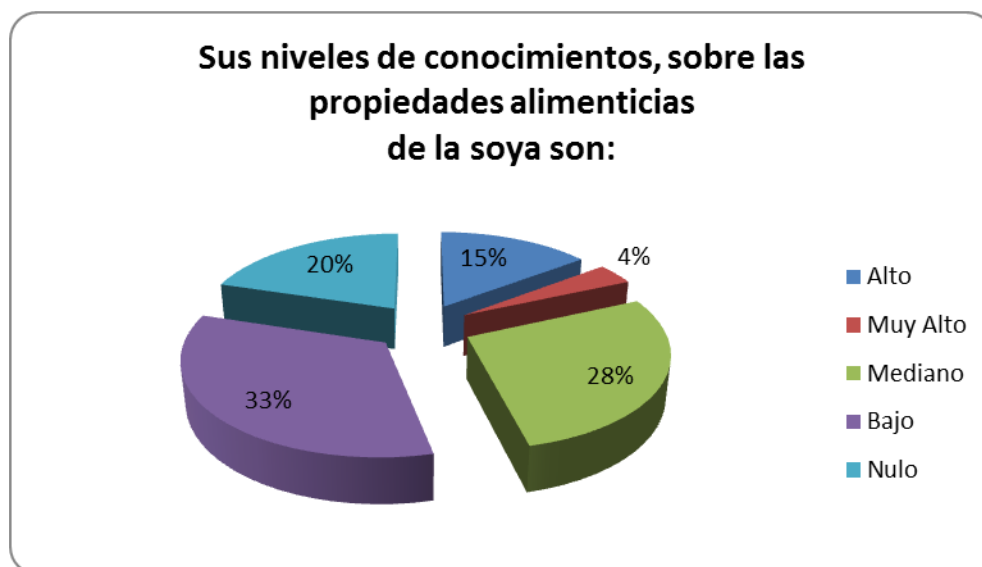
**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 45% de los encuestados están de acuerdo en consumir productos de soya lo cual mejoraría su estilo de vida y otro 5% están totalmente en desacuerdo lo que significa que su nivel de consumo requiere de herramientas para promoverlo e incentivarlo.

4.-Sus niveles de conocimientos, sobre las propiedades alimenticias de la soya son:

**Cuadro 11.**  
**Opinión sobre sus niveles de conocimiento sobre las propiedades alimenticia de la soya**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	RESULTADOS
Alto	56	15%
Muy Alto	14	4%
Mediano	106	28%
Bajo	127	33%
Nulo	77	20%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 24.**  
**Opinión sobre sus niveles de conocimiento sobre las propiedades alimenticia de la soya**





**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 33% de los encuestados indican que sus niveles de conocimientos sobre las propiedades alimenticias de la soya son bajos y otro 4% es muy alto lo que significa que sus niveles de consumo requieren de herramientas para promoverlo e incentivarlo

5.-Los problemas de salud están presentados por los malos hábitos alimenticios

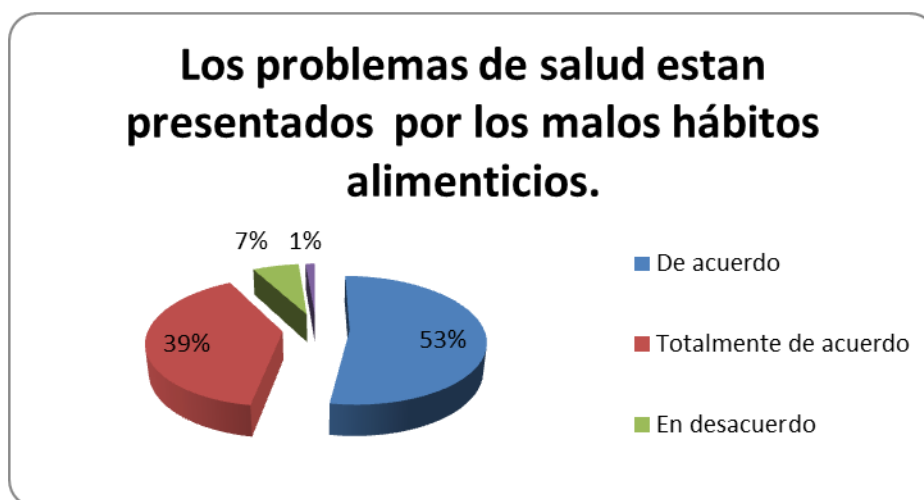
**Cuadro 12.**

**Opinión sobre los problemas de salud que son presentados por los malos hábitos alimenticios**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
De acuerdo	200	53%
Totalmente de acuerdo	150	39%
En desacuerdo	25	7%
Totalmente en desacuerdo	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 25.**

**Opinión sobre los problemas de salud que son presentados por los malos hábitos alimenticios**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 53% de los encuestados indican que están de acuerdo a que los problemas de salud están presentados por los malos hábitos alimenticios y el 1% están totalmente en desacuerdo.

6.-Le gustaría recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea.

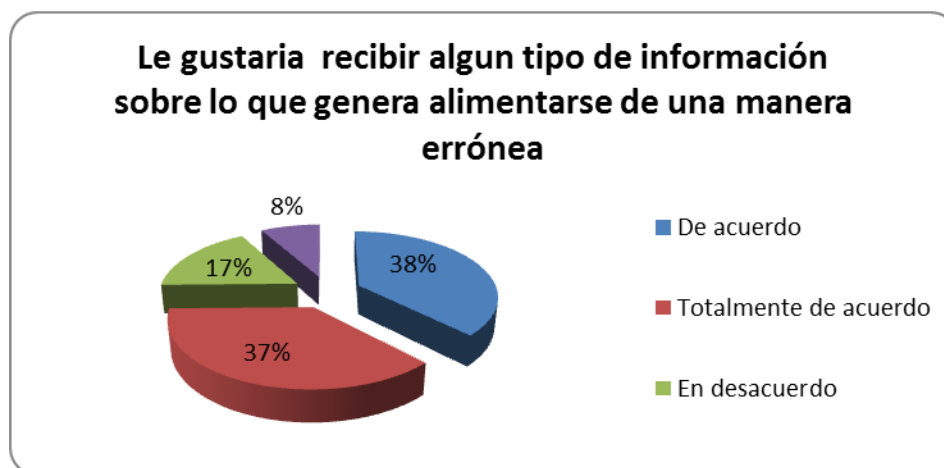
**Cuadro 13.**

**Opinión si le gustaría recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea.**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
De acuerdo	143	38%
Totalmente de acuerdo	141	37%
En desacuerdo	65	17%
Totalmente en desacuerdo	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 26.**

**Opinión si le gustaría recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea.**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 38% de los encuestados están de acuerdo en recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea y otro 8% están totalmente en desacuerdo.

7.-Considera usted que la soya previene algún tipo de enfermedades

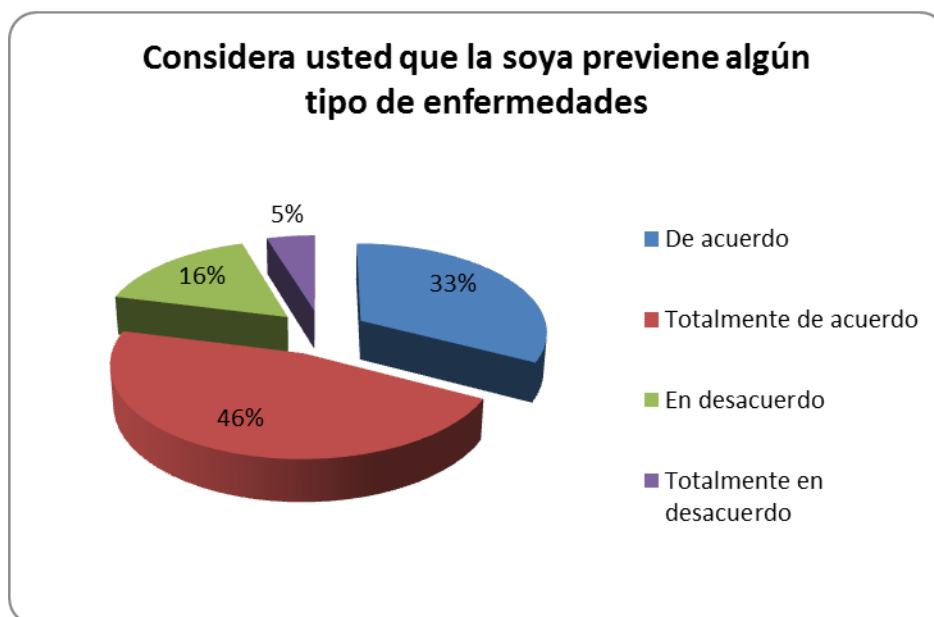
**Cuadro 14.**

**Opinión si considera usted que la soya previene algún tipo de enfermedades**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
De acuerdo	124	33%
Totalmente de acuerdo	176	46%
En desacuerdo	62	16%
Totalmente en desacuerdo	18	5%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 27.**

**Opinión si considera usted que la soya previene algún tipo de enfermedades**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 46% de los encuestados indican que están de acuerdo que la soya previene algún tipo de enfermedades y otro 5% están totalmente en desacuerdo.

8.-Cree usted que la falta de publicidad provoca, que no haya mucha demanda del producto de la soya

**Cuadro 15.**

**Opinión si usted Cree que la falta de publicidad provoca, que no haya mucha demanda del producto de la soya**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
De acuerdo	190	50%
Totalmente de acuerdo	148	39%
En desacuerdo	22	6%
Totalmente en desacuerdo	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 28.**

**Opinión si usted Cree que la falta de publicidad provoca, que no haya mucha demanda del producto de la soya**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 50% de los encuestados están de acuerdo a que la falta la publicidad provoca, que no haya mucha demanda del producto y otro 5% están totalmente en desacuerdo.

9.-Dentro el cantón Naranjito hay locales donde se consuma soya

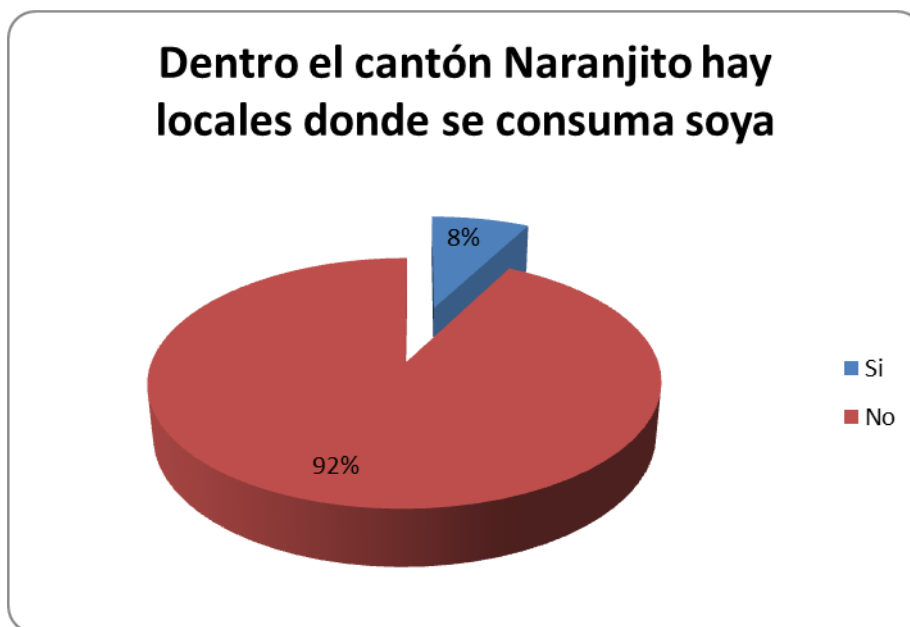
**Cuadro 16.**

**Información si dentro del cantón Naranjito hay locales donde se consuma soya**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Si	29	8%
No	351	92%
TOTAL	380	100%

**Figura 29**

**Información si dentro del cantón Naranjito hay locales donde se consuma soya**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 92% de los encuestados indican que no hay locales donde se consuma la soya y otro 8% consideran que si locales.

