



“IMPLEMENTACIÓN DE UNA ALTERNATIVA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE DE LA EMPRESA SAE A TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE SNACKS A BASE DE QUINUA QUE PROMUEVAN EL RENDIMIENTO MENTAL Y EL BIENESTAR HUMANO EN EL HOGAR PARA EL AÑO 2020”

DOCENTES INVESTIGADORES:

- Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs
- Lic. María Dolores Arboleda Guerrero, Mgs.
- Ing. María Cristina Moreira Sarmiento, Mgs.
- Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.
- Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo
- Lic. Betty Catalina Estrella Torres
- Ab. Pedro Alexis Jaramillo Quezada
- Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase

ESTUDIANTES INVESTIGADORES:

- Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano
- Tecnología Superior en Turismo

PERIÓDICO ACADÉMICO:

Octubre 2020 – Febrero 2021

DÍA, MES Y AÑO DE ENTREGA:

17 de febrero del 2021

Índice de contenidos

Caratula	1
Indice de contenidos.....	2
Indice de tablas.....	5
Indice de figuras	7
1. Antecedentes	9
2. Problemática.....	12
3. Tema.....	14
4. Objetivos	15
4.1. Objetivo general.....	15
4.2. Objetivos específicos.....	15
5. Marco teórico	16
5.1. Alimentación saludable.....	16
5.1.1. Importancia.	16
5.1.2. Beneficios.....	16
5.1.3. Snacks.	17
5.1.4. Tipos de barras energéticas.	18
5.1.5. Barras energéticas de quinua.....	18
5.1.6. Crunch de quinua.	18
5.2. Bienestar Humano.....	18
5.2.1. Rendimiento mental por buena alimentación.....	18
5.2.2. Consumo de alimentos energéticos (barras energéticas).	19
5.2.3. Productividad laboral por consumo de barras energéticas.	19
5.2.4. Importancia de alimentarse bien en el trabajo.....	19
6. Investigación de campo.....	21
6.1. Descripción del estudio de mercado.....	21
6.1.1. Público objetivo.	21
6.2. Métodos y técnicas de investigación.....	22
6.2.1. Método fenomenológico.	22
6.2.2. Método hermenéutico.....	23
6.2.3. Método práctico proyectual.....	23
6.2.4. Encuesta.	23
6.3. Tabulación de resultados estudio de mercado.	24

6.4. Análisis de demanda.....	36
6.4.1. Demanda actual.....	36
6.5. Análisis de la oferta.....	37
6.5.1. Proyección de la oferta.....	37
6.6. Análisis de precios.....	37
6.7. Análisis de comercialización.....	38
6.8. Estrategias de promoción y publicidad.....	38
6.9. Estudio técnico.....	39
7. Desarrollo de la propuesta de acción.....	42
7.1. Descripción del estudio de mercado.....	42
7.1.2. Identificación del producto.....	42
7.1.3. Características del producto.....	42
7.1.4. Uso del producto.....	43
7.1.7. Definición de las variables.....	43
7.2. Filosofía de quiyak.....	44
7.3. Marca.....	46
7.4. Transversalidad.....	53
7.5. Alimentación saludable como eje de desarrollo personal.....	56
7.5.1. Importancia de la alimentación saludable en base a la quinua.....	57
7.5.2. Beneficio de la alimentación saludable.....	58
7.5.3. Alimentación saludable como eje de desarrollo.....	59
7.5.4. Tips de alimentación saludable.....	60
7.6. Programa de bienestar saludable - buenos hábitos alimenticios recomendaciones para mejorar la productividad laboral.....	60
7.7. Plan de promoción y publicidad para quiyak – energía y vitalidad.....	68
7.8. Proceso de distribución y ventas.....	75
7.8.1. Canales de distribución.....	76
7.8.2. Plan de distribución de productos sae – quiyak.....	77
7.8.3. Clasificación de canales de distribución.....	79
7.8.4. Ventajas y desventajas de la distribución física.....	80
7.8.5. Descripción e importancia de los puntos de venta.....	80
7.9. Evaluación de satisfacción quiyak.....	82

8.	Presupuesto	88
9.	Cronograma y responsables	118
10.	Bibliografía	124
11.	Conclusiones y recomendaciones	128
12.	Anexos	129

Índice de tablas

Tabla 1: Matriz Foda	9
Tabla 2: Segmento objetivo	21
Tabla 3: Edad	24
Tabla 4: Snacks saludables	25
Tabla 5: Consumo de barras nutricionales	26
Tabla 6: Tiempo de consumo	27
Tabla 7: Preferencias del consumidor	28
Tabla 8: Rendimiento de las barras	29
Tabla 9 : Elección del consumidor.....	30
Tabla 10: Disposición del cliente.....	31
Tabla 11: Precio del producto	32
Tabla 12: Ubicación del producto	33
Tabla 13: Redes sociales	34
Tabla 14: Distribución y comercialización	35
Tabla 15: Interpretación de repuestas de hábitos alimenticios.....	64
Tabla 16: Plan de Marketing	68
Tabla 17: Publicidad del producto	70
Tabla 18: Resultado al consumir nuestro producto	82
Tabla 19: Resultado del producto más agradable para el consumidor	83
Tabla 20: Resultado del sabor del producto.....	84
Tabla 21: Resultado sobre la recomendación del producto como dieta saludable tanto para niños y adultos.....	85
Tabla 22: Resultado de la comercialización del producto	86
Tabla 23: Recomendación del producto a amigos y familiares	87
Tabla 24: Capital inicial.....	88
Tabla 25: Detalle de la conformación del capital y aporte de socios.....	88
Tabla 26: Ventas de Quiyak (Ingresos generados).....	88
Tabla 27: Costos y Gastos incurridos en el desarrollo del producto.....	89
Tabla 28: Utilidad obtenida de la actividad económica de la empresa SAE.....	89
Tabla 29: Cuentas por cobrar y entrega de producto a costo SAE.....	89
Tabla 30: Determinación de P.V.P DE QUIYAK, barra energética.....	90
Tabla 31: Determinación de P.V.P DE QUIYAK, trufas de quinua.....	90
Tabla 32: Resumen de la Utilidad Real en efectivo.....	91

Tabla 33: Control de entradas y entregas a los estudiantes de Cruch y barras saludables QUIYAK	92
Tabla 34: Control de entradas y entregas a los estudiantes de Cruch y barras saludables QUIYAK #2	99
Tabla 35: Registro de ventas y pagos.....	107
Tabla 36: Registros de gastos para la producción y comercialización de SAE.	115
Tabla 37: Listado de estudiantes que no cancelan el proyecto integrador	116
Tabla 38: Cronograma	118
Tabla 39: Seguimiento de actividades cumplidas	160
Tabla 40: Matriz resumen evaluativa	162

Índice de figuras

Figura 1: Imagen producto	44
Figura 2: Quiyak	45
Figura 3: Logotipo empresa SAE	46
Figura 4: Proceso de maquila	47
Figura 5: Arte Concepto Quiyak	50
Figura 6: Arte Tipografía Quiyak.	50
Figura 7: Arte Packging Quiyak	51
Figura 8: Arte Etiquetas Quiyak	51
Figura 9: Arte Especificaciones del empaque	52
Figura 10: Arte Visualización del producto final	52
Figura 11: Arte Quiyak	52
Figura 12: Arte servicios al cliente	53
Figura 13: Arte prioriza tu bienestar	54
Figura 14: Arte QUIYAK	54
Figura 15: Arte importancia de la alimentación	55
Figura 16: Alimentación Saludable	57
Figura 17: Importancia de la Alimentación Saludable en base a la Quinoa	58
Figura 18: Beneficios de la Alimentación Saludable	59
Figura 19: Alimentación saludable	60
Figura 20: Opciones de alimentación saludable - quinua como superalimentación para incrementar la productividad y energía.	65
Figura 21: Bienestar saludable	68
Figura 22: Canal de distribución 1.	76
Figura 23: Plan de distribución de productos	77
Figura 24: Canal de Distribución 2	79
Figura 25: Canal de distribución 3	81
Figura 26: Evidencias estadísticas Fan Page GTH	144
Figura 27: Promoción y aceptación de los productos y/o servicios	144
Figura 28: Promoción y aceptación de los productos y/o servicios	145
Figura 29: Promoción y aceptación de los productos y/o servicios	145
Figura 30: Distribución y empaquetado de los productos.	146
Figura 31: Empaquetado de productos #1	146
Figura 32: Empaquetado y distribución de productos #2.	147

Figura 33: Venta y comercialización #1	147
Figura 34: Venta y comercialización #2	148
Figura 35: venta y comercialización #3	148
Figura 36: Venta y comercialización #3	149
Figura 37: Elaboración de encuestas de satisfacción #1	149
Figura 38: Elaboración de encuestas #2	150
Figura 39: Encuesta de satisfacción contestada	150
Figura 40: Evidencia de encuesta de satisfacción realizada	151
Figura 41: Evidencia facturas	152
Figura 42: Evidencia facturas	153
Figura 43: Evidencia facturas	154
Figura 45: Evidencia facturas	155
Figura 46: Evidencia facturas	156
Figura 47: Evidencia facturas	156
Figura 48: Evidencia facturas	157
Figura 49: Evidencia facturas	157
Figura 50: Evidencia facturas	158
Figura 51: Evidencia facturas	158
Figura 52: Evidencia facturas	159
Figura 53: Evidencia facturas	159

1. Antecedentes

Tabla 1: Matriz Foda

	<i>ANALISIS INTERNO</i>	<i>ANALISIS EXTERNO</i>
<i>POSITIVOS</i>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Su cultivo es de ciclo corto. ➤ Bajos costos en la adquisición de la materia prima ➤ Alto valor nutricional ➤ Relación precio – calidad. ➤ Producto innovador. ➤ Aceptación en el mercado. ➤ Se puede preparar en varias presentaciones. ➤ Disponibilidad de territorio para cultivo. ➤ Se puede cultivar todo el año. ➤ Producto fácilmente digerible. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendencias favorables en el mercado. ➤ Fuerte poder adquisitivo. ➤ Presupuesto accesible a diferencia de otros mercados. ➤ Escasez del producto en el mercado. ➤ Bajos costos de producción ➤ Posibilidades de ampliar el producto nacional. ➤ Promover el emprendimiento ➤ Tendencia del consumo de alimentos saludables. ➤ Incorporación en la dieta diaria.
<i>NEGATIVOS</i>	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de conocimiento de alimentos orgánicos. ➤ Pocos recursos. ➤ Falta de una adecuada investigación del mercado. ➤ Apatía entre colaboradores. ➤ La contextura de su preparación no es visualmente atractiva. ➤ El proceso de maduración de la semilla es muy 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia directa. ➤ Facilidad de imitación del producto. ➤ Nuevas tendencias que volverán obsoleto a nuestro producto. ➤ Desinterés en nuestro producto. ➤ Posicionamiento de competidores internacionales

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> delicado, y requiere de mucha supervisión durante el proceso de la cosecha. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Los precios en cada mercado varían. |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Es un producto que tiene competencia con cereal de similar alimento proteínico. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Crisis en la economía mundial causa baja de precios. |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de aceptación del producto por parte del consumidor. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Riesgos climáticos adversos. |

Elaborado por: Estudiantes Cuarto Ciclo GTH Diurno.

La empresa SAE nace de la necesidad de generar espacios de aplicación de conocimientos requeridos dentro de la formación profesional de los estudiantes de las carreras de la Tecnología Superior de Gestión de Talento Humano y Tecnología Superior de Turismo, construyendo así, una plataforma de emprendimiento, que les permita la investigación y acción, en la cual se pueda realizar una práctica real de lo que será el ejercicio profesional una vez obtenida su titulación.

Durante estos últimos años, la empresa SAE, ha diseñado varios productos como son: K-TARY, KAIROS y nuestro actual producto QUIYAK, que ha colaborado en el mercado comercial de Loja, productos que se encuentran ya posicionados e identificados dentro de la mente de los consumidores, por sus innovadores diseños y de calidad del producto ofertado.

Con la finalidad de evaluar, analizar y determinar estrategias competitivas en el mercado, la empresa SAE aplica una matriz de partida que nos permite realizar un análisis interno denominado FODA en cual se pudieron detectar las siguientes fuerzas impulsoras y restrictivas de nuestro producto.

Sistematizando la información obtenida en la aplicación de la matriz para determinar el análisis FODA, se ve que existen ciertas **fortalezas** importantes a tomar en consideración, como el alto valor nutricional que tiene la quinua para desarrollar productos de calidad y el aporte a la alimentación orgánica que tiene gran aceptación

en el mercado local e internacional, así como el fácil acceso a la materia prima por la producción continua que existe.

Dentro de las **oportunidades**, vemos que los bajos costos de producción y la tendencia de consumo de alimentos orgánicos, es una excelente posibilidad de posicionar los productos a nivel nacional, promover el emprendimiento y la incorporación del producto en nuestra dieta diaria.

Existen **debilidades** identificadas dentro del análisis FODA, que tienen relevancia, entre ellas vemos que la aceptación de los consumidores puede verse afectado por su contextura, por ser un producto nuevo y la falta de conocimiento de la producción de alimentos orgánicos. De igual manera existen **amenazas**, como la competencia directa de otras empresas en la implementación de productos similares, al igual que las cosechas pueden verse afectadas por los cambios climáticos, ya que las semillas necesitan de bastante cuidado para que no se dañe la cosecha; vemos también que al ser un producto innovador puede también ser de fácil imitación.

Nuestra empresa SAE en el presente ciclo académico octubre 2020 – febrero 2021, pretende optimizar de mejor manera los recursos, con la finalidad de mejorar la productividad y generar mayor rentabilidad económica, es así que se va a ofrecer a la ciudadanía productos que logre posicionar mayormente a la empresa dentro del mercado, además que, internamente trabajará en una alternativa de alimentación saludable a base de quinua que pueda promover el rendimiento mental y el bienestar en el hogar.

