

**DETERMINACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN
“SOYAMILK”
ALIMENTANDO UN COMPROMISO SOCIAL**

Guamán Sharon¹; Rodríguez José²; Segarra Clara³
Est. Ing. Comercial¹; Economía²; Magíster en Docencia e Investigación Educativa⁴
Facultad ICHE
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus “Gustavo Galindo”, Km 30.5, vía Perimetral. Casilla 09-01-5863
Guayaquil, Ecuador

RESUMEN:

A través de la asignatura “Desarrollo Social y Voluntariado”, un grupo de educandos de la Facultad ICHE, realizaron como labor de voluntariado el proyecto “Determinación de un plan estratégico para la comercialización de “SOYAMILK”, esta propuesta nació con el fin de proveer al Comedor Popular “Santa Marianita” ubicado en el cantón Durán, y dirigido por la Fraternidad San Juan de Ávila, una fuente de ingresos propia, que constituya una ayuda para su manutención, pues este benemérito lugar brinda desayunos y almuerzos a personas de condiciones socioeconómicas ínfimas, las mismas que normalmente tienen un ingreso por debajo de un dólar diario o en la mayoría de los casos a personas indigentes.

El Comedor Popular “Santa Marianita” cuenta con una máquina productora de leche de soya, la misma que fue donada por el Club Rotario, este recurso en el futuro se convertirá en la fuente más viable de sostenibilidad económica propia para el comedor; es así que, con la visión de aprovechar esta maquinaria se elaboró el proyecto.

En base a los datos e investigaciones realizadas, los resultados de aceptación del producto en la comunidad fueron excelentes. En cuanto a rentabilidad económica en el estudio realizado se concluyó que el proyecto generaría un 68% del ingreso fijo diario al comedor, lo cual ayudará a solventar gastos de manutención del comedor.

PALABRAS CLAVE: Voluntariado, Comercialización, Leche de Soya, Comedor Popular.

ABSTRACT:

Through the subject "Volunteering and Social Development", a group of students from the Faculty ICHE, performs volunteer work as a project entitled "Identification of a strategic plan for marketing "SOYAMILK", this proposal was born with the aim of providing the Dining Popular "Sta. Marianita" located in Duran, and directed by the fraternity San Juan de Avila, a source of income itself, which constitutes a support for their upkeep, as this place benemérito provides breakfasts and lunches to people of socio-economic conditions tiny, the same as they normally have an income below a dollar per day or in most cases people destitute.

The Comedor Popular "Santa Sta.Marianita" with a machine producing soy milk, which was donated by the Rotary Club, this resource in the future will become the most viable source of economic sustainability for the dining room itself; It's so , with the vision to build this machine was developed the project.

Based on data and research, the results of acceptance of the product in the community were superb. As for economic efficiency in the study concluded that the project would generate 68% of the fixed income newspaper to the dining room, which will help solve maintenance costs dining.

INTRODUCCIÓN:

Este proyecto nace a raíz de la experiencia en la materia “Desarrollo Social y Voluntariado”, pues es ahí donde se tuvo la oportunidad de conocer la situación del Comedor Popular “Santa Marianita”, ubicado en el cantón Durán. Este benemérito lugar brinda desayunos y almuerzos a personas de condiciones socioeconómicas muy bajas. Aquí asisten niños, jóvenes, adultos y ancianos que viven o frecuentan los alrededores de la parroquia y en muchos casos asisten también personas de otros sectores pobres de Durán. Diariamente se preparan aproximadamente 330 desayunos y 120 raciones alimenticias en el almuerzo.

Los ingresos para la manutención de este comedor dependen principalmente del apoyo de la parroquia y del dispensario perteneciente también a esta gran comunidad presidida por el padre Celso Montesdeoca; además reciben donaciones de ciertas fundaciones, siendo la principal la del Club Rotario; sin embargo, éstas no son regulares, ni de una cantidad fija, lo que provoca una falta de estabilidad económica para el lugar.

Palpando desde la primera visita al Comedor su situación y la extraordinaria labor que se realiza a todas estas personas tan necesitadas se decidió estudiar posibilidades para fortalecer de alguna manera su condición.

Luego de estar en contacto con la gente beneficiaria del lugar y los administradores del mismo, pudimos conocer acerca de la existencia de una máquina con tecnología de punta, productora de leche de soya, donada por el Club Rotario y que por el momento estaba sin un uso productivo. Es en ese momento, encontramos una potencial vía de fuente de ingresos para el Comedor, sin embargo hacía falta la estructura que viabilice una salida exitosa a este objetivo. En esta parte intervenimos nosotros que como estudiantes de carreras administrativas

y con un gran sentido de responsabilidad social universitaria comenzamos a encaminar este reto, que con mucho amor y responsabilidad desarrollamos para idear un proyecto de comercialización de la leche de soya producida por aquella máquina que constituía una esperanza para seguir adelante con la labor que desde 1986 se inició.