10.-Considera usted que la poca demanda del producto de la soya genere que no haya niveles de consumo

**Cuadro 17.**

**Considera usted que la poca demanda del producto de la soya genere que no haya niveles de consumo**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
De acuerdo	233	61%
Totalmente de acuerdo	133	35%
En desacuerdo	11	3%
Totalmente en desacuerdo	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 30**

**Considera usted que la poca demanda del producto de la soya genere que no haya niveles de consumo**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 61% de los encuestados están de acuerdo a que la poca demanda del producto de soya genere que no haya niveles de consumo y el 1% están en desacuerdo.

11.-Cuando desea adquirir productos derivados de la soya la cantidad de puntos de ventas que la comercializan son

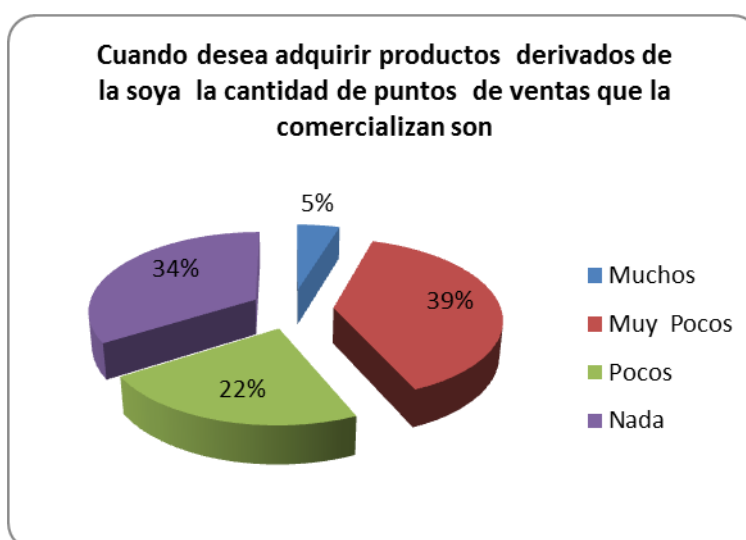
**Cuadro 18**

**Quando desea adquirir productos derivados de la soya la cantidad de puntos de ventas que la comercializan son**

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Muchos	18	5%
Muy Pocos	147	39%
Pocos	86	22%
Nada	129	34%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Figura 31.**

**Quando desea adquirir productos derivados de la soya la cantidad de puntos de ventas que la comercializan son**



**Análisis:** De acuerdo a la encuesta, se puede observar que el 39% de los encuestados indican que no hay locales donde se pueda adquirir productos de soya y otro 5% consideran que si hay puntos de ventas.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

### **Estadística de la demanda del producto de soya en la provincia del Guayas**

La demanda más importante de soya proviene desde la avicultura, ya que la torta de soya representa alrededor del 15 al 20% de la composición de los alimentos balanceados.

La superficie sembrada de soya en el Ecuador, de acuerdo al último Censo Nacional Agropecuario, es de 54.350 hectáreas, siendo la provincia de Los Ríos la que ocupa el 96% de la producción nacional.

Entre las variedades de soya más utilizadas en el Ecuador están INIAP 303, INIAP 305 y Júpiter.

El cultivo de soya en el Ecuador se realiza en alturas comprendidas entre los 0 y 1200 msnm, y a temperaturas que van entre los 20 y 30°C

## **4.3 RESULTADOS**

En la primera pregunta: se pudo observar que los encuestados indican que a veces consumen productos a base de soya lo que significa que su nivel de consumo requiere de herramientas para promoverlo e incentivarlo.

En la segunda pregunta: se puede observar la encuesta, que los encuestados indican que incluirían en su dieta normal el consumo de la soya lo cual hay que promocionar el producto para que tenga una buena acogida



En la tercera pregunta: se puede observar que los encuestados están de acuerdo que al consumir productos de soya mejorarían su estilo de vida ya que es un factor importante en el desarrollo de la salud.

En la cuarta pregunta: se puede observar que los encuestados indican que sus niveles de conocimientos sobre las propiedades alimenticias de la soya son bajos lo cuales hay que promocionar el producto e incentivar para que las personas lo puedan consumir

En la quinta pregunta: se puede observar que los encuestados indican que están de acuerdo a que los problemas de salud están presentados por los malos hábitos alimenticios esto se debe a que no conocen sobre la soya y los beneficios que esta brinda.

En la sexta pregunta: se puede observar que los encuestados están de acuerdo en recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea

En la séptima pregunta: se puede observar que los encuestados indican que están de acuerdo que la soya previene algún tipo de enfermedades lo cual piden que se den charla sobre lo que es alimentarse bien

En la octava pregunta: se puede observar que los encuestados están de acuerdo que la falta la publicidad provoca, que no haya mucha demanda del producto y por ende no se lo puede comercializar

En la novena pregunta: se puede observar que los encuestados indican que no hay locales donde se consuma la soya lo cual piden que haya un lugar donde se pueda comprar este producto

En la décima pregunta: se puede observar que los encuestados indican que la poca demanda del producto de soya genere que no haya niveles de consumo

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPOTESIS	VERIFICACION
<p>Hipótesis General:</p> <p>Los niveles de consumo de soya y sus derivados por parte de los habitantes del cantón Naranjito se ven afectados por el conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de esta leguminosa.</p>	<p>Efectivamente las personas no conocen sobre la soya y mucho menos de los beneficios que brinda esta leguminosa. Esta información se la puede comprobar en la pregunta 1,4y6 de la encuesta</p>
<p>Hipótesis Particulares:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los malos hábitos alimenticios afectan a la salud de las personas</li> </ul>	<p>Efectivamente las personas consideran que alimentarse de una manera errónea afecta a la salud de las personas. Esta información se la puede comprobar en las preguntas 2,3y5 de la encuesta</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• la poca publicidad incide en la percepción que tienen las personas sobre los beneficios nutricionales de la soya</li> </ul>	<p>La poca publicidad influye en la percepción de las personas al momento de adquirir estos productos. Esto se lo puede comprobar en las preguntas 8 de la encuesta.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los canales de comercialización de los derivados de la soya afectan la accesibilidad a los clientes para adquirir estos productos</li> </ul>	<p>Los canales de comercialización se ven afectados por el desconocimiento del producto. Esto se lo puede comprobar en la pregunta 9y11 de la encuesta</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La poca demanda de los productos derivados de soya afecta a sus niveles de consumo</li> </ul>	<p>La poca demanda afecta a los niveles de consumo. Esto se puede comprobar en la pregunta 10y11 de la encuesta.</p>

## **CAPITULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación de una Microempresa dedicada a la elaboración de productos de Soya en el Cantón Naranjito.

#### **5.2 Fundamentación**

##### **¿Qué es una microempresa?**

Una microempresa es un negocio de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular, ya que cuenta con un máximo de 4 empleados.

La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos.

Las microempresas son unidades productivas de menor escala en un sector industrial determinado. Se caracterizan por tener tecnologías que van de convencionales o artesanales a las más avanzadas ó modernas. Su rentabilidad es la del sector industrial al que pertenecen y sus niveles de productividad en la mayoría de las veces son inferiores a las de su sector.

Cómo se crea una microempresa

- Determinar el giro comercial y los principales productos o servicios que se van a ofrecer.
- Definir el nombre comercial de la organización.

- La ubicación de las instalaciones (domicilio legal y operativo).
- Cumplir con los requisitos que solicitan las alcaldías, gobernaciones, protección civil (si aplica), de salubridad (si aplica).
- Determinar cómo se va a llevar la contabilidad, ya sea un despacho externo (recomendable) o un contador interno.
- Elaborar el organigrama de la organización (los departamentos que la integran de modo básico y completo aunque no se cuente con todo el personal suficiente).
- Crear la misión, la visión, los valores y la filosofía de la organización.

Otros aspectos importantes para las microempresas:

- Definir estrategias de publicidad, promoción y ventas
- Capacitación en ventas al personal encargado de hacerla

La creación de una microempresa puede ser el primer paso a la hora de realizar un proyecto y llevarlo a adelante. Al forzar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social.

Otros aspectos importantes son:

- Definir estrategias de publicidad, promoción y ventas.
- Capacitación en ventas al personal encargado de hacerlas.
- Formar una fuerza de ventas (si se tienen los recursos).
- Trabajar por objetivos, analizando los recursos (humanos, económicos, físicos y de tiempo).

Establecer estrategias de cumplimiento.

1. Diseño del logotipo.
2. Diseño de la imagen corporativa.
3. El eslogan.

4. El mobiliario y equipo de trabajo (teléfonos, fax, computadoras, y otros).
5. La contabilidad de las aportaciones económicas y en especie de los socios y su destino.
6. La asesoría de negocios.
7. Los pronósticos y presupuestos de ingresos y egresos.
8. Los planes de trabajo.
9. Dominios y correos electrónicos de Internet.
10. La página Web (no es necesaria al inicio).

### **¿Con que finalidad se crean las microempresas?**

La creación de una microempresa es con finalidad de dar el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante.

### **¿Cuál es la actividad de las microempresas que elaboran productos derivados de la soya?**

Su actividad es dar a conocer los beneficios que se obtienen con los derivados de soya ya que posee una composición única de macro nutrientes de la mejor calidad. Esta leguminosa de origen oriental, cada vez más consumida en Occidente, es una fuente de proteínas vegetales, ácidos grasos poli insaturados y carbohidratos, que la convierten en uno de los alimentos más completos del reino vegetal, que por origen y salud las microempresas se benefician de estos nutrientes.

### **¿Tipos de productos que se pueden elaborar de la soya?**

Leche de soya  
Aceite de soya  
Frijoles de soya  
Harina de soya  
Brotos de soya  
Lecitina de soya

Nuez de soya

Mantequilla de soya

Queso de soya

### **¿Beneficios de los productos de soya?**

Los alimentos hechos a partir de soya pueden hacer importantes contribuciones para una dieta sana. Ya con menos importancia, son producidos muy eficientemente, ricos en proteína de alta calidad, bajos en grasas saturadas y libres de colesterol. También están libres de lactosa, lo cual es importante para mucha gente alrededor del mundo.

Existen también datos considerables que sugieren que los alimentos de soya pueden ayudar a prevenir o tratar varias enfermedades crónicas. En particular, más de 25 años de trabajo indican que la proteína de soya es una alternativa viable a los medicamentos para disminuir el colesterol. Esto es muy importante, debido a la versatilidad de la soya, puede ser incorporada fácilmente a la dieta.

### **La leche de soya te proporciona los siguientes beneficios:**

- Ayuda a reducir las enfermedades cardiovasculares.
- Ayuda a disminuir los síntomas de la menopausia así como contraer cáncer de mama.
- Ayuda a mantener la línea puesto que a diferencia de la leche de vaca esta no contiene tanta grasa.
- Debido a que contiene el doble de calcio que la leche previene la osteoporosis.
- Es fuente de proteínas vegetales.
- Es de fácil digestión.
- Ideal para las personas intolerantes a la lactosa.

### **¿Quiénes serán los beneficiarios?**

Primeramente los más beneficiados serán los habitantes del cantón Naranjito ya que van a consumir un producto de buena calidad y a la vez obtendrían fuentes de trabajo y a la incrementará el desarrollo del cantón Naranjito

### **¿Importancia de un análisis de competitividad del mercado?**

Este análisis nos ayudará a identificar las fortalezas y debilidades de nuestra microempresa, y las oportunidades y amenazas del mercado.

Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia, para ello deberemos conocer lo antes posible

- La naturaleza y el éxito de los cambios probables que pueda adoptar el competidor.
- La probable respuesta del competidor a los posibles movimientos estratégicos que otras empresas puedan iniciar.
- La reacción y adaptación a los posibles cambios del entorno que puedan ocurrir de los diversos competidores.
- La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello. No es, por tanto, nuestro competidor aquel que fabrica un producto genérico como el nuestro, sino aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor.

Para dar una idea exacta de la importancia del análisis competitivo, debemos referirnos al proceso de planificación de la estrategia comercial, el cual responde a tres preguntas clave:

¿**Dónde estamos?** Respondiendo a esta pregunta nos vemos abocados a hacer un análisis de la situación que nos responde la posición que ocupamos.

**¿Adónde queremos ir?** Supone una definición de los objetivos que queramos alcanzar y a los que necesitamos desplazarnos.

**¿Cómo llegaremos allí?** En este punto es donde debemos señalar el desarrollo de acciones o estrategias que llevaremos a cabo para alcanzar los objetivos y si podremos aguantar el ritmo.

Con respecto al análisis de la situación, del cual partimos para la realización del proceso de planificación estratégica, y del que podremos determinar las oportunidades y amenazas, debilidades y fortalezas de la organización, debemos centrarnos, a su vez, en dos tipos de análisis:

**Aspectos Externo:** Supone el análisis del entorno, de la competencia, del mercado, de los intermediarios y de los suministradores.

**Aspectos Interno:** Supone analizar la estructura organizativa de nuestra empresa, y de los recursos y capacidades con las que va a contar.

### **5.3 JUSTIFICACION**

Nuestra microempresa se va a dedicar a la elaboración de productos y derivados de soya y brindara un producto saludable ya que actualmente hay personas que prefieren productos de procedencia natural como es esta rica leguminosa.

Los más beneficiados de nuestra microempresa que se dedicara a la elaboración de producto y derivados de soya será los habitantes del cantón Naranjito, ya que van adquirir productos de buena calidad, saludable y a la vez económico esto se deberá a la buena materia prima que adquiriremos para la realización de nuestros productos y contar con un local adecuado y con un correcto manejo de las herramientas al momento de prepararlos, y a su vez poder satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.



Nosotros no solo buscamos una ganancia bruta si no también un beneficio mutuo donde ayudemos a nuestros consumidores, ya que la soya es un producto saludable y al mismo tiempo obtendremos un rubro económico fijo por nuestros productos, es decir que saldremos ganando los dos.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la propuesta**

Crear una microempresa dedicada a la elaboración de productos derivados de la soya, con la implementación de una infraestructura que permita cumplir con los requerimientos de higiene y calidad requeridos por el sector alimentario, para satisfacer a los consumidores.

### **5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta**

- Definir la ubicación
- Elaborar la filosofía corporativa
- Establecer las funciones y procedimientos a efectuarse(organigrama)
- Diseñar una estrategia de marketing mix que posicione el negocio
- Seleccionar a los proveedores que tengan una buena materia prima
- Trabajar a base de criterios de calidad

## **5.5 UBICACIÓN**

Nuestra propuesta se llevara en efecto en:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Dirección:** Cdla. Xavier Marcos, Av. Quito entre Pichincha y 10 de Agosto.

**Figura 32.**  
**Ubicación**



## 5.6 FACTIBILIDAD

Esta investigación se basa en los siguientes aspectos esenciales:

**Aspecto Social:** brindaremos a la población naranjiteña algo nuevo y nutritivo que beneficie a su salud.

**Aspecto Económico:** aportaremos con fuentes de trabajo y así mejoraría la economía del cantón.

**Aspecto Tributario:** Generar más tributos para el Estado.

**Aspecto Legal:** Considerar la normativa nacional y local vigente relacionada con el proyecto.

**Para la constitución de la empresa debemos conseguir los siguientes requisitos:**

Trámites en el SRI

Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Afiliación a la Cámara de Comercio

Autorización y licencia de funcionamiento Municipal

Permisos de Cuerpos de Bomberos

Certificado de Salud

Legalización de libros de planillas

## **5.7 DESCRPCION DE LA PROPUESTA.**

### **MISION**

Ser una microempresa dedicada a la elaboración de productos de soya de excelente calidad, orientada al sector comercial del cantón naranjito.

### **VISION**

Ser una empresa líder en el mercado, para en sí poder alcanzar de una forma eficiente nuestras metas, generando la satisfacción de los clientes y colocando en el mercado nuestros productos.

### **OBJETIVO GENERAL DE LA EMPRESA**

Comercializar productos de una manera rápida y oportuna, brindado a nuestros clientes una mayor seguridad al momento de adquirirlo.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Dar a conocer los beneficios del producto.
- Lanzar una campaña de publicidad.
- Establecer un punto de venta específico para su comercialización.
- Ofrecer productos de buena calidad, que nos caracterice de una manera original en el mercado.

### **VALORES CORPORATIVOS**

**Productividad y Eficiencia:** Mediante el racional y eficiente uso de los recursos disponibles acompañados de un alto nivel de competitividad, elaboramos diferente

tipos de alimentos de soya como: Leche de soya, Aceite de soya, Frijoles de soya, Harina de soya, lecitina de soya, nuez de soya, mantequilla de soya, queso de soya. Estos productos benéfica la salud de nuestros clientes.

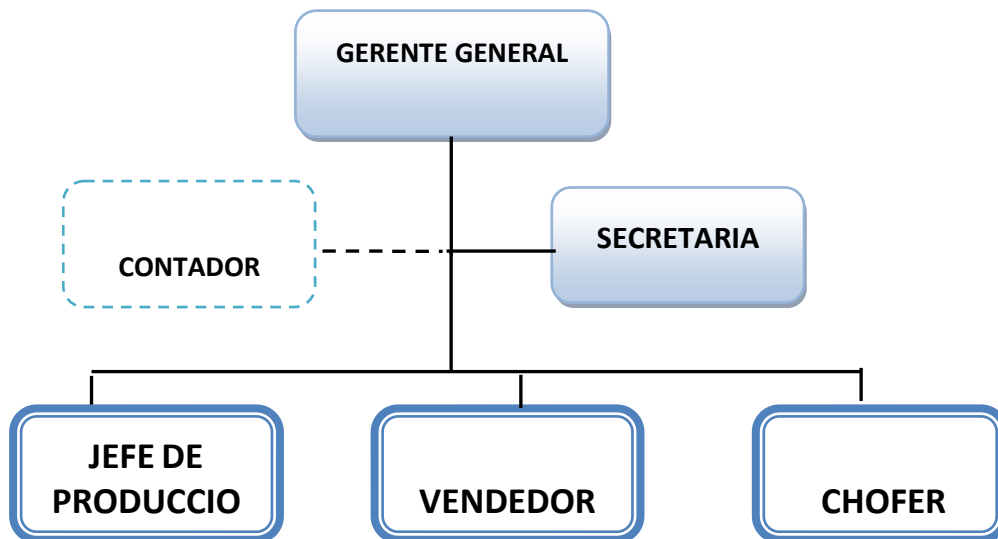
**Calidad y servicio:** Solucionar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes; por ello, trabajar bajo parámetros de calidad que garantizan buen servicio y atención a nuestros clientes.

**Responsabilidad Social:** Aportar en el desarrollo de nuestra sociedad generando fuente de trabajo y oportunidades para las comunidades que nos rodean.

**Desarrollo Sostenible:** Aplicar el concepto de desarrollo sostenible buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y beneficiando la salud de nuestros clientes.

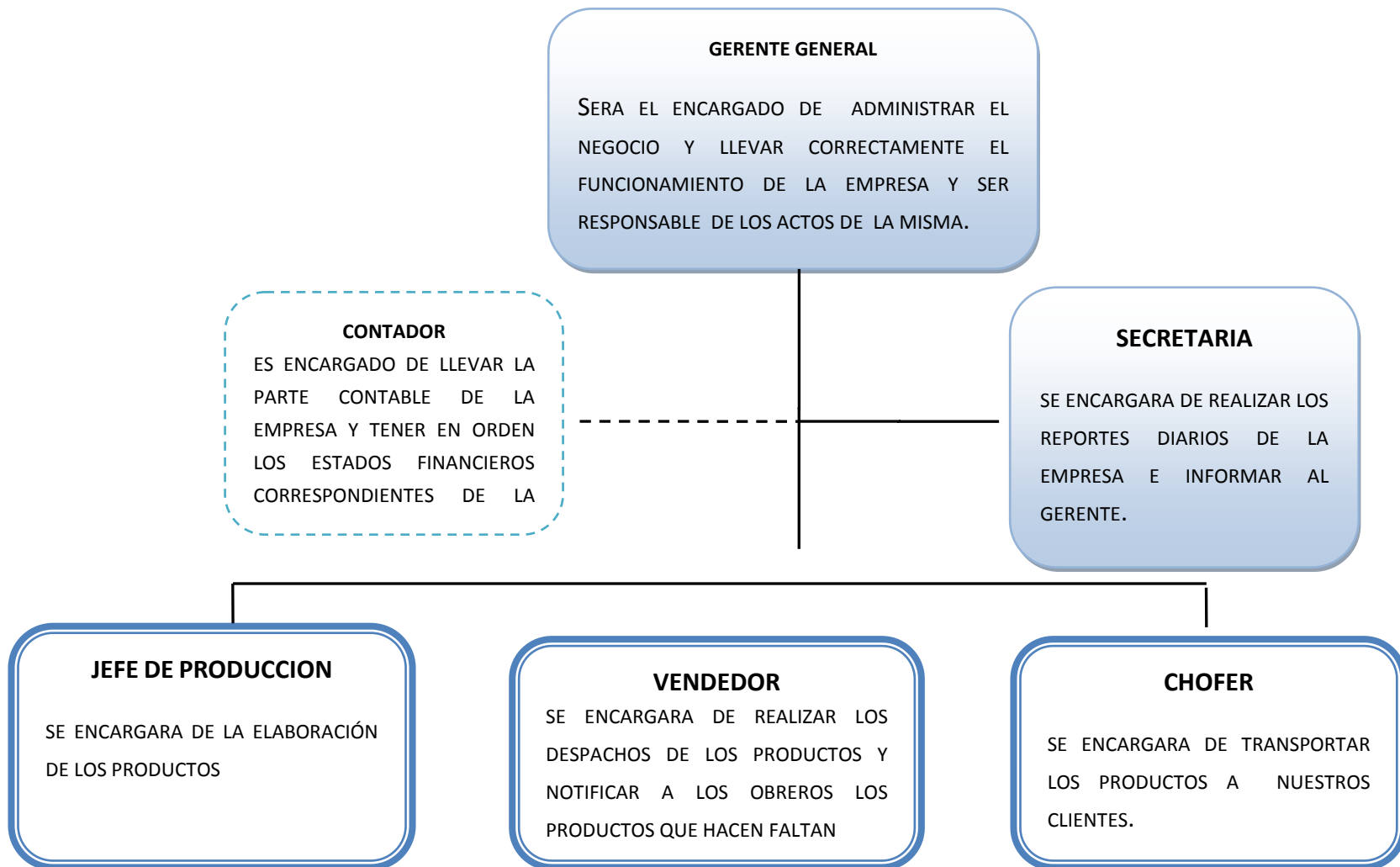
### Organigrama Estructural.

Figura 33



## Organigrama Funcional

Figura 34.



## **MANUAL DE FUNCIONES.**

### **Análisis de Funciones**

#### **Denominación del cargo: GERENTE**

Se encarga de supervisar todos los trabajos de los empleados que se cumplan, para poder tener un mayor control de las necesidades de los clientes.