Pese a que en la ejecución de los productos anteriores se pudo dar solución a varios de los problemas del proyecto, con seguridad la identificación de nuevos problemas nos dará el punto de partida para solucionar problemas que nos permitan mejorar nuestros procesos de producción y comercialización de productos innovadores y que se adapten a las necesidades de los consumidores.

2. Problemática

Las empresas constituyen un aporte para la sociedad, sin embargo, la causa para que muchas de ellas fracasen o no sean finalmente exitosas, se debe a la falta de análisis de oportunidades e implementación de productos de calidad que las conduce a pérdidas económicas y una negativa imagen ante los clientes.

Por lo regular esto se da en las medianas y pequeñas empresas, sin embargo, la comercialización es una de las actividades más importantes que se ejecuta dentro de estas, lo que les permite generar ingresos a partir de la oferta de bienes, productos o servicios, mismos que se logran con su presentación oportuna, con eficiencia y eficacia, y sobre todo de calidad.

El Desarrollo de nuevos productos, es una alternativa importante considerando que la situación económica de la población ecuatoriana ha desmejorado en los últimos años y a causa de ello prevalecen los diferentes grados de mala alimentación, especialmente en los niños y grupos vulnerables de la sociedad.

Al disponer de nuevas opciones de procesamiento para diversificar la disponibilidad de alimentos, la producción de quinua podría ser aprovechada eficientemente y consumida en mayor cantidad por la sociedad para que tenga un aporte nutritivo adecuado y disminuir los problemas de alimentación. Siendo importante que estas alternativas, sin alejarse de los patrones tradicionales de consumo, sean creativas e innovadoras en cuanto a la transformación de los productos agrícolas en alimentos procesados de calidad y valor agregado.

En la ciudad de Loja el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano se enfoca a la producción de productos saludables como una forma de aportar con alimentos saludables que promuevan el rendimiento mental y el bienestar humano, frente a la realidad de los problemas existentes en la sociedad actual, es por ello que los proyectos integradores cumplen un rol fundamental a través de las disciplinas del conocimiento que oferta la institución en las diferentes carreras tecnológicas.

Las tecnologías de Gestión del Talento Humano y Turismo, hemos logrado identificar algunos problemas que aquejan a las personas en el entorno individual y laboral en varios sectores de la sociedad lojana, razón por la cual para el presente periodo académico queremos contribuir de manera directa en la disminución o solución de los efectos ocasionados por los mismos, a través de alternativas de alimentación saludable a base de quinua.

Una de las principales debilidades identificadas en nuestro entorno social es la falta de alternativas innovadoras que fusionen los sectores productivos, por ello las carreras que formamos parte de este sector buscamos la apertura de espacios de emprendimiento con alternativas que fortalezcan y amplíen el campo laboral de los futuros profesionales tecnológicos especializados en ramas afines a la administración.

Justamente, ante lo antes señalado, está la empresa SAE (Servicios administrativos especializados) dedicada a la comercialización de productos y servicios, misma que ha venido evolucionando gracias a la acogida favorable que ha tenido en el mercado, ofertando productos dedicados a la solución de problemas existentes en el ámbito empresarial tales como: INFODOC (Soluciones inmediatas), KTARY (bienestar y armonía) y LOJATUR (mapa interactivo turístico), de esta manera se hace referencia al progreso que viene expandiendo la empresa SAE y de esta manera solventar las necesidades existentes, razón por la cual evolucionamos con LOJATUR (prototipo de aplicación móvil turística), KAIROS (Planificador Funcional Multitareas) que nos permite contribuir a la optimización del tiempo y genera productividad de manera eficiente y eficaz, y presentamos al mercado un nuevo producto denominado QUIYAK (Energía y Vitalidad), a través de productos orgánicos a base de quinua y como alternativa a solucionar los problemas que ayuden a promover el rendimiento mental y el bienestar humano.

3. Tema

“Implementación de una alternativa de alimentación saludable de la empresa SAE a través de una propuesta de snacks a base de quinua que promuevan el rendimiento mental y el bienestar humano en el hogar para el año 2020”.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes o servicios innovadores y de calidad a partir de la formación humana y académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar un producto saludable para la sociedad.

4.2. Objetivos específicos

- ✓ Identificar las necesidades inmediatas del sector a través de un estudio de mercado que nos permita determinar la demanda de los productos ofertados por la empresa SAE para el año 2020.
- ✓ Definir estrategias organizacionales mediante la aplicación de directrices administrativas y económicas para la gestión óptima de la empresa SAE que nos permita el cumplimiento de metas y objetivos a corto plazo.
- ✓ Elaborar un snack a base de quinua para un buen desempeño personal y laboral.
- ✓ Aplicar un proceso de marketing a través de las redes sociales para dar a conocer los beneficios que nos proporciona la quinua.
- ✓ Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto a través del taller de EMPRENDIMIENTO: GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN para generar procesos efectivos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del proyecto.
- ✓ Comercializar los productos ofertados, utilizando estrategias innovadoras de venta para cubrir la demanda y obtener rentabilidad económica en la empresa SAE.
- ✓ Socializar los resultados obtenidos de la aplicación del plan operativo estructurado para la empresa SAE a través del cumplimiento de metas establecidas a corto plazo.

5. Marco Teórico

5.1. Alimentación saludable

5.1.1. Importancia.

“La importancia de una alimentación saludable permite alcanzar y mantener un funcionamiento óptimo del organismo, conservar o restablecer la salud y disminuir el riesgo de padecer enfermedades, debe ser suficiente para poder cubrir las necesidades de energía, en función de las diferentes etapas o circunstancias de la vida debe ser completa y equilibrada de forma que contenga todos los nutrientes que necesita el organismo y en cantidades adecuadas, por lo que debe incluir una amplia variedad de alimentos sanos” (DEPARTAMENTO DE SALUD, 2020).

Mantener una alimentación saludable desempeña un papel fundamental en la dieta; donde los cereales completos o enteros desempeñan un papel fundamental en la salud, cambiar nuestros hábitos de vida o nuestra alimentación, es una de las decisiones más acertadas que podemos realizar no se trata de hacer dieta, sino de sustituir alimentos que nuestro cuerpo no necesita, llenos de azúcares y grasas malas por alimentos llenos de vitaminas y nutrientes como frutas, verduras y cereales.

5.1.2. Beneficios.

“Una alimentación saludable implica consumir **diferentes grupos de alimentos** en cada comida para lograr un aporte equilibrado de **nutrientes y proteínas**, dentro de los beneficios que aportan una alimentación saludable son” (Quinoa, Propiedades y Beneficios, 2019)

- ✓ Disminución del riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares a largo plazo, ayudando a reducir el colesterol (LDL).
- ✓ Presión arterial en niveles normales.
- ✓ Reducción del deterioro de la memoria y otras funciones cerebrales.
- ✓ Se obtiene la energía necesaria para realizar las actividades cotidianas.
- ✓ Mejora el sistema inmunológico.

5.1.3. Snacks.

5.1.3.1. Barras energéticas.

Las **barras energéticas** son un complemento calórico y nutricional para casos en los que haya que incrementar la energía o los nutrientes que aportan a nuestra dieta. Se trata de productos comercializados bajo diferentes marcas y que, en poco espacio y peso, aportan gran densidad de energía. El peso de cada unidad, envuelta individualmente, suele oscilar entre los 25 y los 70 gramos, y resultan muy fáciles de transportar, conservar y tomar, datos a tener en cuenta cuando se deben portar durante mucho rato. Por estos motivos, su uso se está generalizando en muchos terrenos como ámbitos laborales, entidades públicas y privadas.

5.1.3.2. Importancia de consumir barras energéticas.

La importancia del consumo de las barras energéticas son una de las mejores aliadas a la hora de implementar una dieta o para acompañarnos en nuestra rutina diaria en el trabajo, ya que son ricas en proteínas, minerales con alto contenido nutricional una excelente alternativa para recargar nuestras energías de forma natural.

5.1.3.3. Beneficios de las barras energéticas.

Los beneficios que nos ofrecen las barras energéticas son:

- ✓ Producen una gran cantidad de energía en el cuerpo por los hidratos de carbono
- ✓ Matan la ansiedad en las dietas por su alto contenido de proteínas
- ✓ Son bajas en grasa por lo que consumir por lo menos una al día es muy saludable
- ✓ Su composición a base de cereales mejora el sistema digestivo y el corazón
- ✓ Por la gran cantidad de fibra favorece la pérdida de peso y la evacuación diaria
- ✓ Por contener una gran cantidad de hierro previene la anemia

5.1.4. Tipos de barras energéticas.

Hay diferentes tipos de barras energéticas algunas sirven para mantenernos con energía mientras realizamos diferentes actividades cotidianas y laborables, otras para combatir la ansiedad para las personas que hacen constantemente dieta y también están los que la comen solo por gusto o en busca de un aperitivo o snack saludable que proporcionan.

5.1.5. Barras energéticas de quinua.

La barra a base quinua ayuda al:

1. Incremento de energía
2. Rendimiento mental
3. Manejo eficaz del stress

Además, estas barras energéticas:

1. No contienen gluten
2. Son fáciles de digerir
3. Alto contenido en carbohidratos.

5.1.6. Crunch de quinua.

5.2. Bienestar humano

5.2.1. Rendimiento mental por buena alimentación.

“Se ha demostrado que comer algunos alimentos, es bueno para mejorar la salud cerebral en general, mientras que otros alimentos pueden ayudar a prevenir o al menos retrasar los efectos de las enfermedades cerebrales. Aprender a alimentarnos bien es una de las funciones más importantes e imprescindibles en nuestra vida.

La gran mayoría necesita despertar y sensibilizarse sobre los enormes beneficios y perjuicios que nos brinda una adecuada o inadecuada alimentación. Refiriéndonos a nuestro cuerpo y mente, el simple acto de comer puede ser una fuente constante de vigor y bienestar emocional, placer intenso, funciones orgánicas normales, garantía de nunca enfermarnos gravemente, libertad e impulso para trabajar. La alimentación se encuentra una de las más poderosas herramientas y virtudes del saber vivir, y también una de las más pesadas cargas y agudos problemas que enfrenta la sociedad moderna” (Santiago, s.f.)

5.2.2. Consumo de alimentos energéticos (barras energéticas).

“Cuando de **alimentación saludable** se trata, **la quinua** destaca como un alimento aliado para nuestro organismo, aunque por su diminuto tamaño pudiera resultar insignificante, sus propiedades hacen de ella un cereal por excelencia, indispensable en nuestra dieta diaria. **La quinua** no solo posee altos niveles de proteína, sino que también se le conoce por su aporte en minerales, carbohidratos, aminoácidos, omega 6, vitaminas C-E-B1-B2” (Cuerpo Mente, s.f.).

Las barras energéticas a base de quinua, son alimentos atractivos a bajo costo que sirven de alternativa para promover el consumo de quinua y obtener buenas utilidades con su comercialización, con ello se podría concienciar a los consumidores sobre la importancia nutritiva de esta ayudándonos a mejorar nuestros hábitos alimenticios.

5.2.3. Productividad laboral por consumo de barras energéticas.

“El ritmo de vida acelerado, la falta de tiempo para la preparación de alimentos sanos, la disponibilidad a gran escala y a bajos precios de alimentos chatarra de bajo contenido nutritivo, desencadena en problemas de salud para los consumidores sin importar la edad. Las barras energéticas es la mejor alternativa como alimento nutritivo, beneficioso para la salud ya que ayuda a recuperar la energía gastada en las actividades diarias, es un producto dirigido a personas de diferentes edades que desean cuidar su salud, al ser un producto de alto contenido proteico y energético están diseñadas para personas que realizan actividades laborales diarias, deportes intensos y prolongados con un mayor componente aeróbico, además, aportan la energía suficiente y necesaria para mantenerse con buena energía durante el día” (Ruiz de las Heras, 2020).

5.2.4. Importancia de alimentarse bien en el trabajo.

“Una alimentación saludable en el trabajo comporta una serie de beneficios que pueden repercutir positivamente en los trabajadores. El beneficio, además, repercutirá tanto en su salud como en su desempeño en el trabajo. Llevar una alimentación equilibrada hace que aumente nuestra vitalidad, mejora nuestra atención

y nos ayuda a prevenir enfermedades crónicas. Sin embargo, este hábito también beneficia a las empresas. Una buena alimentación hace que se reduzca el absentismo laboral y los errores.” (Izuriaga, 2018)

Una persona mal alimentada irá perdiendo, poco a poco, su capacidad de trabajo. Por eso, las empresas tienen la oportunidad y la necesidad de fomentar hábitos saludables para cambiar su alimentación.

6. Investigación de Campo

6.1. Descripción del estudio de mercado

6.1.1. Público Objetivo.

Los datos a utilizar para esta investigación son aproximados:

Tabla 2: Segmento objetivo

Segmento	Cantidad (personas)
Personas de la ciudad de Loja (parroquias de la ciudad de Loja)	384
Total	384

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Estudiantes de Primer Ciclo GTH

6.1.1.1. Tamaño de la muestra.

Fórmula de la muestra

Datos:

N = tamaño de la muestra.

N = población (Loja) 249658

Z = nivel de confianza. 1,96

P = probabilidad de éxito. 50%

Q = probabilidad de fracaso. 50%

E = margen de error. 0,05

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{[(n - 1) * E^2] + (z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{249658 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{[(249658 - 1) * (0,05)^2] + ((1,96)^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{249658 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{[248657 * 0,0025] + (3,8416 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{239771,5432}{621,6425 + 0,9604}$$

$$n = \frac{239771,5432}{622.6029}$$

$$n = 384$$

Para la realización de la muestra de la población total (n) 249658 que constituyen al dato general de la población de Loja del último censo del INEC. Para la realización de encuestas el nivel de confianza (z) es del 95% (1.96), el error muestral (e) 5% es el error matemático de extraer elementos de la población y mediante la prueba piloto que se realizó se obtuvo los valores de probabilidad de éxito (p) 90% la cual indica si la investigación se puede realizar y la probabilidad de fracaso (q) 10%, que es el porcentaje de que alguna parte o toda la investigación no se pueda realizar.