Con una organización entre los miembros y la colaboración efectiva de algunas personas se comenzaron los estudios previos, cotizaciones de precios, análisis de los mercados, en los que se incluyeron encuestas puerta a puerta a tiendas y otras directas a transeúntes, las cuales nos ayudaron a tener a palpar el terreno en el que se iba a entrar; los resultados fueron muy alentadores, lo cual nos impulsó a dar las ciseladas a este proyecto que se convirtió en parte de nuestra agenda diaria.

Al final, lo logramos, entregamos un proyecto que incluía toda la estructura para ponerlo en marcha, ambicionamos hacerlo de una manera eficiente, clara y veraz; y estamos seguros de haberlo conseguido pues los administradores quedaron muy satisfechos con el trabajo entregado y en nuestros corazones quedó la sensación gratificante del deber cumplido, teniendo en cuenta que era un pequeño paso del largo camino al que debemos ir empedrando con bloques de solidaridad desinteresada y constante.

OBJETIVOS:

GENERAL:

Elaborar una propuesta de proyecto de comercialización de leche de soya llamada “SOYAMILK”, que brinde a la comunidad un producto alimenticio original e innovador, que este dirigido a todo tipo de consumidor, cuyos fondos contribuyan a la

manutención del Comedor Popular "Santa Marianita".

ESPECÍFICOS:

Elaboración de un plan estratégico para la comercialización de "SOYAMILK".

Desarrollar un estudio socio-económico de mercado de SOYAMILK, a fin de obtener resultados concretos, cuyos datos servirán posteriormente para la comunidad del Comedor Santa Marianita de Durán.

MATERIALES Y MÉTODOS


Para el desarrollo del proyecto una de las primeras tareas fue dar el nombre al producto, el mismo que se estudió en consenso y al cual se lo denominó "SOYAMILK". Adicionalmente, se elaboraron encuestas dirigidas al público y dueños de tiendas en las zonas aledañas al Comedor Popular, de las cuales se obtuvo alentadores resultados, pues entre otras cosas, alrededor del 72% de los 18 dueños de las tiendas les resultó agradable el sabor de la soya y estarían dispuestos a comercializarla en sus locales.

Por otra parte, el público entrevistado también se mostró receptivo acerca del producto, un 51% de los 37 entrevistados consume regularmente leche de soya. Los sabores más solicitados en cuanto a lácteos fueron frutilla, vainilla, chocolate y coco.

Degustación del producto y análisis económico.

Dentro de la metodología empleada para la elaboración del proyecto de la comercialización la leche de soya se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

ANÁLISIS ECONÓMICO

 Sector Económico

Nuestro producto está dirigido a incursionar en el sector alimenticio de bebidas lácteas de origen vegetal.

Clasificación del Producto

Nuestro producto es tangible y secundario, por cuanto es procesado obteniéndose de materia prima, como lo es la soya. Por su nombre, se trata así mismo de un producto no tradicional aunque está presente en el mercado ecuatoriano, es reciente y no ha constituido parte de la nutrición diaria de los habitantes.

Tipo de Mercado

El mercado en que se va a incursionar el proyecto es de competencia perfecta.

EL MERCADO DEL PROYECTO

Análisis de los Submercados:

Proveedores

Son todos los oferentes de los insumos para la elaboración de SOYAMILK:

1.- Plásticos Sori (envases)

2.- Tiendas locales y Mayoristas (Materia prima directa al por menor

y mayor)

3.- Club Rotario.- Donación de Máquina

Competidores

Hemos realizados estudios previos (encuestas a transeúntes y propietarios de tiendas) para la puesta en discusión del tema propuesto y lo que he derivado de ello es que en la actualidad existen muchos productos a base de soya, pero también es cierto es que ninguno esta concebido de una manera que sea óptimo para la seguridad del consumidor ya que los mismos no tiene ni seguridad , ni fecha de expedición la mayoría de ellos, por lo cual según los mismos consumidores no se sienten muy seguros al consumir dichos productos, es importante acotar que para elaborar productos a base de soya hay que cumplir con ciertas

normas de higiene las cuales son muy decisivas para obtener un producto fresco y de calidad.