Así como tomar decisiones correctas para tener un buen funcionamiento de la empresa, además de realizar los presupuestos, llevar la contabilidad encargarse de la parte tributaria y pagos a los empleados de la empresa.

#### **Requisitos:**

- Sexo Femenino.
- Edad: 28 años en adelante
- Título profesional en carreras administrativas o contables
- Experiencia 1 año en cargos similares.
- Conocimientos en Contabilidad, Normas de información financiera (NIIF), Legislación tributaria, Calidad del Servicio al Cliente, administración Financiera y logística administrativa
- Conocimientos de paquetes utilitarios
- Liderazgo, Iniciativa, solución de problemas, razonamiento numérico, toma de decisiones, manejo de personal.

#### **Funciones Específicas:**

- Reclutar, designar y remover funcionarios.
- Presentar al onceavo mes de cada año el presupuesto de la compañía.
- Elaborar estados financieros e informes para fines contables, fiscales, financieros y organizacionales.
- Manejar los fondos de la compañía bajo su responsabilidad
- Realizar la parte contable y tributaria del negocio y velar por una buena marcha de su entidad
- Elaborar estrategias de mercadeo

- Realizar convenios con proveedores y cumplir con todas las tareas que esta actividad demanda.
- Supervisar al vendedor y chofer.
- Desarrollar planes publicitarios, estrategias de marca y comunicación.

### **Denominación del cargo: Contador**

Se función principal es de encargarse de llevar un buen control en la parte financiera y al mismo tiempo, mantener el pago de tributos y todo tramite con la administración tributaria.

### **Requisitos**

- Tener título de tercer nivel en CPA
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
- Estar al día en las reformas tributarias vigentes según las respectivas resoluciones emitidas por la administración tributaria

### **Funciones Específicas:**

- Llevar los registros contables al día.
- Realizar los pagos de tributos.
- Calcular los pagos de impuestos mensuales.
- Registrar las operaciones realizadas diariamente.

### **Denominación del cargo: Secretaria**

Su función principal es la de cobrar todos los servicios que se brinda en la empresa.

Su trabajo es eminentemente operativo por ello es que el 90 % de su tiempo se invierte en la emisión de boletas y facturas y en cobrar y verificar el dinero recibido, su responsabilidad

## **Requisitos**

- Habilidad expresiva
- Coordinación tacto visual
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
- Destreza para la utilización de equipo informático.

## **Funciones Específicas:**

- Cobrar las ventas realizadas en la empresa.
- Responsabilidad sobre el dinero de caja.
- Coordinar acciones de cobro a los Clientes con el personal de ventas.
- Emitir las boletas de venta y las facturas de clientes en general.
- Emitir el reporte diario de caja.
- Coordinar para obtención de monedas para vueltos
- Verificación de dinero recibido.
- Realizar depósitos bancarios autorizados por el Contador.

## **Denominación del cargo: Vendedor**

Se encargara de receptara los pedidos y anotara las guías de rutas de nuestros clientes, para poder tener una entrega eficiente, sin descuidar sus funciones específicas como vendedor al dar un buen trato a nuestros clientes.

## **Requisitos:**

- Sexo Masculino.
- Edad: 23 años en adelante
- Estudiante universitario en carreras administrativas o afines.
- Experiencia en ventas.
- Conocimientos en Calidad del Servicio al Cliente.
- Conocimientos de paquetes utilitarios
- Entusiasta y con deseo de superación.



**Funciones Específicas:**

- Brindar una excelente información sobre los beneficios y propiedades del producto, a través de folletos, trípticos y revistas.
- Tener facilidad de palabra para así poder comprometer al cliente a adquirir el producto.

Despachar los productos en forma correcta y eficaz.

**Denominación del cargo: Jefe de Producción**

Se encargara de realizar la producción diaria y la calidad de los producto

**Requisitos:**

- Sexo Masculino.
- Edad: 24 años en adelante
- Estudiante universitario
- Experiencia cargos similares
- conocimientos en digestión y nutrición

**Funciones Específicas:**

- Controlar la materia prima que ingresa a bodega
- Reportar diariamente la producción elaborada.
- Informar al0s superiores algún desperfecto de las maquinarias.

**Denominación del cargo: Chofer**

Se encargara de la distribución del producto, mediante la guía de ruta elaborada por el vendedor.

**Requisitos:**

- Sexo Masculino.
- Edad: 21 años en adelante
- Tener licencia tipo C
- Bachiller.

- Experiencia en entrega de productos.
- Conocimientos en Calidad del Servicio al Cliente.
- Entusiasta y con deseo de superación.

**Funciones Específicas:**

- Distribución y despacho del producto.

**Análisis de FODA**

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

**Cuadro 19.**  
**ANÁLISIS DE FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBELIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios cómodos.</li> <li>• Variedad de Productos.</li> <li>• Ubicación del negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negocio Nuevo</li> <li>• Arrendamiento del Local</li> <li>• Presupuesto Limitado.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe competencia.</li> <li>• Aumento económico.</li> <li>• Obtención de créditos con Instituciones Financieras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía Inestable</li> <li>• Desastres Ambientales.</li> <li>• Existe una gran cantidad de productos sustitutos en el mercado.</li> </ul>

**Matriz FODA.**

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

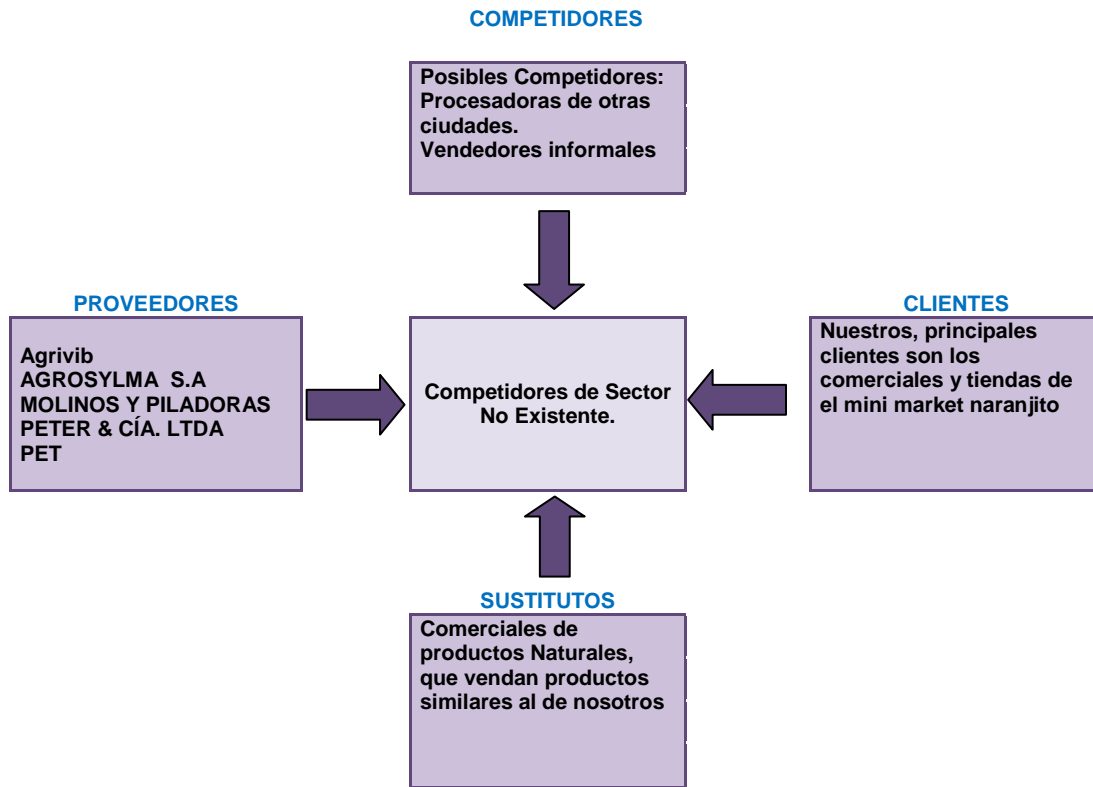
**Cuadro 20.**  
**Matriz FODA**

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBELIDADES
FACTORES EXTERNOS	- Precios cómodos. - Variedad de Productos. - Ubicación del negocio.	- Negocio Nuevo - Arrendamiento del Local - Presupuesto Limitado.
OPORTUNIDADES	EXTRATEGIAS FO:	EXTRATEGIAS FO:
- No existe competencia. - Aumento económico. - Obtención de créditos con Instituciones	- Buscar fuentes de financiamiento, para - Garantizar a nuestros clientes que el - Realizar campañas publicitarias, para dar a	- Aprovechar que existen varias fuentes - Brindar seguridad al cliente, al momento - Realizar buenas estrategias en los
AMENAZAS	EXTRATEGIAS FA:	EXTRATEGIAS FA:
- Economía Inestable - Desastres Ambientales. - Existe una gran cantidad de productos	- Publicitar a menudo, para poder ofrecer - Realizar muestras de nuestros productos, - Aprovechar nuestra ubicación, para que	- Conseguir ser conocidos en el mercado, - Realizar campañas publicitarias donde - Estar al tanto de las políticas y cambios
- Economía Inestable - Desastres Ambientales. - Existe una gran cantidad de productos	- Publicitar a menudo, para poder ofrecer - Realizar muestras de nuestros productos, - Aprovechar nuestra ubicación, para que	- Conseguir ser conocidos en el mercado, - Realizar campañas publicitarias donde - Estar al tanto de las políticas y cambios

### ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER.

Se realiza el análisis de las 5 fuerzas de Porter, para poder identificar los problemas y fortalezas del entorno en que vamos a desarrollar nuestro negocio.

**Cuadro 21.  
ANÁLISIS PORTER.**



Según el grafico de Porter, podemos observar que en el cantón Naranjito no hay competencia para este tipo de negocio, pero si existen otros tipos de comerciales similares con la misma característica del nuestro, por lo cual es recomendable realizar varios anuncios de publicidad donde ofrezcamos los mismo producto pero con un valor agregado y al mismo tiempo mantener buenos contactos con nuestros proveedores para que el precio de nuestro producto sea de fácil aceptación y competitivo con el resto.

**Cuadro 22.**

**1. Amenaza de entrada de nuevos competidores**

	Bajo	Medio	Alto
Diferenciación de los productos		x	
Economía de Escala	X		
Inversión	X		
Políticas, aspectos legales		x	
Amenazas de nuevos entrantes	2	2	0
<b>PORCENTAJES</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>0%</b>

Según el estudio realizado pudimos constatar que el ingreso de nuevos competidores en el mercado es de tipo medio, ya que a ser un negocio que no requiere de mucho financiamiento, sin embargo el bajo nivel de conocimientos de los beneficios que produce nuestro producto incide a no ser muy comercializado.

**Cuadro 23.**

**2. Amenaza de ingreso de productos o servicios sustitutos**

**Bajo Medio Alto**

	Bajo	Medio	Alto
Tendencia del comprador a sustituir			X
Diferenciación de los precios		x	
Facilidad adquisitiva del producto		x	
<b>Amenaza de sustitutos</b>	0	2	1
<b>PORCENTAJES</b>	0%	67%	33%

La amenaza de productos sustitutos es de tipo medio, ya a que las preferencias de la forma de saludable ayudaran a varios de nuestros consumidores a tener una dieta saludable y bien equilibrada.

**Cuadro 24.**

**3. Rivalidad entre los competidores**

	Bajo	Medio	Alto
Marca		X	
Precio		X	
Accesibilidad al producto.			X
<b>Amenaza de competidores del sector</b>	0	2	1
<b>PORCENTAJES</b>	0%	67%	33%

Según los resultados obtenidos, podemos observar que la mayoría de nuestros consumidores se fijan en precio y marca, por lo cual hay que realizar una buena estrategia de mercadeo para poder ofrecer nuestros productos.