6.2. Métodos y técnicas de investigación

6.2.1. Método fenomenológico.

“Consiste en examinar todos los contenidos de la conciencia, determinar si tales contenidos son reales, imaginarios, ideales, etc., suspender la conciencia fenomenológica, de tal manera que resulte posible atenerse a lo dado en cuanto a tal y describirlo en su pureza”. (Vaker, 2013, pág. 3)

La aplicación de este método permitirá realizar la observación directa al fenómeno u objeto de estudio, y de esta manera se va a identificar los problemas existentes en la empresa SAE, los cuales están relacionados a la comercialización y distribución de un producto a base de quinua que contribuirá a una mejor oferta de productos y servicios que la empresa ofrece para la ciudad de Loja y la zona 7.

6.2.2. Método hermenéutico.

“Es la ciencia o el arte de comprender un documento, un gesto, un acontecimiento, captando todos sus sentidos, incluso aquello que no advierte su autor” (Montero, 2014, pág. 5).

Estos procedimientos van a facilitar a los estudiantes y docentes investigadores una guía en su proceso de investigación: es decir una coherencia científica que permite que las categorías del diseño de investigación emerjan desde el mismo proceso como un resultado dialéctico de la integración entre la comprensión, la explicación y la interpretación de su objeto de investigación en el movimiento siempre en espiral ascendente del todo a las partes y viceversa, de tal manera que permita una mejor comprensión de los diferentes textos expuestos en el marco teórico.

6.2.3. Método práctico proyectual.

“El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. La serie de operaciones obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos en manos de proyectistas creativos”. (Blasco, 2011, pág. 7)

Mediante la aplicación de este método se pretende llegar a la meta o sobrepasar los límites de venta con el producto que se lanzará al mercado, Quiyak que la empresa SAE ofrecerá a todos los clientes.

6.2.4. Encuesta.

Una encuesta es el procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en la cual el investigador recopila los datos mediante un cuestionario previamente creado, sin alterar el entorno ni el fenómeno donde se recaba la información, ya sea para entregarlo en forma de gráfica, tríptico o tabla. (Anónimo, 2018)

Mediante la aplicación de la encuesta se podrá obtener información que permitirá conocer las necesidades de las personas y las posibles soluciones a las mismas, además ver la aceptación de las personas en el producto que se ofrece al mercado y su aceptación.

6.3. Tabulación de resultados estudio de mercado.

Producto “QUIYAK”

1. Edad

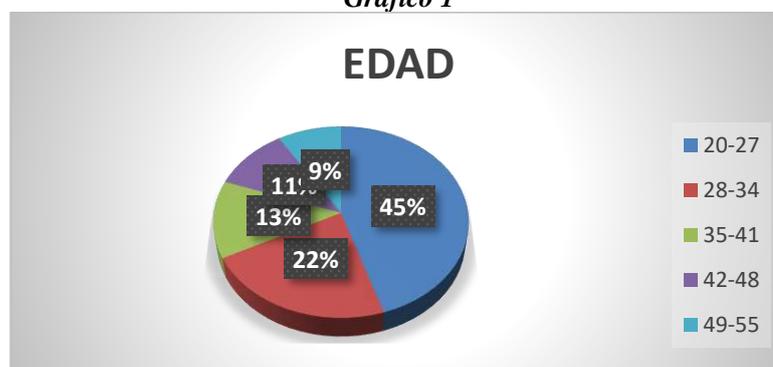
Tabla 3: Edad

Variables	Frecuencia	Porcentaje
20-27	173	45%
28-34	86	22%
35-41	50	13%
42-48	41	11%
49-55	34	9%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizada

Elaborado por: estudiantes de gestión del talento humano ISTS

Gráfico 1



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión del talento humano ITSS

Análisis e interpretación

Dentro del desarrollo del estudio de mercado, considerando las parroquias de la ciudad de Loja, con una muestra de 384 personas comprendidas entre las edades de 20-27 años que corresponden al 45%, y el 55% corresponden entre 28 a 55 años de la población encuestada.

2. ¿Ha escuchado sobre los snacks saludables?

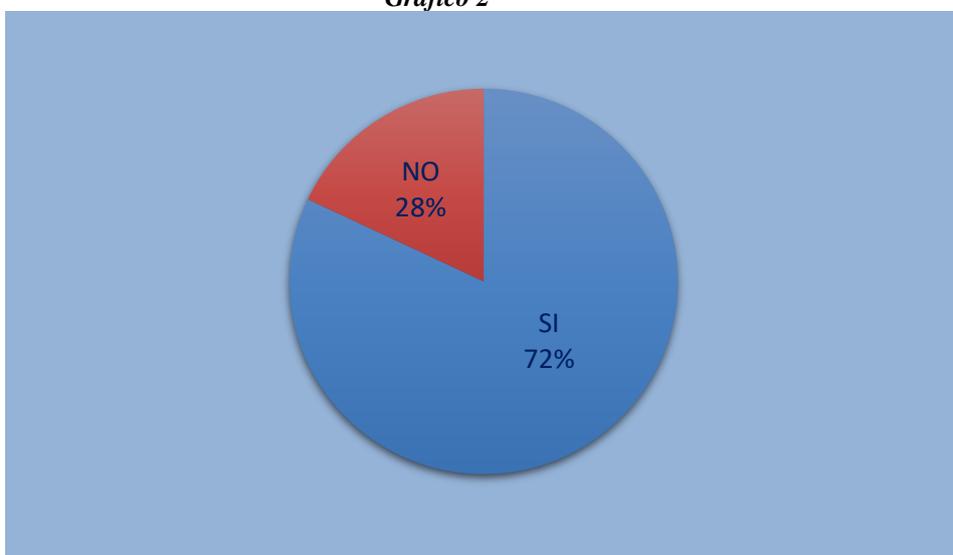
Tabla 4: Snacks saludables

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	278	72%
No	106	28%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 2



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

Considerando la población encuestada, se evidencia que el 72% ha escuchado sobre los snacks saludables para incluirlo en su alimentación, y el 28% desconoce sobre lo que son los snacks saludables, manifestaron que no han escuchado sobre estos productos alimenticios.

3. ¿Consumen barras nutricionales dentro de su alimentación diaria?

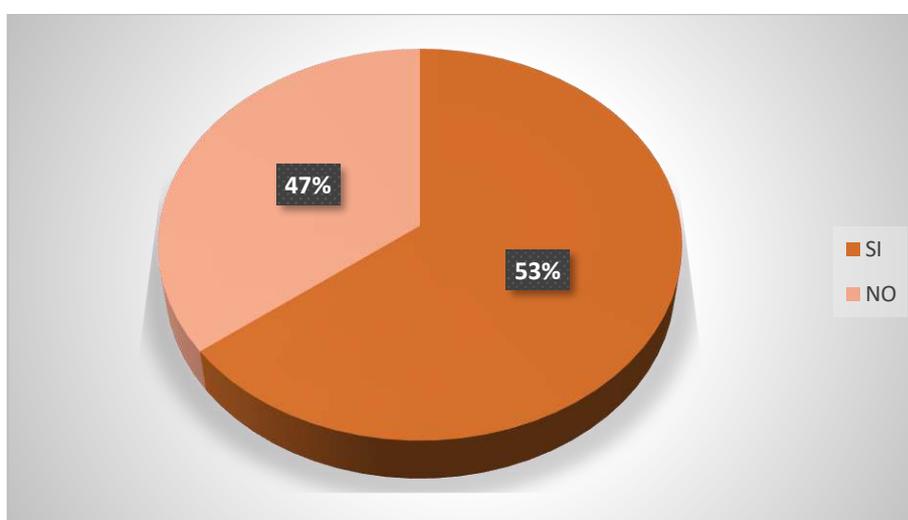
Tabla 5: Consumo de barras nutricionales

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	53%
No	179	47%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 3



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

En los resultados del estudio de mercado de las encuestas realizadas en diferentes sectores de la ciudad de Loja, el 53% nos indicaron que consumen barras nutricionales dentro de su plan alimenticio diario, por las ventajas nutricionales que les proporcionan a sus organismos; y el 47% no consume a diario ya que prefiere consumir productos de la zona y prepararlos.

4. ¿Cada qué tiempo usted consume alimentos saludables?

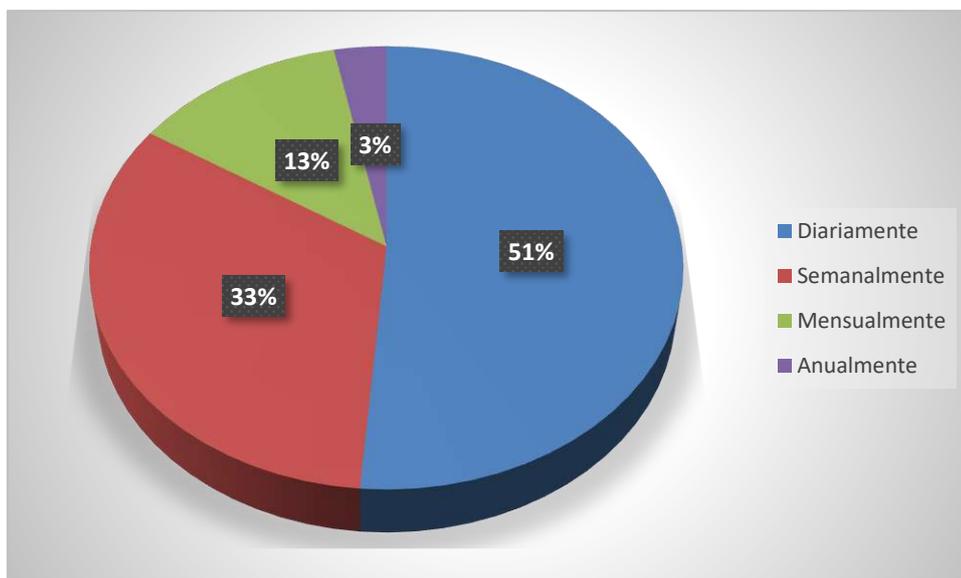
Tabla 6: Tiempo de consumo

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	197	51%
Semanalmente	126	33%
Mensualmente	49	13%
Anualmente	12	3%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 4



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

En un porcentaje ya establecido de la muestra del estudio de mercado realizado en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, el 51% consume diariamente alimentos saludables ya que les ayuda a reducir enfermedades cardíacas y digestivas, el 33% consume semanalmente este tipo de productos de alimentos saludables.

5. ¿De los siguientes alimentos, cuál es el que prefiere consumir?

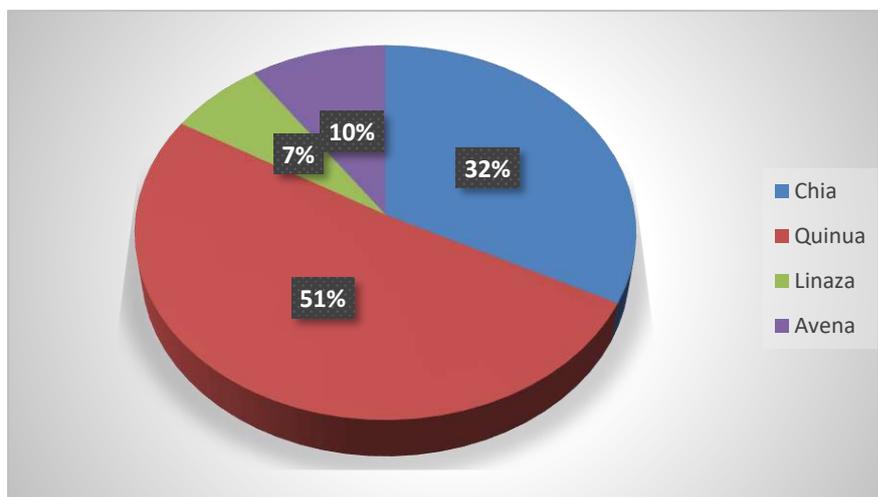
Tabla 7. Preferencias del consumidor

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Chía	125	32%
Quinoa	196	51%
Linaza	26	7%
Avena	37	10%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS.

Gráfico 5



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

Las personas encuestadas manifestaron que prefieren incluir en su plan alimenticio el producto la quinoa en un 51%, el 32% la chía por los beneficios al mejorar el sistema digestivo, el 10% prefiere consumir la avena en su alimentación y el 7% indicaron que prefieren la linaza para reducir su peso.

6. ¿Sabía usted que una barra nutricional a base de quinua mejora el rendimiento mental y estimula la hormona de crecimiento?

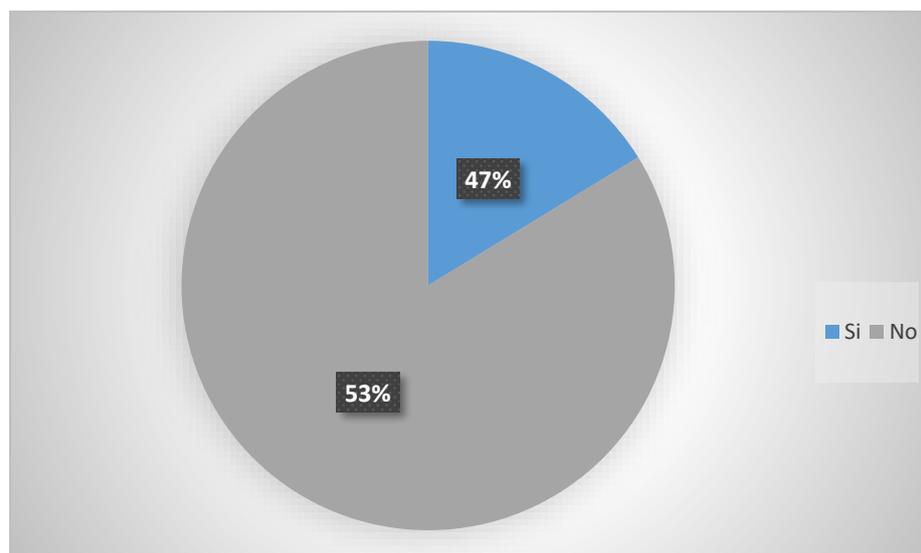
Tabla 8: Rendimiento de las barras

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	180	47%
No	204	53%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 6



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

El 53% de la población encuestada en las parroquias de la ciudad de Loja conocen que una barra nutricional a base de quinua mejora el rendimiento mental y estimula la hormona del crecimiento, pero el 47% desconocía las propiedades alimenticias de la quinua y de la barra nutricional.