Para describir la diferencia de nuestros productos con los de la competencia podríamos comenzar diciendo que, contamos con todos los requisitos para que el consumidor tenga la certeza de que al consumirlos se están ingiriendo productos de marca e higiene porque, los mismos llevarán:

- Registro Sanitario.
- Marca Registrada
- Patente.
- Responsable Técnico.

† Distribuidores

La forma de comercializar nuestro producto será de la siguiente forma:

Directa:

A través de la venta directa en puntos estratégicos:

- Centro Educativo "Santa Marianita"
- Tienda
- Establecimiento de productos naturales (A futuro)

Indirecta:

Por medio de vendedores ambulantes

† Consumidores

Nuestros potenciales clientes serán todos y cada uno de aquellos que necesiten:

- * Comprar productos nutritivos
- * Personas que trabajen y no dispongan de tiempo para ingerir productos óptimos.
- * Estudiantes escuelas colegios universidades
- * Personal de oficinas

La ubicación geográfica de nuestros clientes será de todo el territorio ecuatoriano comenzando potencialmente en Durán.

ESTRATEGIA COMERCIAL

Características del Producto

Las tendencias de alimentación por causa de salud, dinero o simplemente cuidado personal abren campo a incursionar en el mercado alimenticio con un producto que cumpla con los requisitos necesarios para todo consumidor que requiere de satisfacer sus necesidades.

El producto nace encaminado a cumplir con los requisitos de cada uno de sus clientes dedicándose a la elaboración y distribución de una exquisita Leche de Soya, elaborada con los más altos estándares de calidad y distribuidos a distintos lugares estratégicos donde previamente un estudio indique sean los más idóneos para la venta.

El producto es elaborado a base de 100% leche de soya endulzada con sabores de vainilla, coco y frutilla; los cuales, entre otras características, son:

- Natural
- Nutritivo
- Económico
- Delicioso
- Innovador
- Garantizado

Los tipos de presentación a los que tendrán disposición los clientes son en botellas de medio litro.

ANÁLISIS FODA

Con el fin de establecer la veracidad del proyecto se realizó el siguiente análisis.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Producto de calidad superior. Adecuada infraestructura. Costos asequibles que permiten comercializando a un precio módico Producto natural e importante para la salud de las personas.	Inseguridad de los consumidores y posibles distribuidores por mala práctica comercial de productos anteriores. Poca experiencia comercial por parte de los administradores.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Incremento de la demanda de nuestro producto. Personas interesadas en el producto. País dolarizado, con inflación estable. Colaboración de la Unidad Educativa “Santa Marianita” para la comercialización.	Prejuicios acerca del sabor de la soya por parte de ciertos consumidores. Otras alternativas como gaseosas y demás.

ESTUDIO TÉCNICO

Procesamiento del Grano:

Durante el procesamiento de los granos de soya, éstos son en primer lugar limpiados y luego acondicionados, abiertos, descascarados y laminados en hojuelas. El paso siguiente consiste en extraer el aceite de soya de las hojuelas. Éstas son luego secadas, obteniéndose “hojuelas de soya desgrasadas”. Este material desgrasado constituye la base para las tres principales categorías de productos a base de proteína de soya: harinas, concentrados y aislados.

ESTIMACIÓN EN VENTAS

Se estima un promedio de ventas diarias de 300 botellas diarias de lunes a viernes.

INVERSIÓN DEL PROYECTO

Recursos Financieros:

Capital proveniente de las donaciones al Comedor.

+ Activos Fijos:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Máquina	1	\$10.000
Establecimiento	1	3.000
Otros Implementos		2.000
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO		15.000

DESCRIPCION DE LOS COSTOS DE UNITARIOS

UNIDAD: BOTELLA DE MEDIO LITRO DE SOYAMILK

AZUCAR

<u>POR MAYOR</u>	<u>POR MENOR</u>
\$ 23,00 Por qq.	\$ 1,20 2 Kilos
\$ 0,230 Por libra	\$ 0,600 Por kilo
\$ 0,014 Por onza	\$ 0,273 Por libra
\$ 0,029 Por 2 onzas	\$ 0,017 Por onza
	\$ 0,034 Por 2 onzas

Nota.- Estimamos que con 2 onzas se endulzaría la botella de medio litro

LUZ (Energía eléctrica)

\$ 0,950	Por Hora
\$ 0,032	Por litro
\$ 0,016	Por 0,5 litros

Nota.- En una Hora de trabajo de la maquina se producen 30 litros

SOYA

PRECIOS DE MERCADO:

<u>POR MAYOR</u>	<u>POR MENOR</u>
\$ 0,35 Por libra	\$ 0,16 Por libra

DISTRIBUCION:

Con 4,5	Libras	se produce	15	Litros
Con 0,3	Libras	se produce	1	Litro
Con 0,15	Libras	se produce	0,5	Litros

COSTO:

Por Mayor	\$ 0,053	(0,15 x 0,35)
Por Menor	\$ 0,024	(0,15 x 0,16)

SABORIZANTE

Botella Saborizante	\$ 1,500
Por Galón	\$ 0,750
Por Litro	\$ 0,188
1/2 Litro	\$ 0,094

Nota.- Media Botella de Saborizante se aplica para un Galón de Leche

AYUDANTE

Salario	\$	5	Por Día
Producción		300	Botellas de leche por Día
Costo	\$	0,017	Por botella de leche de Soya

ENVASES

Botellas plásticas de Medio Litro	\$ 7.50	Incluido IVA (Por 100 unidades)
Tapas	\$ 2.00	
	\$ 9.50	Por 100 U.
Precio Unitario	\$ 0.095	

Fuente: Plásticos Soria – Distribuidor de Botellas
 Dirección: Lorenzo de Garaycoa y Padre Solano

COSTOS UNITARIOS DE FABRICACIÓN

PRODUCTO: LECHE DE SOYA **SABOR:** VAINILLA
UNIDAD: BOTELLA 1/2 LITRO

POR MENOR

POR MAYOR

COSTOS DIRECTOS

MATERIA PRIMA:

SOYA	0,053	0,024
SABORIZANTE	0,063	0,063
AZUCAR	<u>0,034</u>	<u>0,029</u>
<u>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	0,149	0,115

MANO DE OBRA DIRECTA:

AYUDANTE 1	0,017	0,017
<u>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</u>	<u>0,017</u>	<u>0,017</u>
<u>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</u>	0,166	0,132

COSTOS INDIRECTOS

ENERGIA ELECTRICA	0,016	0,016
ENVASES	<u>0,095</u>	0,095
<u>TOTAL COSTO INDIRECTO</u>	<u>0,111</u>	<u>0,111</u>
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 0,28	\$0,24

RESULTADOS

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Estado de Resultado Operativo. (Diario)

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Ventas Diarias	120.00	100%
Costos Totales	90.00	75%
Utilidad Bruta	30.00	25%

PROYECTO “SOYAMILK”

Ingresos Totales esperados diarios \$ 30.00

COMEDOR POPULAR “SANTA MARIANITA”

Ingresos Totales provenientes de la Parroquia y Dispensario diario: \$ 13.87

INGRESO TOTAL A FAVOR DEL COMEDOR \$ 43.87*

*El comedor recibe ingresos adicionales no regulares por otras donaciones.

REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos con nuestros datos, fruto de este proyecto, significarán para el comedor un ingreso fijo para su manutención y el impulso inicial para seguir creciendo en lo posterior como microempresarios y de esta manera dar un mejor servicio cada día a más personas que necesiten de una alimentación digna.

Seguirán siendo necesarias las donaciones de fundaciones y personas generosas y comprometidas por una sociedad más digna, sin embargo, sabemos que hemos contribuido a la apertura de otra puerta que soporte esta actividad y hemos dejado la semilla para que siguiendo los pasos adecuados lleguen a ser una empresa destinada a ser fuente de empleo y principal fuente de ingreso para el comedor y quizás posteriores proyectos en beneficio de la comunidad.

Con esta labor en la que asentamos toda nuestra dedicación y solidaridad tenemos la certeza que todas aquellas personas seguirán teniendo en este comedor popular su alimento, tanto material como espiritual, pues estas acciones contribuyen también a levantar la estima de aquellos a quienes las

circunstancias de la vida los han puesto en condiciones de suma pobreza, es una oportunidad para demostrarles que cuentan con una mano amiga y que el hecho de ser sociedad es darse el apoyo necesario para crecer juntos.

AGRADECIMIENTOS

Al padre Celso Montesdeoca, Párroco de la comunidad, a los esposos Cárcamo-Montalván, administradores del Comedor Popular “Santa Marianita” por su invaluable apoyo y colaboración.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Jennifer Kushell. Sólo para emprendedores.
- [2] Econ. Livia Palacios López. Contabilidad de Costos.
- [3] Ing. Raúl Carpio. Estructura de Proyectos.
- [4] Sheldon W. Williams. Estrategias para el mercadeo efectivo de nuevos productos de soya.

ANEXOS

FOTOS

COMEDOR POPULAR “SANTA MARIANITA”



BENEFICIARIOS DEL COMEDOR



MÁQUINA FABRICANTE DE LA LECHE DE SOYA