A demás existen varios competidores externos que constan con el mismo tipo de producto o similar.

**Cuadro 25.**

**4. Poder de negociación de los Compradores o clientes**

	Bajo	Medio	Alto
Calidad			X
Precio		x	
Disponibilidad al producto.		x	
<b>Amenaza de compradores</b>	0	2	1
<b>PORCENTAJES</b>	0%	67%	33%

Según los estudios realizados, podemos observar que existe una buena demanda del producto en calidad, ya que esto nos indica que nuestra innovación va muy bien y podremos tener una buena rentabilidad de nuestro producto.

**Cuadro 26.**

**5. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores**

	Bajo	Medio	Alto
Manifestación de sustitutos			x
Grado de diferenciación de insumos sustitutos		x	
Cantidad adquirida			X
<b>Amenaza de proveedores</b>	0	1	2
<b>PORCENTAJES</b>	0%	33%	67%

La negociación con los proveedores es muy alta, por ende podemos tener una amplia gama de productos.

Nuestros principales proveedores son: Agro procesadora LAEL, Soyosa De Milkys, Mattisoya, Soyfru, Soyit y García Reinoso; los hemos escogidos a ellos porque nos ofrecen una diversidad de productos a bajos precios y con unos excelentes descuentos.

## Resumen

Cuadro 27

MAGNITUD DE LA FUERZA	ACTUAL			FUTURO		
Amenaza de entrada de nuevos competidores	2	2	0		x	
Amenaza de ingreso de productos o servicios sustitutos	0	2	1		x	
Rivalidad entre los competidores	0	2	1			x
Poder de negociación de los Compradores o clientes	0	2	1			x
Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores	0	1	2			x
<b>Evaluación General</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>5</b>			
<b>Porcentajes</b>	<b>13%</b>	<b>56%</b>	<b>31%</b>			

### ESTRATEGIA DE PRODUCTO:

Nombre de la Empresa:

SOYAMIX

Slogan:

"Elige lo salubre... Elige lo mejor"

**Logotipo:**

**Figura 35.**



**PRODUCTOS:** contamos con los principales producto derivados de la soya los cuales son la leche y queso

**Tipos de Productos:**

**Leche de Soya:**



**Tofu o Queso de Soya:**





## Estrategia de Precio.

Nuestra estrategia es ingresar al mercado ofreciendo nuestros productos a precios bajos, para así poder captar clientes y poco a poco ser líder en nuestro mercado.

Tomando en cuenta que el cantón Naranjito, no existe competidores, hemos decido implementar ciertas formas de estrategias como son:

- Líderes en calidad.
- Tomar como referencia precios de productos similares a de nosotros, para poder así establecer el precio con un porcentaje de descuento.
- Tener precios bajos para poder tener un acogimiento rápido con el producto.

PRODUCTOS	PRECIOS
	\$ 0,50 a precio de ventas
	\$ 2,65 a precio de costo

### **Estrategias de Plaza:**

Nuestro microempresa está basado en la comercialización del producto en donde daremos a conocer las ventajas saludables que tienen al consumir dicho producto. Con medida del tiempo, una vez que nuestro producto sea conocido podremos abrir sucursales y varios puntos de ventas hasta expandirnos.

### **Estrategias de Promoción:**

Para promocionar nuestro producto, lo primero que haríamos es realizar campañas publicitarias a través de diarios, radio, redes sociales y medios de comunicación más usuales.

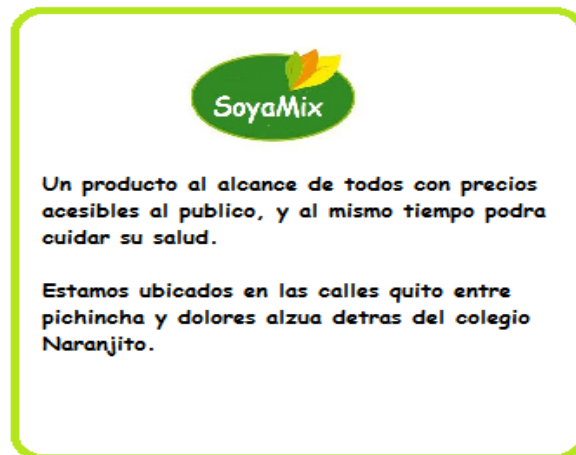
Formas de promocionar nuestro producto:

- Ofrecer regalos a nuestros clientes, como forma de incentivarlos.
- Impulsar nuestro producto ofreciendo muestras gratis.
- factibilidades de crédito
- descuento a futuro a cliente fijos

### **Estrategias de Publicidad:**

- **Publicación mensual por prensa escrita:**

**Figura 36.**



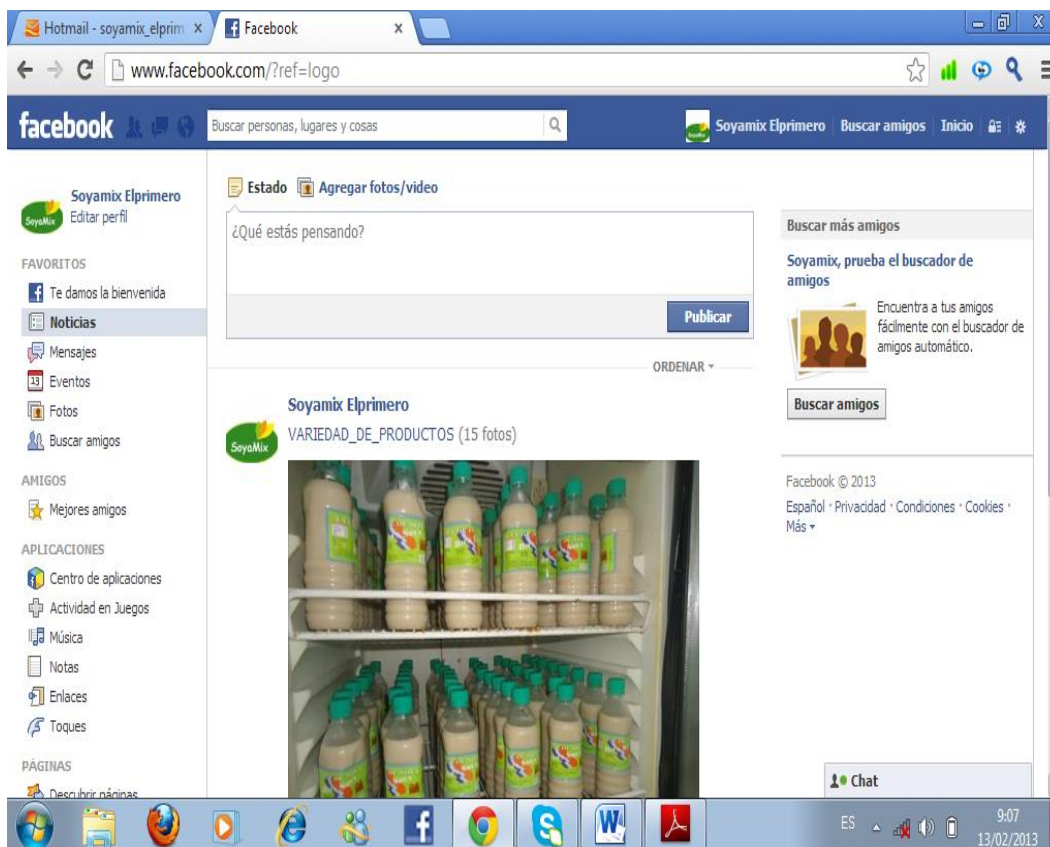
- Tarjetas de presentación:

Figura 37.



- Red Social / Facebook:

Figura 38.



### 5.7.1 Actividades

Para poder realizar nuestra propuesta se debe seguir los siguientes pasos:

- Proyecto del negocio
- Concretar alquiler de local
- Obtener permisos de funcionamiento
- Tramitar préstamo con el banco
- Contactar proveedores
- Equipamiento del local
- Contratar al personal
- Inauguración del negocio

### 5.7.2 Recursos, Análisis Financieros.

#### Recursos Humanos

La propuesta requiere el siguiente personal:

**Cuadro 28.**

#### Recursos Humanos

DENOMINACION DEL PUESTO	REMUNERACION POR CARGO	# POR PUESTOS DE CARGO	TOTAL
GERENTE ADMINISTRATIVO	700	1	700
SECRETARIA	450	1	450
VENDEDOR	480	1	480
MANO DE OBRA	318	2	636
JEFE DE PRODUCCION	500	1	500
CHOFER	318	1	318

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

## Recursos Financieros

**Cuadro 29.**

### Recursos Financieros

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	605,00
EQUIPO DE COMPUTACION	950,00
VEHICULO	18.000,00
EQUIPO DE OFICINA	90,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	5.200,00
CAJA – BANCO	9.000,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>33.845,00</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera

#### **Análisis:**

Al momento de iniciar nuestro proyecto el total de la inversión dio como resultado un valor de \$33.845,00; es importante indicar que contábamos con un capital propio de \$19.000,00; el mismo que aportamos \$10.000,00 a la inversión y \$9000,00 en caja.

**Cuadro 30.**

### Financiación Del Proyecto

<b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>33.845,00</b>
Financiado	<b>70%</b>	23.845,00
Aporte Propio	<b>30%</b>	10.000,00
		<b>33.845,00</b>

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>15,00%</b>	<b>0,15</b>
		<b>0,15</b>

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Préstamo Bancario	<b>23.845,00</b>	<b>3.576,75</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera

**Análisis:**

En el financiamiento del proyecto observamos que el aporte propio corresponde a un 30% y el financiamiento a un 70%. El crédito se realizará por un valor de \$23.845,00 al Banco de Fomento con una tasa de interés del 15% anual a 5 años plazo, dándonos un valor total a pagar de capital más interés por \$34.575,25.

**Inversiones.**

**Cuadro 31.**

**Activo Fijos**

<b>SOYAMIX ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
1	ESCRITORIOS	150,00	150,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	60,00	120,00
3	SILLAS DE ESPERA	20,00	60,00
1	VITRINAS	200,00	200,00
1	ARCHIVADORES	75,00	75,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>605,00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
1	CALCULADORAS/SUMADORAS	50,00	50,00
1	TELEFONOS	40,00	40,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>90,00</b>
	<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		
1	COMPUTADORA	650,00	650,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300,00	300,00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION</b>		<b>950,00</b>
	<b>VEHICULOS</b>		
1	COMION DE 2,5 TONELADAS	18.000,00	18.000,00
	<b>TOTAL VEHICULOS</b>		<b>18.000,00</b>
	<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>		
1	PROCESADOR SEMI INDUSTRIAL LECHE DE SOYA	3.000,00	3.000,00
1	ROMANA SEMI INDUSTRIAL	350,00	350,00
4	PERCHAS	120,00	480,00
1	CAMARA DE FRIO	600,00	600,00
4	CAJONERAS DE QUESO	50,00	200,00
1	ENVASADORA	2.000,00	2.000,00
			<b>5.200,00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>24.845,00</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera

Análisis:

Planteamos la tabla donde podemos observar los gastos realizados de la compra de activos fijos para la elaboración de nuestra propuesta.