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos escogería usted al momento de adquirir un snack saludable?

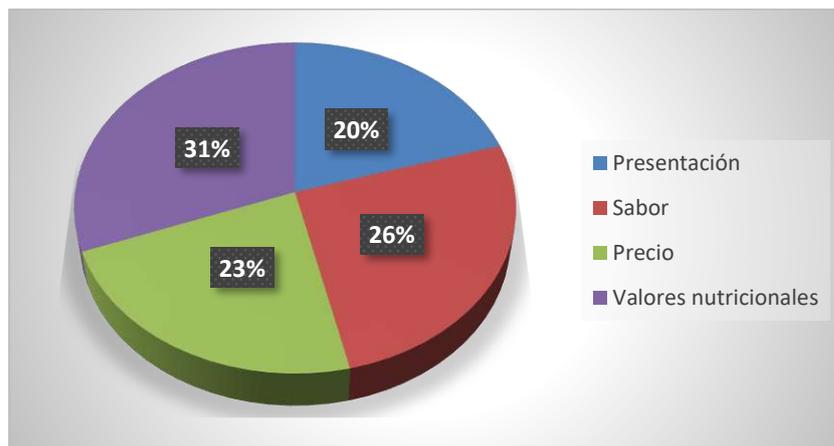
Tabla 9 : Elección del consumidor

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Presentación	78	20%
Sabor	100	26%
Precio	88	23%
Valores nutricionales	118	31%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 7



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

Del total de personas encuestadas, el 31% escogería como característica principal a los valores nutricionales del producto, el 26% seleccionaría el sabor, 23% considera al precio como aspecto importante, por lo que el 20% prefiere la presentación general del producto.

8. ¿Estaría dispuesto a comprar una barra nutricional a base de quinua?

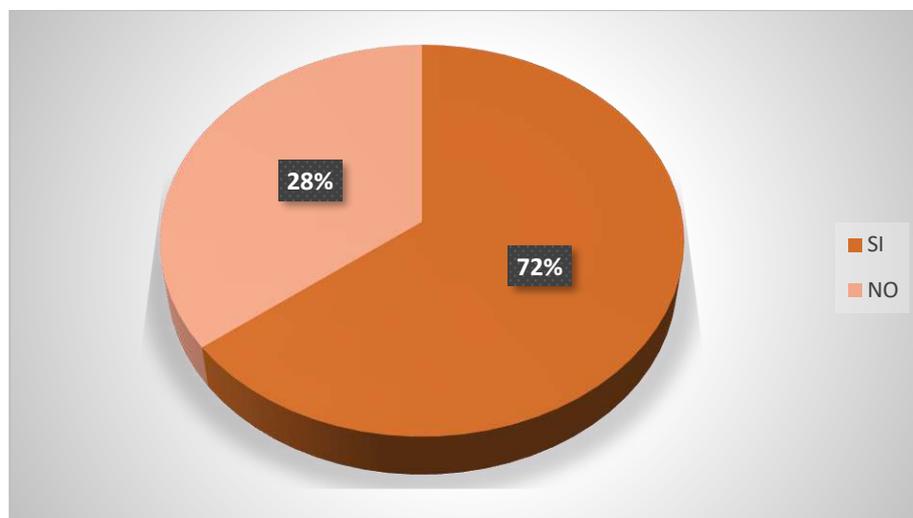
Tabla 10: Disposición del cliente

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	277	72%
No	107	28%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS.

Gráfico 8



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

Considerando la muestra de las personas en la ciudad de Loja, se puede evidenciar que la mayoría de los ciudadanos en un 72% estaría dispuesto a comprar una barra nutricional a base de quinua, mientras que el 28% prefiere no comprar el producto ya que prefiere consumir productos elaborados.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una barra nutricional a base de quinua?

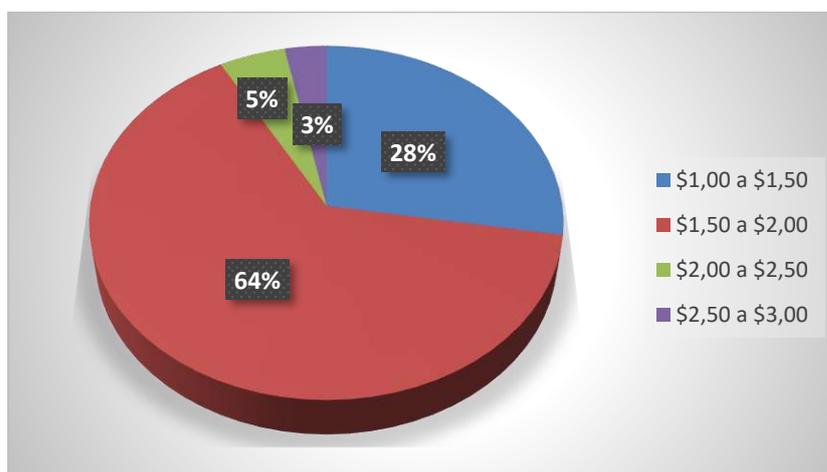
Tabla 11: Precio del producto

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00 a \$1,50	106	28%
\$1,50 a \$2,00	247	64%
\$2,00 a \$2,50	19	5%
\$2,50 a \$3,00	12	3%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 9



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

El 64% de la población encuestada está dispuesto a pagar por una barra nutricional entre 1,50 a 2,00 dólares, indicando que comprarían si los valores nutricionales ayudarían a mejorar su calidad de vida., cabe mencionar que el 36% pagaría entre 2,50 a \$3,00 dólares por la barra nutricional a base de quinua.

10. ¿En qué lugar le gustaría adquirir un snack nutricional?

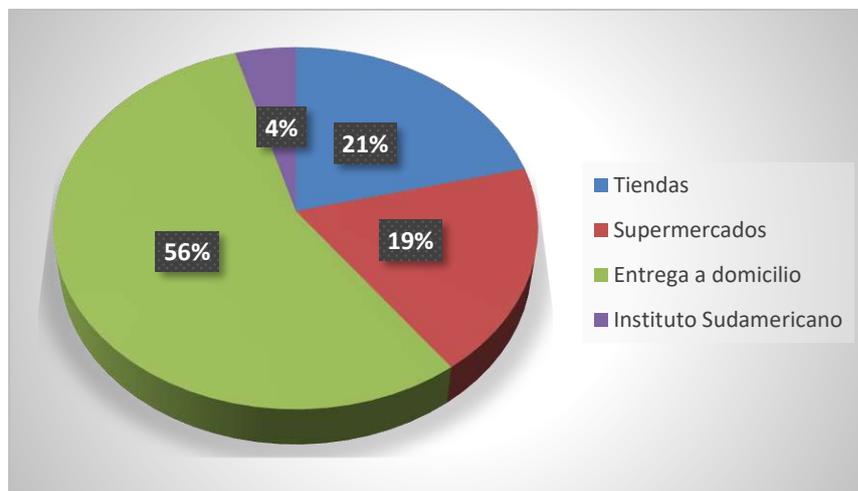
Tabla 12: Ubicación del producto

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	81	21%
Supermercados	72	19%
Entrega a domicilio	214	56%
Instituto sudamericano	17	4%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humanos ist

Gráfico 10



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humanos ITSS

Análisis e interpretación

Mediante la recolección de datos de las encuestas realizadas a la muestra de la población de loja, las personas consideran que el lugar idóneo para la compra de una barra nutricional sería entrega a domicilio por comodidad, el 21% prefiere en las tiendas, el 19% en los supermercados.

11. ¿Por qué red social prefiere enterarse de las características nutricionales del snack saludable a base de quinua?

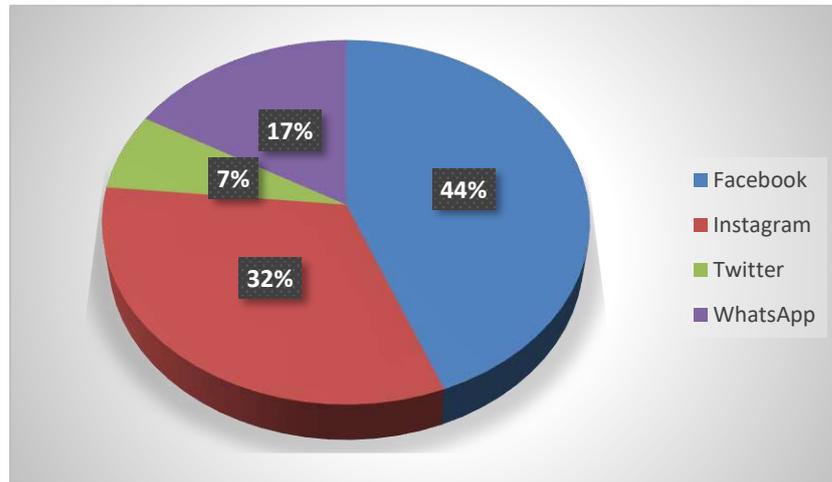
Tabla 13: Redes sociales

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	169	44%
Instagram	125	32%
Twitter	26	7%
Whatsapp	64	17%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 11



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

A la población de la ciudad de Loja, le gustaría conocer sobre las propiedades alimenticias de la barra nutricional mediante la red social más conocida como es facebook con un 44% de aceptación, en el instagram en un 32% por lo que el 17% prefiere el whatsapp.

12. ¿Qué tipo de distribución considera usted óptima para la comercialización de las barras nutricionales?

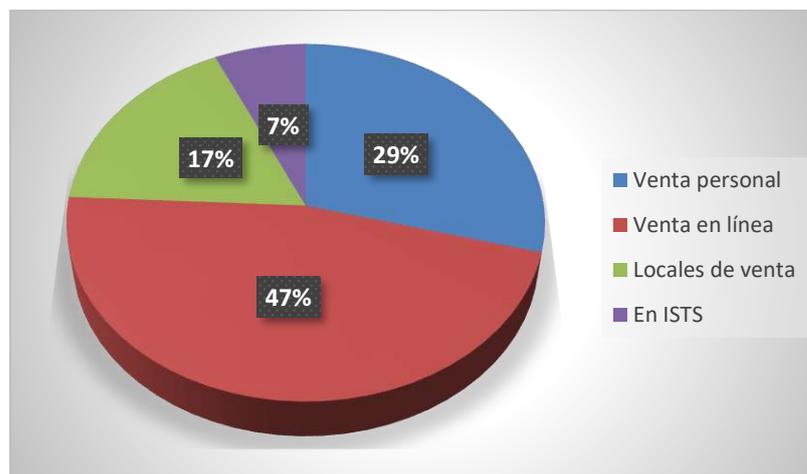
Tabla 14: Distribución y comercialización

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Venta personal	112	29%
Venta en línea	179	47%
Locales de venta	67	17%
En ists	26	7%
Total	384	100%

Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Gráfico 12



Fuente: encuestas realizadas

Elaborado por: estudiantes de gestión de talento humano ITSS

Análisis e interpretación

En el desarrollo del estudio de mercado, la población le gustaría que la distribución de las barras nutricionales a base de quinua sea mediante la venta en línea representa el 47%, seguidamente la venta personal en un 29%, un 17% en locales de venta, las personas encuestadas manifestaron que la venta en línea ayuda a reducir tiempo y dinero, por lo que consideran importante este factor.

6.4. Análisis de demanda

Las características del producto hacen que se considere como un producto alimenticio nutritivo importante para consumirlo diariamente.

El precio juega un papel fundamental al momento de su compra, por lo tanto, se basa en gustos y preferencias de cada cliente.

Al no ser un producto especializado, la venta de este depende directamente del precio y no de la necesidad de su consumo, por lo que se podría decir que existe una relación inversa: a mayor precio, menor demanda y viceversa.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en la muestra del estudio de mercado de la ciudad de Loja, observamos que 53% de las personas consumen barras nutricionales dentro de su alimentación diaria. El 51% indicaron que diariamente consumen alimentos saludables dentro de su plan alimenticio; el 51% prefiere la quinua como alimento nutritivo que lo consumen en sus hogares; el 31% de las personas manifestaron que la característica principal para adquirir un producto como la barra nutricional son los valores nutricionales que proporcionaría el producto; el 72% compraría una barra nutricional a base de quinua por sus propiedades alimenticias; el 56% le gustaría que sea la venta a domicilio. Considerando estos aspectos antes mencionados se puede concluir que se podría llegar a una demanda total de 600 barras nutricionales, considerando los años anteriores como referencia en producción dentro de la empresa SAE.

6.4.1. Demanda actual.

Partiendo bajo el supuesto que el 90% de la población de Loja adquieren una barra nutricional a base de quinua es el porcentaje de demanda cubierta, trasladando aquel valor a la demanda total obtenida mediante la encuesta realizada en el presente estudio de mercador, obtenemos un total de demanda cubierta el mismo que es de 600 consumidores en la ciudad de Loja.

6.5. Análisis de la oferta.

La oferta constituye el conjunto de proveedores dentro del mercado y la competencia actual que debe enfrentar el producto, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto se debe identificar cuáles son los posibles sustitutos para así poder compararlos con la demanda.

En la actualidad existen varios negocios a nivel nacional comercializadoras del producto y marcas internacionales como: kind fruit & nut, r.e.d.d., rxbar, gatorade, zone perfect, entre otras. En cuanto a la producción, la empresa productora del producto con mayor participación en el mercado son los mercados internacionales quienes tienen mayor acogida en el mercado, el mismo que son la mayor competencia en cuanto a barras nutricionales o energéticas.

6.5.1. Proyección de la oferta.

Para proyectar la oferta se considera el número de población con año base del 2019, considerando que será la cantidad que demandará el producto.

Oferta = 249658

Tasa de crecimiento de la oferta = 2.5%

Se ha proyectado la oferta para 5 años (futuro), con la finalidad de determinar la capacidad que la empresa producirá para cubrir todo o parte de la demanda insatisfecha calculada. Los resultados obtenidos de la proyección son los siguientes:

Pt= población total

Po= población base

I= crecimiento

6.6. Análisis de precios

El precio del producto que se pretende fabricar influye en los ingresos o la maximización de las ganancias, el cual existe un equilibrio entre la oferta y la demanda

en el mercado, se obtiene el precio base del producto que es el costo para posterior definir el precio de venta al público o al consumidor final el cual presentan su grado de conveniencia y satisfacción en la transacción, condicionado a la cantidad y al momento dado.

Por tanto, en los estudios que se realizó a la población de Loja basándonos en la encuesta los mismos ya que la fijación del precio del producto es mucha importancia porque se sabe hasta que cantidad están dispuestos a pagar por nuestro producto el mismo que están dispuestos a pagar por el producto con un precio de \$2,00 por cada barra nutricional a base de quinua, ya precio venta final al público.

6.7. Análisis de comercialización

La comercialización del producto es muy importante porque opera como un mecanismo de coordinación entre los comerciantes y los consumidores, el mismo que se trata de buscar el mayor número de puntos de venta posibles dentro de la ciudad de Loja, lugares a los cuales las personas acuden con frecuencia y adquieren sus productos. Por lo tanto, la estrategia de distribución debe ser a lugares dedicados a la venta de productos masivos.

6.8. Estrategias de promoción y publicidad

Nuestro producto estrella “quiyak” barra nutricional a base de quinua, producto nutritivo, saludable y de calidad para su comercialización. Así mismo se trata de posicionarlo en la mente de los consumidores de la ciudad de Loja, por lo que se utilizarán las siguientes estrategias de promoción y publicidad mismas que van orientadas a disminuir costos:

- ✓ Diferenciación del producto
- ✓ Ventaja competitiva
- ✓ Promoción a través de las redes sociales
- ✓ Difusión y venta directa al consumidor (marketing boca a boca)
- ✓ Venta personalizada

6.9. Estudio técnico

Lo que se pretende dentro del estudio técnico del proyecto es el estudio de localización y las alternativas que tiene su ubicación específicamente en la ciudad de *Loja y su provincia*.

6.9.1. Micro localización.

Una vez analizada la macro localización se procede a analizar la micro localización, que consiste en ubicar el sitio adecuado para el proyecto a realizar. La empresa de acuerdo con los factores antes analizados se ubicará en las calles Miguel Riofrío entre sucre y Rocafuerte, el mismo que cumple con las condiciones necesarias que la empresa busca para cumplir con los objetivos planteados debido a la facilidad de acceso y un entorno factible.

6.9.2. Macro localización.

Dentro del estudio de mercado y una vez realizadas las encuestas a la muestra de la población en diferentes parroquias de la ciudad de Loja, se pueden determinar algunos posibles clientes de nuestro producto “QUIYAK”, barra nutricional a base de quinua, producto nutritivo y saludable que puede ser comercializado a personas particulares, en instituciones públicas y privadas; así mismo personas particulares en sus hogares en la ciudad de Loja, entre los que podemos mencionar están:

- ✓ Gobernación de Loja
- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado de Loja
- ✓ Consejo Provincial de Loja
- ✓ Contraloría General del Estado
- ✓ Procuraduría General del estado
- ✓ Consejo de la Judicatura de Loja
- ✓ Fiscalía Provincial de Loja
- ✓ Coordinación de Salud
- ✓ Ministerio del Ambiente
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

- ✓ Empresa Eléctrica Regional del Sur
- ✓ Ministerio de Bienestar Social
- ✓ Universidad Técnica Particular de Loja
- ✓ Universidad Nacional de Loja
- ✓ Coordinación Zonal de Educación
- ✓ Cafrilosa
- ✓ Ilesa
- ✓ Ile
- ✓ Coca cola
- ✓ Inapesa
- ✓ La sureñita
- ✓ Servicio de Rentas Internas
- ✓ Patronato de Amparo Social
- ✓ Banco Solidario
- ✓ Banco de Guayaquil
- ✓ Banco del Pacifico
- ✓ Banco Rumiñahui
- ✓ Banco de Loja
- ✓ Banco de Machala
- ✓ Banco del Pichincha
- ✓ Banco del Austro
- ✓ Coopmego
- ✓ Cooperativa Jep
- ✓ Cooperativa Padre Julián Lorente
- ✓ Cacpel Loja
- ✓ Cacpel Pastaza
- ✓ Banco del Estado
- ✓ Notaria Segunda del cantón Loja
- ✓ Notaria Cuarta del cantón Loja
- ✓ Hotel Sonesta
- ✓ Hotel Libertador
- ✓ Hotel Gran Victoria
- ✓ Hotel Vilcabamba
- ✓ Gran hotel Loja

- ✓ Patronato de Amparo Social
- ✓ Centro del Adulto Mayor-Loja
- ✓ Centro del Adulto Mayor-Vilcabamba
- ✓ Colegio Liceo de Loja
- ✓ Colegio Eugenio Espejo
- ✓ Colegio Cordillera
- ✓ Colegio Ateneo
- ✓ Unidad Educativa la Inmaculada
- ✓ Unidad Educativa Antonio Peña Celi
- ✓ Unidad Educativa La Porciúncula
- ✓ Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús
- ✓ Unidad Educativa Daniel Álvarez Burneo
- ✓ Universidad Internacional-Sede Loja
- ✓ Restaurante Morelia
- ✓ Restaurante Mama lola
- ✓ Restaurante Vida Ventura
- ✓ Restaurante el Fogón Grill
- ✓ Restaurante el Carbonero
- ✓ Restaurante Chilli House
- ✓ Hostería de Vilcabamba
- ✓ Hostería el Descanso del Toro
- ✓ Hostería Ruinas de Quinara
- ✓ Hostería Izhcayluma
- ✓ Hostería Ramses
- ✓ Supermercado Tía
- ✓ Supermercado Gran Aki
- ✓ Supermercado Zerimar
- ✓ Mercatone
- ✓ Supermercado Plaza Sol
- ✓ Tiendas de Barrio
- ✓ Panaderías

7. Desarrollo de la propuesta de acción

7.1. Descripción del estudio de mercado

7.1.1. Objetivo del estudio de mercado.

Determinar la cantidad de demanda de una barra nutricional a base de quinua “quiyak” que las personas de las diferentes parroquias de la ciudad de Loja estén dispuestos a comprar este producto saludable.

7.1.2. Identificación del producto

Ofrecer a los clientes de la ciudad de Loja una barra nutricional a base de quinua, iniciando con la adquisición de la materia prima para la elaboración de este producto, donde se utilizará los procesos alimenticios y normas de higiene y seguridad que debe llevar una barra nutricional para luego realizar la presentación del mismo y poder entregar al consumidor y así brindar el producto a la comunidad lojana, donde se podrá enfocar el producto como una nueva alternativa para mejorar nuestro estilo y calidad de vida saludable, considerando que éste producto puede beneficiar a toda la población de Loja para generar hábitos alimenticios y reducir enfermedades degenerativas a través de un plan nutritivo adecuado saludable.

7.1.3. Características del producto.

Es un producto elaborado que está compuesto por:

- | | |
|---------------|--------------------|
| ✓ Quinoa | ✓ Minerales |
| ✓ Empaque | ✓ Hidratos |
| ✓ Edulcorante | ✓ Grasas saturadas |
| ✓ Fibra | ✓ Grasas |
| ✓ Vitaminas | monoinsaturadas |

7.1.4. Uso del producto.

Este producto resulta ideal para incorporarlo en nuestros hogares y lugares de trabajo, para incluirlo como un suplemento alimenticio necesario en momentos puntuales de la alimentación. Reduce el colesterol malo, previene enfermedades como la anemia, ya que aporta cantidad de hierro. Puede ser complemento para el desayuno o la cena para mejorar el rendimiento cardiaco y digestivo del organismo. Este producto tendrá estrategias de precio para ser accesible a cada uno de los consumidores en la ciudad de Loja.

7.1.5. Objetivo del estudio del mercado.

Determinar la cantidad de demanda de un producto de alimentación saludable presentado en barras energéticas y snacks, para las personas que poseen un trabajo dependiente o independiente en la ciudad de Loja que estén dispuestos a adquirir y consumir en su plan alimenticio diario.

7.1.6. Identificación del producto.

Ofrecer a la demanda meta una barra nutricional a base de quinua, enfocado a la concienciación de la importancia de cambiar los hábitos alimenticios y así reducir enfermedades en nuestro organismo, considerando las propiedades alimenticias y nutritivas del producto para que sea consumido en su dieta diaria.

7.1.7. Definición de las variables.

- ✓ Género
- ✓ Edad
- ✓ Beneficios
- ✓ Preferencia
- ✓ Nivel de satisfacción
- ✓ Grado de aceptabilidad

7.2. Filosofía de QUIYAK



Figura 1: Imagen producto
Fuente: Marca Quiyak

QUIYAK, se enmarca en una filosofía milenaria de cereales andinos ricos en carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas y minerales, donde el ingrediente principal es la QUINUA, el alimento básico de las culturas indígenas de nuestro país.

Una buena alimentación hace que se reduzca el absentismo laboral y los errores en el trabajo. Además, mejora el rendimiento de los trabajadores y produce una mayor productividad. De ahí la importancia en crear entornos saludables.

Misión

“Quiyak busca crear y promover barras nutritivas de excelente sabor, más saludables y orgánicas, trabajamos para brindar un producto único elaborado a base de uno de los productos más populares y sanos de nuestro país como lo es la quinua, de manera que buscamos la sustentabilidad y ofrecer productos de calidad”

Visión

“Que consumir y agregar barras nutritivas a nuestra dieta sea más sencillo y divertido”.

Valores

Los valores en lo que sustentan Quiyak, son los siguientes:

- **Excelencia:** Superior calidad o bondad que hace digna de aprecio y estima una cosa o a una persona.
- **Sustentabilidad:** lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas.

- **Calidad:** capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de cualidad.
- **Creatividad:** capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

¿Por qué el nombre QUIYAK?



Figura 2: Quiyak
Fuente: Marca Quiyak

QUIYAK es la marca de snacks a base de quinua o quinua; según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), la quinua es el grano que aporta más nutrientes por cada 100 calorías y la ONU (Organización de las Naciones Unidas) la determinó como “súper alimento” por su elevado valor nutricional. Este cereal contiene una proteína completa de alto valor biológico que aporta todos los aminoácidos esenciales y no esenciales; el aporte nutricional y energético permitirá contribuir a la buena alimentación, por lo tanto, las instituciones contarán con un personal saludable, desarrollándose de una manera eficaz y eficiente en sus puestos de trabajo que en la actualidad se encuentran dentro de su hogar.

Características de QUIYAK.

- Producto masticable a base de quinua.
- Barra energética.
- Rica en proteínas y minerales con alto contenido nutricional.
- Rica en aminoácidos que favorecen el desarrollo cerebral.
- Posee vitaminas C, E, B1, B2, niacina y fosforo.

Beneficios de consumir QUIYAK.

- Contiene minerales: calcio, hierro, magnesio.
- Tiene hasta un 23% de proteína.
- Es fuente de fibra saludable e insoluble.
- Apta para intolerantes al gluten.
- Ayuda a mejorar el tránsito intestinal.

7.3. Plan de Marca

El proyecto integrador transdisciplinario del presente periodo académico del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja de las carreras de Gestión del Talento Humano y Turismo, han considerado como alternativa innovadora proponer un nuevo modelo de producción para la empresa SAE enfocados en las necesidades de bienestar actual del mercado local y zonal previo a un estudio de mercado que enmarca la demanda y las posibles soluciones tomando como referente principal las líneas de investigación de las carreras participantes.



Figura 3: Logotipo empresa SAE

Fuente 1: Tlgo. Edwin Chuico - DISEÑO GRÁFICO ITSS 2018

Para el modelo de producción propuesto para la empresa SAE se ha tomado como referencia la nueva normalidad y la emergencia sanitaria por la cual atraviesa nuestro país y el mundo, es así como nace la idea de apostar por una interesante propuesta de MAQUILA DE PRODUCTOS que en la actualidad es una opción para que la empresa cuente con productos con marca propia elaborados por un tercero.

La empresa que brinda el servicio de maquila cumple con todas las normas higiénicas sanitarias, certificados de Industria & Comercio y BPM, es así como optamos por la oferta y trayectoria de la empresa QUNTU, establecida en la ciudad de Quito, misma que está especializada en la elaboración de productos únicos, deliciosos y listos para consumir elaborados con Quinua, que es un grano milenario propio de los andes del Ecuador y considerado como uno de los “alimentos más saludables del mundo”.

7.3.1. Maquila de productos como alternativa de producción

La maquila es considerada como un sistema de producción que permite a las empresas aprovechar los menores costos de la mano de obra del país donde se establece, sin tener que someterse al sistema de aranceles vigente.

Un proceso de maquila funciona a partir de un contrato, (denominado comúnmente contrato de maquila), el cual plantea como objetivo de compromiso que la empresa maquiladora utilice su capacidad instalada y procesos productivos para la fabricación de productos tangibles o la prestación de servicios intangibles (dentro de un programa de producción pre-determinado), destinados, en la mayoría de los casos, al mercado de exportación; dichos productos son encargados por una empresa extranjera.



Figura 4: Proceso de maquila
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH

La empresa SAE opto por un proceso de desarrollo de dos productos a base de quinua que son barras energéticas y crunch de chocolate ofertado por la empresa QUNTU la que conoce la formulación de sus productos y sus condiciones de elaboración.