### Detalle de Gastos.

**Cuadro 32.**

### DETALLES DE GASTOS

<b>SOYAMIX DETALLE DE GASTOS</b>						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
1	SECRETARIA	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
1	VENDEDOR	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
2	MANO DE OBRA	7.632,00	8.013,60	8.414,28	8.834,99	9.276,74
1	JEFE DE PRODUCCION	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1	CHOFER	3.816,00	4.006,80	4.207,14	4.417,50	4.638,37
	HONORARIOS PROFESIONALES	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
	APORTE PATRONAL	4.496,47	4.721,30	4.957,36	5.205,23	5.465,49
	DECIMO CUARTO	2.584,00	2.713,20	2.848,86	2.991,30	3.140,87
	DECIMO TERCERO	3.084,00	3.238,20	3.400,11	3.570,12	3.748,62
	<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>50.172,47</b>	<b>52.681,10</b>	<b>55.315,15</b>	<b>58.080,91</b>	<b>60.984,95</b>
<b>GASTOS DE GENERALES</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	AGUA	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
	ENERGIA ELECTRICA	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
	TELEFONO	264,00	277,20	291,06	305,61	320,89
	SERVICIOS DE INTERNET	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
	UTILES DE OFICINA	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
	ALQUILER	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50
	DEPRECIACION DE VEHICULO	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	429,96	429,96	429,96	429,96	429,96
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
	<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>15.776,96</b>	<b>15.865,16</b>	<b>15.957,77</b>	<b>16.055,01</b>	<b>16.157,11</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	PUBLICIDAD	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
	IMPULSORAS/VENDEDORAS	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
	<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>10.800,00</b>	<b>11.160,00</b>	<b>11.538,00</b>	<b>11.934,90</b>	<b>12.351,65</b>
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>76.749,43</b>	<b>79.706,26</b>	<b>82.810,92</b>	<b>86.070,82</b>	<b>89.493,71</b>
	GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	72.336,47	75.293,30	78.397,96	81.657,86	85.080,75
	GASTOS GENERALES	11.364,00	11.452,20	11.544,81	11.642,05	11.744,15
	DEPRECIACION	4.412,96	4.412,96	4.412,96	4.412,96	4.412,96
		4.412,96	8.825,92	13.238,88	17.651,84	22.064,80

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera

### **Análisis:**

Realizamos nuestro detalle de gastos administrativos, generales y de ventas para obtener los resultados de la viabilidad de nuestro proyecto.

**Gasto administrativo.-** Contrataremos a 5 empleados fijos y 2 administrativos, dándonos un total de 7 personas para tratar de minimizar gastos, proyectándonos a 5 años plazo, y realizando los pagos propios a los beneficios de ley de cada empleado.

**Gastos generales.-** Refleja los gastos básicos del local, los gastos de internet, los pago de alquiler y las depreciaciones correspondientes a cada activo fijo.

**Gastos de ventas.-** Demuestra el gasto de publicidad que tendremos al inicio de nuestro proyecto, así como también, el pago que se realizará cada tres mes por concepto pago de vendedores (esporádicos), con el objetivo de dar a conocer nuestros productos.

### **Depreciación de Activos Fijos.**

**Cuadro 33.**

#### **DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS**

<b>DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	605,00	10%	5,04	60,50
EQUIPO DE COMPUTACION	950,00	33%	26,13	313,50
VEHICULO	18.000,00	20%	300,00	3.600,00
EQUIPO DE OFICINA	90,00	10%	0,75	9,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	5.200,00	10%	43,33	520,00
<b>TOTAL</b>	<b>24.845,00</b>		<b>375,25</b>	<b>4.503,00</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera



## Costos de Ventas

**Cuadro 34.**  
**Costos de Ventas**

COSTO DE VENTAS						
CANT.	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<b>MATERIA PRIMA</b>					
	QUINTALES DE GRANOS DE SOYA	54000,00	56700,00	59535,00	62511,75	65637,34
	PACAS DE BOTELLAS	10320,00	10836,00	11377,80	11946,69	12544,02
	FUNDAS DE CELLADO	7200,00	7560,00	7938,00	8334,90	8751,65
	MIGUERA GLOCUSADORA	3600,00	3780,00	3969,00	4167,45	4375,82
	VARIOS	6000,00	6300,00	6615,00	6945,75	7293,04
	<b>TOTAL</b>	<b>91920,00</b>	<b>96516,00</b>	<b>101341,80</b>	<b>106408,89</b>	<b>111729,33</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera

### Análisis:

Realizamos una lista de los productos que se van a ofrecer con su respectivo precio de costo, obteniendo un costo de venta proyectado para el primer año de \$91.920,00, el cual se reflejará en el estado de pérdidas y ganancias.

### Presupuesto de Ingreso

**Cuadro 35.**  
**Presupuesto de Ingreso**

SOYAMIX							
PRESUPUESTO DE INGRESOS							
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>							
LECHE DE SOYA PEQUEÑA	9.000,00	0,40	43.200,00	45.360,00	47.628,00	50.009,40	52.509,87
QUESO DE SOYA 250G	2.730,00	2,90	95.004,00	99.754,20	104.741,91	109.979,01	115.477,96
QUESO DE SOYA 500G	900,00	3,80	41.040,00	43.092,00	45.246,60	47.508,93	49.884,38
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>179.244,00</b>	<b>188.206,20</b>	<b>197.616,51</b>	<b>207.497,34</b>	<b>217.872,20</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera

## Análisis

De acuerdo a nuestro presupuesto proyectado de ingresos observamos que los productos que ofreceremos en el primer año serán de \$179.244,00, lo cual refleja que el proyecto que llevaremos a cabo será rentable por que cubrirá los costos y gastos del proyecto.

## Estado de Pérdidas y Ganancias.

### Cuadro 36.

#### Estado de Pérdidas y Ganancias

SOYAMIX						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
<b>VENTAS</b>	179.244,00	188.206,20	197.616,51	207.497,34	217.872,20	990.436,25
(-) <b>COSTO DE VENTAS</b>	91.920,00	96.516,00	101.341,80	106.408,89	111.729,33	507.916,02
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>87.324,00</b>	<b>91.690,20</b>	<b>96.274,71</b>	<b>101.088,45</b>	<b>106.142,87</b>	<b>482.520,22</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	76.749,43	79.706,26	82.810,92	86.070,82	89.493,71	414.831,14
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>10.574,57</b>	<b>11.983,94</b>	<b>13.463,79</b>	<b>15.017,63</b>	<b>16.649,16</b>	<b>67.689,09</b>
(-) <b>GASTOS FINANCIEROS</b>	3.576,75	2.861,40	2.146,05	1.430,70	715,35	10.730,25
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>6.997,82</b>	<b>9.122,54</b>	<b>11.317,74</b>	<b>13.586,93</b>	<b>15.933,81</b>	<b>56.958,84</b>
<b>PARTICIPACION EMPLEADOS</b>	1.049,67	1.368,38	1.697,66	2.038,04	2.390,07	8.543,83
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>5.948,15</b>	<b>7.754,16</b>	<b>9.620,08</b>	<b>11.548,89</b>	<b>13.543,74</b>	<b>48.415,01</b>
<b>IMPUESTO RENTA</b>	1.308,59	1.705,92	2.116,42	2.540,76	2.979,62	20.647,58
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.639,55</b>	<b>6.048,25</b>	<b>7.503,66</b>	<b>9.008,13</b>	<b>10.564,11</b>	<b>36.311,26</b>

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

## Análisis:

Se comprueba, de acuerdo al estado de Perdida y Ganancia que en nuestro primer año obtendremos ventas de \$179.244,00; un costo de venta de \$91.920,00; con el total de costos indirectos de \$76.749,43, dándonos una utilidad operacional de \$10.574,57 que restando los gastos financieros, participación a empleados, pago de impuesto a la renta, logramos alcanzar una utilidad neta de \$4.639,55, la misma que servirá para seguir capitalizando nuestro negocio.

También podemos darnos cuenta que hay un incremento del 5% en nuestros ingresos y gastos por año, lo cual demuestra que al quinto año obtendremos una utilidad de \$36.311,26, lo que indica que el proyecto es factible y viable ya que cubre todos nuestros gastos y costos tanto financieros y de venta logrando así alcanzar nuestras expectativas.

## Balance General.

### Cuadro 37.

### Balance General.

SOYA MIX BALANCE GENERAL						
CUENTAS	2013	2013	2014	2015	2016	2017
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	9.000,00	15.641,78	22.050,02	29.937,42	39.354,23	50.353,20
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>9.000,00</b>	<b>15.641,78</b>	<b>22.050,02</b>	<b>29.937,42</b>	<b>39.354,23</b>	<b>50.353,20</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>24.845,00</b>	<b>24.845,00</b>	<b>24.845,00</b>	<b>24.845,00</b>	<b>24.845,00</b>	<b>24.845,00</b>
DEPRECIAC. ACUMULADA	-	4.412,96	8.825,92	13.238,88	17.651,84	22.064,80
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>24.845,00</b>	<b>20.432,04</b>	<b>16.019,08</b>	<b>11.606,12</b>	<b>7.193,16</b>	<b>2.780,20</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>33.845,00</b>	<b>36.073,82</b>	<b>38.069,10</b>	<b>41.543,54</b>	<b>46.547,39</b>	<b>53.133,40</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	23.845,00	19.076,00	14.307,00	9.538,00	4.769,00	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	1.049,67	1.368,38	1.697,66	2.038,04	2.390,07
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	1.308,59	1.705,92	2.116,42	2.540,76	2.979,62
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>23.845,00</b>	<b>21.434,26</b>	<b>17.381,30</b>	<b>13.352,08</b>	<b>9.347,79</b>	<b>5.369,69</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	4.639,55	6.048,25	7.503,66	9.008,13	10.564,11
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	4.639,55	10.687,80	18.191,46	27.199,59
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>10.000,00</b>	<b>14.639,55</b>	<b>20.687,80</b>	<b>28.191,46</b>	<b>37.199,59</b>	<b>47.763,71</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>33.845,00</b>	<b>36.073,82</b>	<b>38.069,10</b>	<b>41.543,54</b>	<b>46.547,39</b>	<b>53.133,40</b>

0,00                      0,00                      0,00                      0,00                      0,00

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

### Análisis:

En el Balance General contamos con una parte del aporte propio de capital que está asignado a la cuenta caja por \$9000,00 valor con el que iniciamos nuestro proyecto.

Tenemos el valor de activos fijos que está representado en la cuadro N° 22 por \$24.845,00 relacionado con su respectiva depreciación, en el pasivo corriente

reflejamos el préstamo para el inicio del proyecto por \$23.845,00 más el aporte de capital que fue \$10.000,00.

En cada año se incrementa un 5% a nuestro ingreso de la cuenta caja bancos, lo cual demuestra que obtendremos una utilidad rentable para cubrir nuestros costos y gastos.