Entre las ventajas que SAE tiene de maquilar productos son:

- ✓ No se invierte en maquinaria ni se incurre en costo de elaboración.
- ✓ El tercero ya posee la experiencia en la elaboración del producto.
- ✓ Algunas plantas de maquila ya cuentan con el concepto sanitario, por lo que no hay que tramitarlo.

Así mismo la elaboración de productos maquilados también conlleva el otorgamiento de concesiones, autorizaciones y permisos para emplear la marca y diseños relacionados con el producto a fabricar.

Para ello hay que tomar en consideración:

- ✓ Marca.
- ✓ Imagen del producto.
- ✓ Diseño del empaque y etiquetas
- ✓ Desarrollo de diagramas de proceso para la comercialización de los productos
- ✓ Contratos que garanticen la entrega, calidad y precios del producto.

Una marca (también conocida como marca comercial) es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos que se le asigna a un producto (o servicio) con el fin de identificarlo y distinguirlo de la competencia que existen en el mercado.

La marca es un componente tan importante para un producto, que hoy en día prácticamente no existe un producto que no cuente con una marca, ni un consumidor que no preste atención a la marca al momento de decidir la compra de un producto.

Es por ello que se considera que una marca nos permite que los consumidores puedan identificar nuestro producto y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado, transmitirles nuestra identidad, hacerles notar la calidad de nuestro producto, y persuadirlos de que lo compren.

Quiyak es un producto MASTICABLE A BASE DE QUINUA, proveniente de tres vocablos:

- ✓ QUINUA: grano de oro de los andes
- ✓ CHAYA: superalimento
- ✓ AKUNA: masticable

Con una filosofía milenaria de cereales andinos con alto contenido nutricional en carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas, minerales.

Nuestra marca está construida en base a los siguientes principios:

- ✓ Una marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos que se le asigna a un producto.
- ✓ Una marca permite identificar un producto y distinguirlo de los productos competidores, transmitir su identidad, hacer notar su calidad, y hacerle publicidad.
- ✓ Para crear una marca exitosa se debe definir su identidad, elegir su nombre, diseñar su logotipo, registrarla, posicionarla y hacer que sea reconocida en el mercado.
- ✓ El nombre de una marca debe ser atractivo, de preferencia corto, sencillo y fácil de pronunciar, y distintivo.
- ✓ El logotipo de una marca debe ser memorable, atractivo, simple, reproducible y distintivo.
- ✓ Para posicionar una marca en la mente del consumidor se debe hacerle publicidad constantemente, y ofrecer un producto de muy buena calidad.
- ✓ Para llegar a ser una marca reconocida en el mercado se debe centrarse en el cliente, brindarle una excelente atención, y tener una gran relación con él.

- Manual de marca

Concepto

03



Manual de identidad de marca QUIYAK-2021



Figura 5: Arte Concepto Quiyak
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico

Tipografía

04

Aa Gilroy light

a b c d e f g h i j k
 l m n ñ o p q r s t u
 v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! " # \$ % & / () = ¿ ? ¡ * [;

A B C D E F G H I J K
 L M N Ñ O P Q R S T
 U V W X Y Z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! " # \$ % & / () = ¿ ? ¡ * [;

Manual de identidad de marca QUIYAK-2021



Figura 6: Arte Tipografía Quiyak.
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico

Packaging



Las bolsas para los productos de QUIYAK, contienen un peso neto de 35g

Material: Aluminio



Manual de identidad de marca QUIYAK-2021

Figura 7: Arte Packaging Quiyak
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico

Etiquetas



Quiyak
Energía y vitalidad

Barra Energética
DE QUINUA

- Orgánico
- Libre de Gluten
- Alto en proteína
- Vegano



Se elaboraron dos etiquetas, tanto para la barra energética como para el cereal y se mantuvo la línea gráfica de la marca QUIYAK.



Quiyak
Energía y vitalidad

Cereal de quinua
CON CHOCOLATE

- Orgánico
- Libre de gluten
- Alto en proteína
- Vegano



Manual de identidad de marca QUIYAK-2021

Figura 8: Arte Etiquetas Quiyak
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico



Figura 9: Arte Especificaciones del empaque
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico



Figura 10: Arte Visualización del producto final
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico.



Figura 11: Arte Quiyak
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Diseño Grafico

7.4. Transversalidad

7.4.1. Transversalidad Interna.

La Ts. en Gestión de Talento Humano llevo a cabo su transversalidad interna con las siguientes carreras;

- **Ts. en Mecánica Automotriz.**

Capacitación de Atención y Servicio al cliente dirigido a los estudiantes de la Ts. en Mecánica por parte de la Ts. en Gestión del Talento Humano.

Figura 12: Arte servicios al cliente



Fuente: Fan Page Ts. Mecánica automotriz.

Elaborado por: Ts. Mecánica automotriz.

- **Ts. en Gastronomía.**

Webinar, Prioriza tu bienestar, ¡Aliméntate bien!, dirigido a los estudiantes de Ts. en Talento Humano por parte de la Ts. en Gastronomía.

Figura 13: Arte prioriza tu bienestar



Fuente: Fan Page Ts. Gestión en Talento Humano
Elaborado por: Ts. Gestión en Talento Humano

- **Ts. en Diseño Gráfico.**

Los estudiantes de la Ts. en Diseño Gráfico fueron los encargados de la elaboración de la marca y los artes para el plan de publicidad y promoción.

Figura 14: Arte QUIYAK



Fuente: Fan Page Ts. Gestión en Talento Humano
Elaborado por: Ts. Gestión en Talento Humano

7.4.2. Transversalidad Externa.

La Ts. en Gestión de Talento Humano llevo a cabo su transversalidad externa con las siguientes entidades:

- **DIET-PLAN / Nutrición y Spa**

Webinar: “Hábitos de alimentación saludable y entorno laboral”, expuesto por Yamira Criollo Nutricionista Dietista, Gerente General de DIET-PLAN.

Figura 15: Arte importancia de la alimentación



*Fuente: Fan Page Ts. Gestión en Talento Humano
Elaborado por: Ts. Gestión en Talento Humano*

- **MIKUNA TRADE**

Facebook Live, Emprendimiento...Una nueva alternativa de fortalecimiento económico, expuesto por la Ing. Estefanía Morales Guijarro, Mgs. Gerente General de MIKUNA TRADE.

Figura 7: Arte emprendimiento.



Fuente: Fan Page Ts. Gestión en Talento Humano
Elaborado por: Ts. Gestión en Talento Humano

7.5. Alimentación Saludable como Eje de Desarrollo Personal

Una alimentación saludable es aquella que permite alcanzar y mantener un funcionamiento óptimo del organismo, conservar o restablecer la salud, disminuir el riesgo de padecer enfermedades, asegurar la reproducción, la gestación y la lactancia, y que promueve un crecimiento y desarrollo óptimos. Debe ser satisfactoria, suficiente, completa, equilibrada, armónica, segura, adaptada, sostenible y asequible.

Una alimentación saludable consiste en ingerir una variedad de alimentos que nos brinden los nutrientes que necesitamos para mantenernos sanos, sentirnos bien y tener energía esto ayudará al cuerpo a mantenerse fuerte y saludable. (Izquierdo Hernández, Armenteros, Lancés, & Martín, 2004).

Mediante la alimentación saludable, un ser humano consigue desarrollarse con menos trastornos en su salud, minimizando el riesgo de contraer determinadas enfermedades, incrementando su bienestar y reforzando su sistema inmunitario. (Costamagna & Fabro, 2014, pág. 17)



*Figura 16: Alimentación Saludable
Elaborado por: Estudiantes de Segundo Ciclo de GTH Diurno*

7.5.1. Importancia de la alimentación saludable en base a la Quinua.

A través de los años y con la evolución de las especies el ser humano no ha podido tener un organismo como el de los animales e insectos, el cual le permita mantener un metabolismo que le ayude a que su alimentación sea la adecuada.

La Quinua es una hierba perteneciente a la subfamilia Chenopodiaceae de las amarantáceas. Técnicamente se trata de una semilla, pero se conoce y se clasifica como un grano integral nativo del territorio inca. Su semilla provee todos los aminoácidos esenciales, equiparándose su calidad proteica a la de la leche, sus granos son altamente

nutritivos, superando en valor biológico, calidad nutricional y funcional a los cereales tradicionales, tales como el trigo, el maíz, el arroz y la avena, es decir estamos hablando de un alimento completo para el consumo de los seres humanos. (Doval, 2013).



*Figura 17: Importancia de la Alimentación Saludable en base a la Quinua
Elaborado por: Estudiantes de Segundo Ciclo de GTH Diurno*

7.5.2. Beneficio de la Alimentación Saludable.

La nutrición es muy importante para la calidad de vida de las personas, siendo tres los pilares que ayudan a mantener una buena salud: el descanso, la alimentación y el ejercicio. Una dieta saludable ayuda a protegernos de la malnutrición en todas sus formas, en todo el mundo, las dietas insalubres y la falta de actividad física están entre los principales factores de riesgo para la salud.



Figura 18: Beneficios de la Alimentación Saludable
Elaborado por: Estudiantes de Segundo Ciclo de GTH Diurno

7.5.3. Alimentación Saludable como Eje de Desarrollo.

Para alimentarnos bien debemos prestar atención a la cantidad y a la calidad de nuestra comida. Entre estas dos cualidades, moderar la cantidad es lo más importante pues decide el resultado de la alimentación.

Comer en exceso y al apuro trae a corto y largo plazo graves consecuencias. Con moderación, en cambio, podemos ingerir mayor variedad de alimentos sin causarnos problemas. Quien sabe cuidarse puede comer hasta productos no tan convenientes, pues si lo hace en poca cantidad y ocasionalmente, el malestar que sienta será mínimo o ninguno.

Una comida adecuada debe ser capaz de agradar a nuestro hígado, corazón, riñones, intestinos, cerebro, y también a la boca. Es decir, los alimentos deben ser bien recibidos por todos los órganos, y más aún, por todo nuestro ser. Alimentarnos se convierte en un acto de tiranía si agradamos solo a nuestra boca mientras causamos graves perjuicios al resto del cuerpo. La comida modernista puede ser rica solo para el paladar, pero es detestable para el resto de nosotros. Una vez que pasa de la boca, es detestada por la garganta, el esófago, el estómago, intestinos, hígado, riñones, y así por delante.



Figura 19: Alimentación saludable

Elaborado por: Estudiantes de Segundo Ciclo GTH Diurno

7.5.4. Tips de Alimentación Saludable

Comer es un acto que presupone responsabilidad y conocimientos. Su carácter bio-psico-social, nos compromete a la promoción de una adecuada cultura alimentaria en aras de transformar conductas desfavorables.

7.6. Programa de bienestar saludable - Buenos hábitos alimenticios Recomendaciones para mejorar la productividad laboral

El presente programa de bienestar saludable, buenos hábitos alimenticios y recomendaciones para mejorar la productividad laboral está pensado para abordar un enfoque integral, es decir, desde el inicio se indican las estadísticas en el Ecuador sobre desnutrición, obesidad, y sedentarismo, las mismas que pretenden dar un enfoque global del estado de salud y alimentación en nuestra población; con base en ello, y para dar un enfoque de alerta, se establece que las personas realicen un autodiagnóstico sobre sus hábitos alimentarios, de manera que puedan conocer cómo se están alimentando; seguidamente, con ello, se pretende establecer hábitos saludable y el cambio de hábitos perjudiciales, en relación a los hábitos alimenticios; seguidamente, se abordan las diferentes opciones para crear hábitos de alimentación saludables; y, finalmente se presentan las recomendaciones para mejorar la productividad laboral.

Para iniciar el presente programa, cabe mencionar que, en Ecuador, los adultos de 19 a 59 años presentan una alta prevalencia de sobrepeso y obesidad con un 63.97%, siendo mayor la prevalencia en el área urbana, con un 65.7%, que, en el área rural, con un 59.9%. Respecto de los adultos mayores de 60 años y más también presentan una elevada prevalencia de sobrepeso y obesidad con un 58.9%. En los adultos mayores, al igual que los otros grupos poblacionales, se evidencia el gravísimo problema que el Ecuador está enfrentando con relación a estas condiciones, en particular porque constituyen un factor de riesgo para la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, la hipertensión, las enfermedades del corazón y las enfermedades cerebrovasculares. Al momento tanto la diabetes como la hipertensión constituyen las dos primeras causas de muerte a nivel nacional.

En relación, a la prevalencia global de actividad física en adultos de 18 a menores de 60 años a escala nacional, reveló que el 55.2% de este grupo poblacional reportan niveles medianos o altos de actividad física, el 30% tienen niveles bajos y el 15% son inactivos. Al comparar los niveles de actividad física por sexo la proporción de hombres con niveles medianos de actividad física es significativamente más alta que la de las mujeres. Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta de Condiciones de Vida 2014, la práctica de deporte en la población de 15 años y más ha incrementado de 28.6% en 2006 a 37.3% en 2014.

Esta misma encuesta reporta que en la Región Costa (31.2%) se realiza menos actividades deportivas que en la Región Sierra (43.4%) y Amazonía (43.2%) (14). De acuerdo con la Ensanut 2012, uno de cada cinco niños de 5 a 9 años, y uno de cada cinco adolescentes, de 10 a 19 años, están expuestos de dos a cuatro horas de televisión o videojuegos por día; de igual forma cerca del 4% de los niños y más del 5% de los adolescentes están expuestos a cuatro horas o más por día a una de estas manifestaciones de vida sedentaria.

La prevalencia global de actividad física en adultos de 18 a menores de 60 años a escala nacional reveló que el 55.2% de este grupo poblacional reportan niveles medianos o altos de actividad física, el 30% tienen niveles bajos y el 15% son inactivos. Al comparar los niveles de actividad física por sexo la proporción de hombres con niveles medianos de actividad física es significativamente más alta que

la de las mujeres (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición 2018-2025).

Con lo anteriormente mencionado, es imprescindible plantearse el cómo se está alimentando la población y, por ello, antes de pasar a analizar los hábitos alimentarios, es necesario conocer que los hábitos alimentarios saludables, son aquellas prácticas de consumo de alimentos por medio de las cuales las personas seleccionan su alimentación en función de mantener una buena salud (Galarza, 2008).

Es importante notar que no todos nos alimentamos de igual modo, esto depende de varios factores, entre ellos: los gustos y los hábitos alimenticios, los alimentos que tengamos al alcance y podamos adquirir, las costumbres de la familia y la sociedad en que vivimos, y creencias individuales y sociales.

Con lo mencionado hasta el momento, se puede observar la importancia de conocer sobre los hábitos alimenticios. Para ello, a continuación se revisará un test para poder realizar un autodiagnóstico de si nuestra alimentación es saludable o no; de esta manera, se podrían plantear las siguientes preguntas (Ivitalia, s.f.):

- 1. ¿Cuántos litros de agua bebes al día?**
 - A. 2 litros.
 - B. Al menos 1 litro.
 - C. Bebo poca agua diariamente.
- 2. ¿Comes por impulsos debido a gula, ansiedad o estrés?**
 - A. No, suelo comer despacio intentando masticar adecuadamente.
 - B. Si , no puedo controlar esas situaciones.
 - C. De vez en cuando.
- 3. ¿Cuánto tiempo dedicas a la comida o a la cena?**
 - A. Al menos 1 hora.
 - B. Entre 1/2 hora - 1 hora.
 - C. Menos de 1/2 hora.
- 4. ¿Qué alimentos incluyes en tu desayuno?**
 - A. Café/leche/infusiones, alguna fruta, batido, cereal o pan.
 - B. No suelo desayunar.

- C. Sólo un café o café con pan.
- 5. ¿Qué alimentos incluyes regularmente en tu almuerzo?**
- A. Carbohidratos, vegetales y proteínas.
 - B. Solo vegetales.
 - C. Fritos y carbohidratos.
- 6. ¿Qué alimentos ingieres a media mañana y a media tarde?**
- A. Frutas, yogurt, cereales.
 - B. Harinas (pan, galletas).
 - C. Snacks (frituras).
- 7. ¿Con qué frecuencia comes en restaurantes?**
- A. Suelo ir al menos 1 vez al mes.
 - B. Una vez por semana o menos.
 - C. Suelo ir con mucha frecuencia.
- 8. ¿Controlas la sal y el azúcar que añades a tus comidas?**
- A. Si, controlo las medidas de sal y azúcar.
 - B. Intento usar con moderación la sal y el azúcar.
 - C. Me gusta la comida salada o dulce.
- 9. ¿Cuál de las siguientes respuesta refleja tu consumo de alcohol?**
- A. No bebo, pero ocasionalmente tomo un vaso de vino.
 - B. Bebo todos los días.
 - C. Solo los fines de semana.
- 10. ¿Cuántas comidas realizas al día?**
- A. 5 comidas al día : 3 principales , media mañana y media tarde.
 - B. 2-3 comidas abundantes.
 - C. Depende de los días.

Tabla 15: Interpretación de repuestas de hábitos alimenticios

Si la mayoría fueron “A”	Si la mayoría fueron “B”	Si la mayoría fueron “C”
Felicidades, tus hábitos alimenticios son buenos y lo más seguro es que goces de óptima salud.	Alerta, tienes algunos hábitos que puedes cambiar para mejorar tu salud.	Significa peligro, trabaja duro en la modificación de tus hábitos de manera que no comprometas tu salud.

Elaborado por: Estudiantes Cuarto Ciclo GTH Diurno

Una vez que se ha analizado los hábitos alimenticios, es importante revisar los datos y estadísticas de alimentación obesidad, desnutrición y sedentarismo; de esta manera, se puede concientizar a las personas sobre el panorama global respecto de dichos factores críticos para la salud. A continuación, se revisan los datos respecto de los factores antes mencionados, respectivamente.

Llegados a este punto, es de suma importancia el plantearse ¿cómo se construyen los hábitos y cómo podemos mejorar los hábitos alimenticios para incrementar la productividad y energía? De esta manera, es importante comentar que los hábitos son conductas aprendidas que se repiten una y otra vez, el conocimiento sobre cómo llevar una dieta equilibrada y saludable es imprescindible para adoptar hábitos nutricionales correctos que ayuden a prevenir enfermedades (Elsevier, 2020). Así, para poder mejorar los hábitos alimenticios se debe **elaborar una lista de los hábitos de alimentación, realizar un “diario de alimentos”** de lo que come y la hora en que lo hace le ayudará a descubrir sus hábitos, **analizar los malos hábitos** pueden llevar a un aumento de peso, falta de energía o problemas de salud; adicional a ello, se debe tener cuidado de comer muy rápido, comer a la fuerza todo lo que se sirve del plato, comer cuando no tiene hambre, saltarse comidas (o solo el desayuno), entre otros.

Para lo mencionado en el párrafo precedente, se plantea **sustituir los hábitos malos con los hábitos saludables como, comer más despacio, comer solamente cuando en verdad tenga hambre, en lugar de comer porque está cansado, angustiado o**

con cualquier otro estado de ánimo puede dar una caminata rápida o entretenerse con una actividad diferente, planificar las comidas con tiempo para asegurarse de que serán saludables y bien balanceadas.

Tener una buena alimentación es muy importante para la calidad de vida de las personas, que ayudan a mantener una buena salud y energía cabe recalcar que debe ir acompañado del descanso y el ejercicio.

Con todo lo analizado anteriormente, es muy importante plantearse diferentes opciones para cada comida del día. A continuación, se revisan diferentes opciones. Para el desayuno se debería incluir: leche o yogur, cereales, tostadas o galletas y fruta o zumo. Según la Confederación de Consumidores y Usuarios (2008), a media mañana, se recomienda un bocadillo ligero, una fruta o un yogur. Para el almuerzo, se puede comer un primer plato de pasta, arroz o verduras; un segundo que puede ser carne, pescado o huevo y el postre a elegir entre fruta o yogur. Para la merienda, se recomienda algo ligero como, zumo, batido, galletas o fruta. Finalmente, en la cena, se puede elegir pescado, pollo o tortilla.



Figura 20: Opciones de alimentación saludable - quinua como superalimentación para incrementar la productividad y energía.

Fuente: Carrión 2017; Patiño 2018; Andrade 2018; Pérez 2019.

En lo que respecta a las recomendaciones para aumentar la productividad laboral, se pueden mencionar las siguientes, según Oldrati (2020) es necesario

distinguir entre lo urgente y lo importante; aprender a delegar; mantener una buena comunicación interna y externa; debe existir un clima de comunicación constante, que no sólo se produzca en las reuniones; formar y capacitar a los empleados; considerar la importancia de cada cargo; permitir tomar decisiones; compensar salarialmente acorde con los resultados y, favorecer los descansos en horario laboral.

A través de diversos estudios se ha comprobado cómo mejora el rendimiento y el bienestar de los trabajadores que consumen alimentos adecuadas a su situación personal: de alto valor calórico si se trata de trabajadores de fuerza y de moderado aporte de calorías en personas que realizan un trabajo de tipo intelectual con menor desgaste físico, etc.

Para aquellos trabajos sedentarios, debido al bajo gasto calórico que conllevan este tipo de trabajos, se debe establecer una dieta balanceada que aporte energía sin un gran incremento calórico. Para trabajos de gran estrés físico o psíquico, la dieta debe contener cantidad suficiente de calorías como para compensar el gasto de energía que conlleva la actividad. Si el estrés es de tipo psíquico, las necesidades calóricas no son tan elevadas como en el caso anterior y lo verdaderamente importante es que la dieta contenga cantidad suficiente de alimentos laborales que se relacionan con un buen funcionamiento del sistema nervioso. Además de las personas en puestos de responsabilidad, jefes de servicio o de grupo, gerentes, para otros departamentos, estrés por su trabajo monótono y repetitivo.

Empleados trabajan en un ritmo de turnos o en franjas horarias especiales tienen que adaptar además su alimentación en función del horario laboral, para poder llevar a cabo una dieta adecuada., en horarios continuos existen turnos rotativos y nocturnos, etc.

Trabajos que exigen comer fuera de casa. En estos casos, conviene tener unos conocimientos básicos de alimentación, para poder escoger el menú más apropiado y saludable en cada caso.

En personas con deficiencia de hierro, se registra un deterioro en la capacidad física y el desempeño en el trabajo de hasta el 30%, el que se agrega a la aparición de debilidad, flojera y falta de coordinación.

Adicionalmente, en este sentido, es recomendable beber al menos 2 L de agua al día para las mujeres y 2,5 L para los hombres, aunque estos requerimientos pueden ser mayores en mujeres embarazadas, en mujeres lactantes y personas físicamente activas expuestas a un ambiente caluroso. También es posible incluir bebidas como té, café, agua mineralizada para alcanzar los requerimientos de líquidos. Estas bebidas no representan un aporte energético significativo, aunque es importante que se considere que aportan otras sustancias, como cafeína, sales minerales, vitaminas y edulcorantes no calóricos.

A modo de conclusiones se pueden establecer las siguientes:

- La alimentación ha sido la mayor necesidad para la subsistencia del ser humano y desafortunadamente se ha convertido hoy en día en un gran problema. Existen enfermedades relacionadas con la alimentación, ya que estamos experimentando tiempos donde las personas se preocupan más por su físico y no por su salud, dejando de alimentarse.
- La cantidad de alimentos que debemos tomar cada día para el buen funcionamiento del organismo debe ser balanceada es decir, debe incluir por lo menos un alimento de cada grupo, alimentación balanceada no es comer mucho o en abundancia es comer lo necesario.
- La nutrición es importante para todos. Combinada con la actividad física y un peso saludable, la buena alimentación es una forma excelente de ayudar a tu cuerpo a mantenerse fuerte y saludable.

7.7. Plan de promoción y publicidad para QUIYAK – energía y vitalidad



Figura 21: Bienestar saludable

Elaborado por: Estudiantes Cuarto Ciclo GTH Diurno

Objetivo: Elaborar la identidad corporativa y un plan de promoción y publicidad para Quiyak.

- **Publicidad**

Tabla 16: Plan de Marketing

Estrategia	Acción	Resultado
Creación de Fan page	Actualización de marca (Fan page TALENTO HUMANO - TURISMO)	Lanzamiento de nuevo producto en redes
Elaboración de material para promoción y publicidad	Elaborar artes publicitarios sobre la marca y los beneficios	Presencia y reconocimiento en redes sociales

Elaborado por: Estudiantes Cuarto Ciclo GTH Diurno

Ventas personales – estudiantes con el identificativo de la carrera / uniforme

- **Argumento de venta**

QUIYAK – ENERGÍA Y VITALIDAD

Buenos días, mi nombre es soy estudiante del Instituto Tecnológico Superior Tecnológico Sudamericano de la carrera de Gestión del Talento Humano estoy cursando el ciclo; EL MOTIVO DE MI VISITA es para mostrarle una nueva alternativa de alimentación saludable que mejorar su bienestar nutricional al momento de consumirlo.

QUIYAK, es un producto propio de nuestra carrera, como usted puede verlo es una BARRA ENERGÉTICA muy nutritiva y rica en carbohidratos que le brindara la energía suficiente para que continúe con sus actividades laborales.

Y el segundo producto que vengo a ofrecerle es este CRUNCH a base de quinua, que son bolitas de quinua rellenas de chocolate blanco y negro muy nutritivas rica en proteínas y minerales con alto contenido nutricional, perfectas para acompañar sus comidas entre día, tu mejor alternativa.

Coméntenos, ¿Qué le parece nuestro producto? ¿Acaso no es una gran oportunidad lo que le estamos ofreciendo?

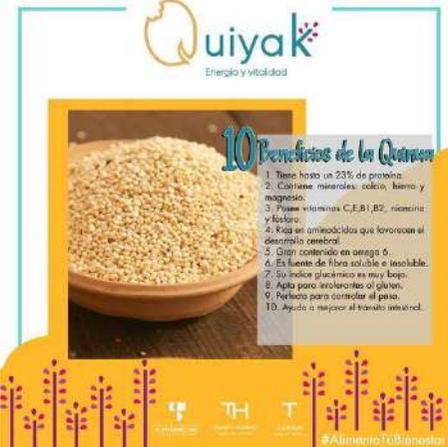
la mejor alternativa para continuar tu día con energía, a tan SOLO 1.50 USD las Barras energéticas y a 1.25 USD los Crunch

¿Cuántos productos le ofrezco?

Muchas gracias.... ¡¡¡¡¡Estamos a la orden!!!!

• Plan de publicación de contenidos – Quiyak

Tabla 17: Publicidad del producto

FECHA DE PUBLICACIÓN	RED SOCIAL	ACCIONES	OBJETIVO	TIPOS DE CONTENIDO	COPY	ARTE	HORARIO
VIERNES 11/12/2020		Lanzamiento de la marca QUIYAK - Energía y vitalidad (Gif – el logo se divide en cuatro partes y arma el logo final)	Presentación de marca	Gif	<p>📌 Porque tu bienestar nos interesa..👉</p> <p>👉 Nos preparamos para ofrecerte una alternativa saludable en tu alimentación.</p> <p>👉 QUIYAK, tu mejor opción.👉👉</p> <p>!!Esperalo muy pronto!!</p> <p>#AlimentaTúBienestar</p> <p>#TalentoEresTú</p>		11h00
SÁBADO 12/12/2020	Facebook	Arte con información sobre alimentación saludable – Quiyak (Beneficios de la quinua para la salud)	Dar a conocer la marca	Arte informativo	<p>📌 ¿Sabías acerca de los beneficios que posee la Quinoa?..👉</p> <p>👉 A continuación te presentamos 10 alternativas del porque consumir productos a base de Quinoa.</p> <p>👉 QUIYAK, tu mejor opción.👉👉</p> <p>!!Esperalo muy pronto!!</p> <p>#AlimentaTúBienestar</p> <p>#TalentoEresTú</p>		11h00

LUNES
14/12/2020

Facebook

Arte con información sobre la marca QUIYAK – Energía y vitalidad (**Describir el nombre de la marca**)

Dar a conocer la marca

Arte informativo

📌 QUIYAK, se enmarca en una filosofía milenaria de cereales andinos ricos en carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas y minerales, donde el ingrediente principal es la QUINUA, el alimento básico de las culturas indígenas de nuestro país. 🇵🇪
👉 QUIYAK significa SUPERALIMENTO MASTICABLE A BASE DE QUINUA.. 🍷🍷🍷

👉 A continuación, te presentamos nuestra Marca...