## Flujo de Efectivo

### Cuadro 38.

### Flujo de Efectivo

SOYAMIX							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	2013	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	-	179.244,00	188.206,20	197.616,51	207.497,34	217.872,20	990.436,25
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>179.244,00</b>	<b>188.206,20</b>	<b>197.616,51</b>	<b>207.497,34</b>	<b>217.872,20</b>	<b>990.436,25</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSION INICIAL	33.845,00	-		-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	50.172,47	52.681,10	55.315,15	58.080,91	60.984,95	277.234,58
GASTO DE VENTAS	-	91.920,00	96.516,00	101.341,80	106.408,89	111.729,33	507.916,02
GASTOS GENERALES	-	11.364,00	11.452,20	11.544,81	11.642,05	11.744,15	57.747,21
GASTO DE PUBLICIDAD	-	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	18.000,00
SERVICIOS PRESTADOS	-	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65	39.784,55
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1.049,67	1.368,38	1.697,66	2.038,04	2.390,07
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1.308,59	1.705,92	2.116,42	2.540,76	2.979,62
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>33.845,00</b>	<b>164.256,47</b>	<b>174.167,56</b>	<b>182.814,06</b>	<b>191.880,83</b>	<b>201.388,88</b>	<b>906.052,05</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-33.845,00</b>	<b>14.987,53</b>	<b>14.038,64</b>	<b>14.802,45</b>	<b>15.616,51</b>	<b>16.483,32</b>	<b>75.928,45</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
PRESTAMO BANCARIO	23.845,00	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>23.845,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL	-	4.769,00	4.769,00	4.769,00	4.769,00	4.769,00	23.845,00
PAGO DE INTERESES	-	3.576,75	2.861,40	2.146,05	1.430,70	715,35	10.730,25
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>8.345,75</b>	<b>7.630,40</b>	<b>6.915,05</b>	<b>6.199,70</b>	<b>5.484,35</b>	<b>34.575,25</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>23.845,00</b>	<b>-8.345,75</b>	<b>-7.630,40</b>	<b>-6.915,05</b>	<b>-6.199,70</b>	<b>-5.484,35</b>	<b>-34.575,25</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-10.000,00</b>	<b>6.641,78</b>	<b>6.408,24</b>	<b>7.887,40</b>	<b>9.416,81</b>	<b>10.998,97</b>	<b>41.353,20</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>-</b>	<b>9.000,00</b>	<b>15.641,78</b>	<b>22.050,02</b>	<b>29.937,42</b>	<b>39.354,23</b>	<b>-</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>-</b>	<b>15.641,78</b>	<b>22.050,02</b>	<b>29.937,42</b>	<b>39.354,23</b>	<b>50.353,20</b>	<b>-</b>

TIR DEL NEGOCIO

23%

TIR DEL INVERSIONISTA

74%

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

### Análisis:

Podemos observar en nuestro flujo de caja proyectado que las ventas del primer año corresponde al valor de \$179.244,00, observando que inversión final que corresponde al valor \$33.845,00 en la que se refleja el total de egresos operativos,

manteniendo un saldo inicial en el primer año de \$9000,00 lo cual concierne a una parte proporcional del aporte propio.

Notamos que en el quinto año conseguiremos un flujo neto por \$6.641,78 proporcionándonos como resultado un TIR del inversionista del 70% y en el flujo operativo un TIR del negocio del 22% lo cual muestra la factibilidad del proyecto y éxito en la aceptación en nuestro cantón.

## Índices Financieros.

### Cuadro 39.

#### Índices Financieros.

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-33.845,00	14.987,53	14.038,64	14.802,45	15.616,51	16.483,32

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	11,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	75.928,45
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	33.845,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	44,87%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		55.788,91
VAN	POSITIVO	21.943,91
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,54
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	154,23
TASA INTERNA DE RETORNO		33,95%

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

### Análisis:

#### TIR - VAN

Al observar la tasa interna de retorno (TIR = 33.95%) se muestra que la inversión brinda la oportunidad de obtener rentabilidad, haciendo al negocio una opción atractiva para invertir, a pesar de que el financiamiento es alto (70%).

Los cálculos establecidos muestran que el préstamo se puede pagar y aun así se obtendrá utilidad que permita solventar los demás costos y gastos.

Si al análisis efectuado se le adiciona el estudio del VAN (21.943,91), se sigue confirmando la factibilidad económica del negocio.

Por lo antes expuesto, consideramos que la creación de la microempresa dedicado a la comercialización de productos derivados de la soya como lo son la leche de soya y el tofu, se constituye en una opción importante de emprendimiento e inversión de capitales que con el tiempo presentará márgenes de rentabilidad.

### **INVERSION INICIAL**

Al momento de iniciar nuestro proyecto contábamos con un presupuesto de capital de \$19.000,00 los mismos que sirvieron como aporte para la inversión (\$10.000,00) y nuestra cuenta caja (\$9.000,00); es importante también mencionar que nos financiamos en un 70% con el Banco de Fomento realizando un préstamo por el valor de \$23.845,00.

### **INDICE DE RENTABILIDAD**

Tenemos un índice de rentabilidad mayor a 1 dando como resultado un 2,54% el cual demuestra la rentabilidad y la viabilidad que vamos a tener en nuestro proyecto dentro del mercado, ya que refleja un valor positivo en las utilidades y activos totales.

## Índices Financieros.

### Cuadro 40.

#### Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	179244,00
COSTO DIRECTO	91.920,00
COSTO INDIRECTO	76.749,43
FLUJO NETO	6641,78
PAGO DE DIVIDENDOS	4769,00
GASTOS FINANCIEROS	3576,75
GASTOS PERSONAL	50172,47
ACTIVOS FIJOS NETOS	20.432,04

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

#### Análisis

Se puede observar que en el primer año de nuestro negocio obtendremos ventas de \$179.244,00 lo cual indica que alcanzaremos un ingreso promedio mensual de \$14.937,00 con los que podremos cubrir los gastos, en costos directos tenemos \$91.920,00 lo que representa el valor en inventario que hemos adquirido para el emprendimiento de nuestra microempresa basada en la elaboración de productos derivados de la soya; los costos indirectos reflejan un valor de \$76.749,43 los mismos que suman los gastos administrativos, generales y de ventas.

Podemos decir que entre las ventas menos los costos directos e indirectos observamos que tenemos un restante de nuestros ingresos de \$10.574,57; que corresponde a la utilidad operacional; en los flujos netos hay un valor de \$6.641,78 que corresponde al valor positivo del flujo operativo más el valor negativo del flujo neto no operativo. El valor correspondiente a los activos fijos netos es la depreciación de la adquisición de los activos fijos.

## Índices Financieros.

**Cuadro 41.**

### Punto De Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
EN DOLARES	157538,31
EN PORCENTAJE	87,89%

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
	<b>POSITIVO</b>	7887,40
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	2,39
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	29,99%
INDICE DE EMPLEO		2,46

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

## Análisis

En el punto de equilibrio tenemos un valor de ganancia de \$157.538.31, donde nos indica que es el tope para mantenernos al margen de las ventas.

## Índices Financieros.

**Cuadro 42.**

### Factores de Rendimiento

<b>DATOS</b>	
ACTIVO CORRIENTE	15.641,78
ACTIVOS TOTALES	36.073,82
UTILIDAD NETA	4.639,55

<b>RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ</b>			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5664	56,64%

<b>RENDIMIENTO CORRIENTE</b>			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1286	12,86%

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.



## Análisis

**Activo corriente.-** Mantenemos un incremento del 5% en los ingresos lo cual reflejó en el primer año el valor de \$15.641,78, cabe mencionar que al inicio contamos con el valor de \$9.000,00.

**Activos totales.-** Mantenemos el valor de \$36.073,82 aquí también suman los activo fijos adquiridos para el negocio dando como utilidad \$4.639,55; restado el valor por préstamo, participación a trabajadores y los impuestos de ley por pagar, demostrando así que el proyecto tendrá un favorable rendimiento.

**Riesgo de liquidez.-** Contamos con un 54,41% los mismos que pertenecen al activo corriente menos nuestros activos totales los mismos que nos muestra la viabilidad del proyecto un rendimiento corriente sobre nuestros activos mayor a doce lo cual obtenemos un porcentaje del 14,96% que nos refleja nuestra utilidad de la inversión de los activos.

## Índices Financieros.

### Cuadro 43.

#### Razones Financieras

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	75.928,45
GASTOS FINANCIEROS	10.730,25
INVERSION INICIAL	33.845,00
UTILIDAD NETA	36.311,26
VALOR DEL CREDITO	23.845,00
VENTAS	990.436,25
COSTO DE VENTA	922.747,16
TOTAL DEL ACTIVO	2.780,20

**Elaborado:** Carlos Ullauri y Jennifer Quise.

**Fuente:** investigación Financiera.

## **Análisis**

Mantenemos una utilidad operativa por el total de \$75.928,45 que corresponde a la suma de los cinco años dentro del flujo proyectado, también notamos el valor de los gastos financieros como el valor de la inversión inicial dentro del flujo anteriormente citado, vamos a tener una utilidad neta total dentro de los cinco años de \$36.311,26 valor que podemos observar en el estado de pérdidas y ganancias lo que indica que podemos decir que cubre todos los costos y gastos, observamos que en el total de activos a los cinco años contaremos con el valor de \$2.780,20 en la que se ve reflejada la depreciación de nuestros activos fijos y a su vez el incremento de la cuenta caja por año del 5%.

### **5.7.3 Impacto**

El impacto que obtendremos al crear una microempresa en el cantón Naranjito será de mayor importancia.

- Mejoraríamos el estilo de vida de muchas personas al brindarles productos saludables y de buena calidad.
- Mejoraremos la economía del cantón y a su vez generaremos fuentes de trabajo

En conclusión el impacto es positivo y a su vez de tipo social porque ayudaremos a las personas en su alimentación y rescataremos los beneficios que el producto de soya.

### 5.7.4 Cronograma

Cuadro 44.

No	ACTIVIDADES	MESES																				
		JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE								
1	Proyecto del negocio	█																				
2	Alquiler del local comercial		█																			
3	Obtener permisos de funcionamiento			█																		
4	Realizar los respectivos préstamos bancarios				█																	
5	Contactar a nuestros futuros proveedores					█	█															
6	Equipamiento del local comercial							█														
7	Contratar al personal de trabajo								█	█												
8	Inauguración del negocio										█	█	█									

Fuente: Cronograma de actividades

Realizado por: Carlos Ullauri y Jennifer Quise

### 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Control de la calidad de los productos que van ser ofrecidos a nuestros clientes.

Personal deberá ser observado con frecuencia para establecer su desempeño laboral

El trabajo deberá ser en equipo

Verificar si el establecimiento se encuentra con una infraestructura acorde a las necesidades

**Otros lineamientos proyectados al crear la microempresa serían:**

- Cantidad de Demanda
- Nivel de Liquidez
- Márgenes de utilidad
- Nivel de Ventas
- Nivel de Costos
- Nivel de Gastos

## **CONCLUSIONES**

- ❖ Como lo demostramos en el análisis de las encuestas que se efectuaron, en el cantón Naranjito no existe un lugar donde se vendan productos de soya
- ❖ Para muchas personas estos productos son de su desconocimiento esto se debe a que no conocen el valor nutritivo que este genera.
- ❖ La calidad de los productos dependerá del personal que se contratará para así tener una buena acogida por parte de nuestros futuros clientes.
- ❖ El lugar donde se ubicara esta microempresa esta adecuada para que los clientes puedan sentirse cómodo.
- ❖ Realizaremos un préstamo al Banco Nacional de Fomento ya que ofrece créditos para pequeños empresarios, con el afán de contribuir al desarrollo empresarial, comercial, productivo y económico de la ciudad.

## **RECOMENDACIONES**

- ❖ Se realizará adecuaciones en el establecimiento también en nuestros productos si es necesario esto se lo podrá realizar en el transcurso de su funcionamiento.
- ❖ El personal que contrataremos debe estar capacitando para que puede desempeñarse de una manera eficiente en su puesto de trabajo.
- ❖ Nuestro personal se lo capacitará para que de una buena atención a nuestros futuros clientes y sobre todo para que se desempeñen bien.

## BIBLIOGRAFÍA

Guerrero, j (2010), proyecto de inversión para el reposicionamiento de una empresa productora y comercializadora de helados de soya para ciudad de Guayaquil, Espol, Guayaquil, ecuador

Censo Agropecuarios del Ecuador, (2008), Procesos de la producción de soya, recuperado del [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec).

ABURTO Isabel; Evolución de las variedades de Soya, INTA; 2004.

Constitución de la república.

Ley de Defensa al consumidor

Código de la Producción

Ochoa, S (2010), Alimentación y Nutrición Humano. Recuperado del <http://www.facmed.unam.mx/deptos/salud/censenanza/spi/unidad2/index.m>

Lecuna, L (2009), *La soya aliada de la salud*, recuperado en <http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/120709/salud.shtml>

Proceso de cosecha de la soya (CENSO NACIONAL AGROPECUARIO ELABORACIÓN 2008

Benítez, J (2008), *Estudio de la soya derivados en la alimentación*, Universidad equinoccial Quito Ecuador

## Anexos

### Encuesta:



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADEMICA  
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL**

Esta encuesta va dirigida a los habitantes del Cantón Naranjito

El objetivo de la encuesta es identificar si los habitantes del Cantón Naranjito conocen los beneficios y propiedades alimenticias de la soya para determinar si es factible o no la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de productos de soya.

1-Consumo productos a base de soya.

Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>		

2-Incluiría en su dieta normal el consumo de soya.

Totalmente	<input type="checkbox"/>	Mucho	<input type="checkbox"/>
Moderado	<input type="checkbox"/>	Poco	<input type="checkbox"/>
Nada	<input type="checkbox"/>		

3-Considera usted que al consumir productos de soya mejoraría su estilo de vida

De acuerdo  En desacuerdo

Totalmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo

4-Sus niveles de conocimientos sobre las propiedades alimenticias de la soya son:

Alto  Muy alto

Mediano  Bajo

Nulo

5-Los problemas de salud están presentados por los malos hábitos alimenticios.

De acuerdo  En desacuerdo

Totalmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo

6-Le gustaría recibir algún tipo de información sobre lo que genera alimentarse de una manera errónea.

De acuerdo  En desacuerdo

Totalmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo



7-Considera usted que la soya previene algún tipo de enfermedades.

De acuerdo  En desacuerdo

Totalmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo

8- Cree usted que la falta de publicidad provoca que no haya mucha demanda del producto de soya.

De acuerdo  En desacuerdo

Totalmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo

9-Dentro del cantón Naranjito hay locales donde se consuma la soya.

Sí  No

10-Considera usted que la poca demanda del producto de la soya genera que no haya niveles de consumo.

De acuerdo  En desacuerdo

Totalmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo

11-Cuando desea adquirir productos derivados de la soya la cantidad de puntos de ventas que la comercializan son:

Muchos  Pocos

Muy pocos  Nada

**Maquinaria Para la producción:**



**Envasadora de botellas**



## Permiso de Salud Pública

**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**  
 DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE PIENSAZA  
 VIGILANCIA SANITARIA PROVINCIAL

**Nº 030277**      **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**      **206703**  
**AÑO 2010**

Código del establecimiento: **1548**  
 Nombre o razón social del establecimiento: **REYPROPAPEL RECICLAR S.A. LTDA.**  
 Nombre del propietario o representante legal: **HERNAN GARCIA MARCO VINICIO**  
 Nº R.U.C. del establecimiento: **1708154890**      Nº C.C. del propietario del establecimiento: **00002788**  
 Ubicación del establecimiento: **QUITO**      Nº CC. del propietario del establecimiento: **CANCELERY**      SECTOR D05  
 Ubicación del establecimiento: **JOSE ANDRAGUERO 1-34 Y VICENTE GONZALEZ**  
 Tipo de establecimiento: **INDUSTRIAS QUE EMITEN RESIDUOS POR RECICLADO PÚBLICO**  
 Categoría: **PEQUEÑA INDUSTRIA**  
 Subcategoría: **RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN**  
 Valor del pago: **1708154890**      Valor: **\$ 57.00**  
 Fecha de Expedición: **22/06/2010**      Fecha de Validación: **11/11/2010**      **31/12/2010**

Director: **FRANCISCA VASCA**      Jefe Provincial: **JOSÉ GUAYÁMBOS**

Nota: La vigencia legal de este documento de autorización se verifica en cualquier momento.

## Cuerpos de bomberos

**CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTON NARANJITO**  
**JEFATURA PROVINCIAL Nº 0002015**

**TITULO DE CRÉDITO Nº**  
 (Decreto 3109 – R.O. 747 de enero de 1979 y Art. 35 de Ley de Def. contra Inc.)      Año: **2012**  
 R.U.C.: 1960137090001

**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: DISPENSARIO MEDICO**

Nombre del Local: .....  
 Rep. Legal: **NIESHA GEDRIS JOSE**      Categoría: **MEDICINA**  
 Nº de R.U.C.: **1990202034004**      VALIDO HASTA: **31/12/2012**  
 Nº de Extintores: **3**      Tipo: **CO2**      Capacidad: **5Lbs**  
 Ubicación: Cantón: **Zamora**      Parroquia: **Guadalupe**  
 Ciudad: **Zamora**      Provincia: **Zamora Chinchipe**  
 Dirección: **MUNICIPIO DE GUADALUPE**  
 Valor: **\$ 30.00**  
 Son: **TREINTA DOLARES**      00/100

Zamora (03/17-02-2012) Hora: **9:430**  
 Crnel. (B) Dr. Joselito E. Chiriboga M.      Dra. Carmen J. Ponce P.  
**PRIMER JEFE**      **TESORERA**

NOTA: Los Permisos se Renovará Obligatoriamente a partir de Enero      Interesado: ORIGINAL, Tesorería: AZUL, Archivo: AMARILLO

## Permiso de Funcionamiento Municipal

**Municipalidad de Naranjito**  
 DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA  
**LICENCIA DE APERTURA DE ESTABLECIMIENTO**      Nº: **45613**

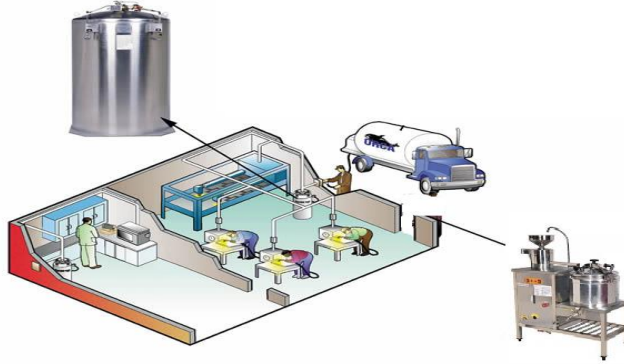
De conformidad con la Resolución de la Municipalidad de Naranjito, se autoriza la apertura de un establecimiento en el sector: **INDUSTRIAL**  
 Ubicación del establecimiento: **INDUSTRIAL**  
 Valor del pago: **1708154890**      Valor: **\$ 57.00**  
 Fecha de Expedición: **22/06/2010**      Fecha de Validación: **11/11/2010**      **31/12/2010**

Director: **FRANCISCA VASCA**      Jefe Provincial: **JOSÉ GUAYÁMBOS**

Nota: La vigencia legal de este documento de autorización se verifica en cualquier momento.



# Encargados de la producción

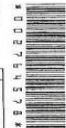


# Afiliación en la Cámara de Comercio



ESTE FORMULARIO SERÁ COBRADO ÚNICAMENTE AL MOMENTO DE PAGAR LA MATRÍCULA O RENOVACIÓN  
**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**  
 CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL

**CAMARA**  
 DE COMERCIO DE BOGOTÁ  
 Por nuestra sociedad



<b>IDENTIFICACIÓN</b>		REGISTRO MERCANTIL / ENTIDADES SIN ANÍMO DE LUCRO / DE PROPONENTES	
NIT <input type="text" value="01"/>	C.C. <input type="text" value="02"/>	C.E. <input type="text" value="03"/>	PASAPORTE <input type="text" value="04"/>
No. _____ D.V. _____		INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA <input type="text" value="04"/> <input checked="" type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="text" value="02"/>	
País Pasaporte _____		CÁMARA _____ INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA _____	
<b>UBICACIÓN Y DATOS GENERALES</b>			
1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA <u>LKASA</u>		3. SIGLA _____	
2. NOMBRE COMERCIAL <u>FUNDACION LKASA</u>		5. MUNICIPIO <u>Cundinamarca</u>	
4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIRECCIÓN DE GERENCIA <u>CRA 85 N° 34 A 41 SUR</u>		7. TELÉFONO <u>4535 19 1</u>	
6. DEPARTAMENTO <u>Bogotá</u>		8. FAX _____ 9. A.A. _____	
10. E-MAIL <u>karengomez333@hotmail.com</u>		11. PÁGINA WEB _____	
12. DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN <u>CRA 85 N° 34 A 41 SUR</u>		13. MUNICIPIO <u>cundinamarca</u>	
14. DEPARTAMENTO <u>Bogotá</u>		15. TELÉFONO <u>4535 19 1</u>	
18. E-MAIL <u>karengomez333@hotmail.com</u>		19. PÁGINA WEB _____	
<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>			
SOCIEDAD COLECTIVA <input type="text" value="01"/>		SOCIEDAD EN COMANDITA <input type="text" value="02"/>	
SOCIEDAD ANÓNIMA <input checked="" type="checkbox"/> <input type="text" value="05"/>		SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="text" value="03"/>	
EMPRESA UNIPERSONAL <input type="text" value="09"/>		SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="text" value="07"/>	
EMPRESA DE SERVICIOS SIN FORMA DE ADMSN. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="text" value="12"/>		PERSONA NATURAL <input type="text" value="11"/>	
ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="text" value="12.7"/>		PRECOOPERATIVA <input type="text" value="12.2"/>	
FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="text" value="12.10"/>		FONDO DE EMPLEADOS <input type="text" value="12.5"/>	
ENTIDAD SIN ANÍMO DE LUCRO <input checked="" type="checkbox"/> ¿CUÁL? _____		EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="text" value="12.8"/>	
		EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="text" value="12.11"/>	
		OTROS <input type="text" value="99"/> ¿CUÁL? _____	
<b>FECHA DE CONSTITUCIÓN</b>		<b>COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL</b>	
2 0 0 9 1 0 1 1		1. NACIONAL _____ % 2. EXTRANJERO _____ %	
HASTA _____		1.1 PÚBLICO _____ % 2.2 PRIVADO _____ %	
1.2 PRIVADO <u>100</u> %			
<b>ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA</b>			
ACTIVA <input checked="" type="checkbox"/> <input type="text" value="01"/>		EN CONCORDATO <input type="text" value="03"/>	
INTERVENIDA <input type="text" value="04"/>		ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN <input type="text" value="06"/>	
ETAPA PREOPERATIVA <input type="text" value="02"/>			
EN LIQUIDACIÓN <input type="text" value="05"/>			
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN</b>			
1. AGROPECUARIOS _____		3. MANUFACTUREROS _____	
2. MINEROS _____		4. SERVICIOS PÚBLICOS _____	
5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____		6. COMERCIALES _____	
6. COMERCIALES _____		7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	
8. COMUNICACIÓN _____		8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	
9. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____		11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (describa en orden de importancia las principales actividades económicas)</b>			
1. <u>Prestar el servicio de consultas de Síntomas del virus A(H1N1)</u>			
2. <u>Elaborar y vender productos preventivos y de tratamientos contra el virus A(H1N1)</u>			
3. _____			
4. _____			
5. _____			
<b>FECHA DE DILIGENCIAMIENTO</b>		<b>REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO</b>	
DÍA _____ MES _____ AÑO _____		NOMBRE <u>Karen Julieth Gomez Molina</u>	
11 10 2009		FIRMA <i>[Firma]</i>	
		PERSONA QUE DILIGENCIA	
		NOMBRE <u>Karen Julieth Gomez Molina</u>	
		CARGO <u>gerente</u>	
		E-MAIL <u>karengomez333@hotmail.com</u>	
<b>PARA USO EXCLUSIVO DE LA ENTIDAD</b>		<b>PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A:</b>	
FECHA DE RECEPCIÓN		TELÉFONO _____	
DÍA _____ MES _____ AÑO _____		E-MAIL _____	
NOMBRE _____		WEB _____	
FIRMA _____			
RECUERDE REPORTAR CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN SUS DATOS			