[#AlimentaTúBienestar](#)
[#TalentoEresTú](#)



11h00

MIÉRCOLES
16/12/2020

Arte con barra energética e información del producto (**precio y características**)

Dar a conocer el producto

Arte informativo

📌 Barra energética a base de quinua, rica en proteínas y minerales con alto contenido nutricional, la mejor alternativa para continuar tu día con energía... 🍷🍷

👉 A continuación, te presentamos nuestro primer producto.

👉 BARRA ENERGÉTICA QUIYAK.. 🍷🍷

[#AlimentaTúBienestar](#)
[#TalentoEresTú](#)



11h00

VIERNES
18/12/2020

Facebook

Arte con Crunch e información del producto (**precio y características**)

Dar a conocer el producto

Arte informativo

📌 Bolitas de Crunch a base de quinua, perfectas para acompañar tus comidas entre día, tu mejor alternativa ...💪

👉 A continuación, te presentamos nuestro segundo producto.

👉 CEREAL DE QUINUA CON CHOCOLATE QUIYAK...

[#AlimentaTúBienestar.](#)

[#TalentoEresTú.](#)



11h00

SÁBADO
19/12/2020

Arte con fotografía de Ing. Anita consumiendo el producto

Presencia

Arte informativo

📌 QUIYAK, tu mejor alternativa para recargar tus energías...💪👩🏻

👉 ¿Y tú, ya tienes tu producto?👩🏻

👉 Déjanos tus comentarios...

[#AlimentaTúBienestar.](#)

[#TalentoEresTú.](#)



11h00

<p>LUNES 21/12/2020</p>	<p>Facebook</p>	<p>Arte con productos con mensaje navideño (navidad en el trabajo – amigo secreto)</p>	<p>Promover consumo</p>	<p>Arte informativo</p>	<p>👉 Se acerca Navidad y aún no sabes que detalle brindarle a tu amigo secreto. 🍪 👉 Te dejamos una opción. 👉 QUIYAK el mejor regalo en estas festividades.. 🍪🍪 #AlimentaTúBienestar. #TalentoEresTú.</p>		<p>11h00</p>
<p>MIÉRCOLES 23/12/2020</p>		<p>Arte con mensaje navideño (Navidad con Quiyak)</p>	<p>Presencia</p>	<p>Arte informativo</p>	<p>🌲 Que el amor sea el ingrediente principal de esta Navidad y el año que comienza.. 🍪🍪 !FELIZ NAVIDAD, TE DESEA QUIYAK! 🎁🍪🍪 #NavidadConQuiyak</p>		<p>11h00</p>

7.8. Proceso de distribución y ventas

LOS PROYECTOS INTEGRADORES DEL ISTS y en el caso particular de los desarrollados por las carreras de Gestión de Talento Humano y Turismo a través de su empresa piloto SAE (Servicios administrativos especializados) han sido referente de liderazgo y eficiencia del uso de estrategias de ventas en cada uno de ellos.

Debido a la necesidad de una nueva forma de consumo de la quinua con una diversificación de consumo se crea el producto Quiyak – barras energéticas y crunch de chocolate con las cuales se quiere llegar a los diferentes gustos y preferencias de los consumidores, buscando el bienestar de nuestros clientes y sobre todo una opción saludable para los ejecutivos en tiempos de descanso.

Para ello se ha hecho el análisis bibliográfico de la importancia que tienen los puntos de distribución, el análisis de los canales óptimos y se determinó las funciones a desarrollar en base a los objetivos que queremos alcanzar.

Quiyak de diversos sabores con una envoltura súper llamativa, los cuales han sido realizados por los estudiantes de las carreras de Gestión de Talento Humano y Turismo.

Las estrategias de comercialización serán ejecutadas directamente por los estudiantes de las carreras mencionadas quienes después de un proceso práctico de capacitación desarrollaron habilidades y destrezas para hacer del ejercicio de comercialización una actividad con resultados acertadamente positivos.

Con respecto a la distribución y comercialización del producto este será realizado de igual forma por parte de los estudiantes quienes se han encargado de hacer la venta directa a un grupo seleccionado de amigos o entorno familiar a quienes se les ha podido distribuir el producto con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes con el producto ofrecido.

7.8.1. Canales de distribución.

Los canales de distribución son el medio por el cual cualquier empresa fabricante o productora elige, para que sus productos lleguen al consumidor de la manera más rentable y eficiente posible.

Los canales de distribución de las empresas por lo general realizan un estudio de mercado, buscan como promocionar sus productos, además de negociar con clientes potenciales sobre precios y modalidades para la entrega del producto.

En un canal de distribución participan tres entes esenciales:

- 1) **Productor:** empresa dedicada a crear o elaborar el producto que se va a comercializar.
- 2) **Mayorista:** empresa con gran capacidad de almacenamiento, que compra al productor para revender el artículo. Esta reventa no suele destinarse al consumidor final.
- 3) **Minorista:** empresas pequeñas que compran el producto o al mayorista para venderlo al consumidor final. Es el último eslabón del canal de distribución.



Figura 22: Canal de distribución 1.

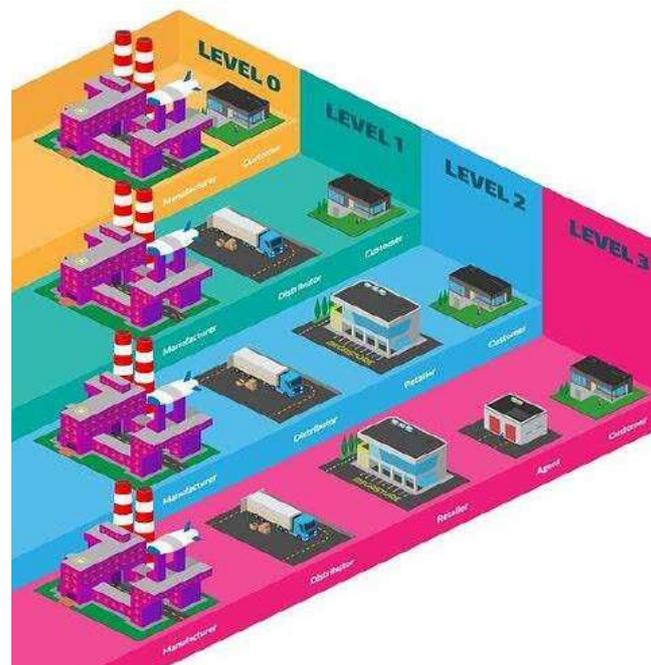
Elaborado por: Estudiante de la Carrera de Turismo

Los canales de distribución diseñados por SAE (Servicios administrativos especializados) son de suma importancia debido a que principalmente a través de un tercero en este caso los estudiantes es posible que el producto llegue a un mayor número de consumidores y por consecuencia genere más ventas del mismo.

Nuestros productos cuentan con una red de distribución propia lo que hace que no sea necesario la contratación de una empresa terciaria, los estudiantes tienen contactos comerciales y familiares, además de que geográficamente cuentan con un mayor alcance, también cuentan con servicios de almacenamiento para un determinado número de producto.

A través de los canales de distribución Quiyak logra varios objetivos importantes: situar su mercancía en el lugar correcto, para el alcance del consumidor, en el menor tiempo posible.

7.8.2. Plan de distribución de productos SAE – QUIYAK.



*Figura 23: Plan de distribución de productos
Elaborado por: Estudiante de la Carrera de Turismo*

Un plan de distribución de productos es nada más que una herramienta de mercadotecnia, única e indispensable a la hora de tomar u organizar un conjunto de estrategias, procesos y actividades que se necesitan para llevar a cabo los productos desde su punto de fabricación hasta el lugar en el cual vamos a disponer para que así llegue a nuestro destino final, en este caso sería nuestro cliente final, consumidor o usuario final. Todo este plan de distribución debe ser en cantidades precisas y en las mejores condiciones óptimas, ya sea en su uso o consumo en el momento y lugar

donde los clientes lo deseen. En este tema de plan de distribución se derivan tres: la masiva, la selectiva y la exclusiva.

El plan de distribución masiva se refiere o es la distribución en la que se requiere de mucha dedicación, esfuerzo y planificación. Su principal ventaja es el nivel de ventas y posicionamiento del mercado, teniendo en cuenta también sus desventajas, siendo estas el control, la educación, supervisión y alto costo de ventas.

El plan de distribución selectiva, su objetivo principal es el de buscar puntos de venta específicos para la exhibición y venta de productos, ya que en este tipo de plan los fabricantes no tienen el interés de estar presentes en otros puntos; más bien, buscar o procuran dar una imagen de exclusividad de los productos. Como principales ventajas es el cuidado de la imagen, autocontrol y segmento de mercado específico y su desventaja principal es que con el existir un solo error ya provoca una mala imagen.

Finalmente, en este plan de distribución de QUIYAK, se optó por el plan de distribución exclusiva ya que su punto de venta es único. Sus principales ventajas son la garantía del producto que se vende y la imagen y su principal desventaja son las pocas ventas que se realice.

- Canales de distribución - estudiantes: son aquellos intermediarios que permiten que el producto llegue hasta su consumidor final (mayoristas, tiendas de autoservicio, comercios al detalle e institucionales, entre otros). Estos canales de distribución se dan por la naturaleza, ya sea por concentración industrial, por costos de productos, por la complejidad en el manejo de inventarios y los cambios existentes del mercado.
- Preventa - estudiantes: es donde el vendedor marca o crea la ruta de entrega un día antes que los repartidores, de esa manera permite que el trabajo sea más eficaz, optimizando sus labores, minimizando costos y evitando pérdidas de tiempo o desabasto.
- Esquema logístico de la distribución – docentes y estudiantes: esto inicia cuando el artículo abandona la línea de producción y termina en

el momento en el que el consumidor lo tiene en su mano, incluyendo actividades como almacenes, transporte, intermediarios, puntos de venta y exhibición.



Figura 24: Canal de Distribución 2
Elaborado por: Estudiante de la Carrera de Turismo

7.8.2.1. Importancia de la logística en un plan de distribución de productos.

La logística de distribución es relacionada con la función que permite hacer el traslado de un producto final (bienes o servicios) poniéndose a disposición del cliente. El canal de distribución es el que posibilita que el usuario obtenga el producto en el lugar, tiempo y cantidades adecuadas.

7.8.3. Clasificación de canales de distribución.

- a) **La distribución en las empresas supone;** diseño de un sistema o conjunto de acciones que garantizan el traslado del producto a manos del cliente.

- b) **Canal de distribución es la vía**, el conducto por el que se trasladan los productos desde el punto de producción hasta el cliente.
- c) **El canal de distribución de los bienes de consumo**; es aquel que hace llegar productos perecederos de manera rápida y sencilla a los clientes.

7.8.4. Ventajas y desventajas de la distribución física.

a) Ventajas de la distribución física

Promueve una mejor comercialización del producto, generando un alcance importante en el mercado a través de una gestión estratégica de la logística y la distribución.

b) Desventajas de la distribución física

Por lo general, la distribución física implica gastos para la empresa, mayormente a nivel de transporte de mercancías, tecnología, contratación y capacitación de personal. Por eso, muchas organizaciones deciden recurrir a soluciones logísticas de 3PL o tercerización.

c) Objetivo

Satisface la demanda a través de la oferta adecuada, no con una menor oferta ni con una mayor. Esta debe garantizar que los procesos se desarrollen de la manera correcta, tanto a nivel operativo como de control de costes y de atención al cliente.

7.8.5. Descripción e importancia de los puntos de venta.



Figura: 25: Canal de distribución 3
Elaborado por: Estudiante de la Carrera de Turismo

Es imprescindible para un producto en este caso “Quiyak” tener un punto de venta que sea accesible para la sociedad, ya que en varios estudios muestra que el 70% de las decisiones que toma el consumidor se basan en el punto de venta, ya que ayuda a tener mayor visibilidad y presencia del producto o marca.

El punto de venta al público es el contacto directo que tiene el consumidor con el producto ya que una cosa es verlo por fotos y otra muy diferente es crear esa conexión y ver el producto de manera física.

El punto de venta ha pasado de ser un canal de distribución a ser un medio donde las marcas o se posicionan en el mercado o alejan a los consumidores; es un espacio que permite hacer branding, es decir dar a conocer el producto, posicionarlo y utilizar mercadotecnia.

El posicionamiento del producto depende mucho de cómo lo presentemos y a qué mercado lo vamos a enfocar así damos un plus a nuestro producto para poderle dar una mejor mercadotecnia.

Es por ello que como SAE en nuestros futuros emprendimientos se ha definido como plan de mejoras el estructurar un punto de venta de todos nuestros productos y servicios desarrollados y que cabe recalcar todos han sido exitosos.

7.9. Evaluación de satisfacción QUIYAK

Energía y vitalidad, producto a base de quinua libre de gluten, alto en proteínas, vegano y orgánico.

Pregunta 1

1. ¿Cómo evalúas tu experiencia al consumir nuestros productos?

Tabla 18: Resultado al consumir nuestro producto

Variables	Frecuencia	Frecuencia de %
Satisfactoria	1342	82,2%
Medianamente satisfactoria	236	14,5%
Poco satisfactoria	38	2,3%
Insatisfactoria	16	1,0%
	1632	100,0%

Elaborado por: Estudiantes Segundo Ciclo GTH Diurno

Fuente: Encuestas evaluación de satisfacción

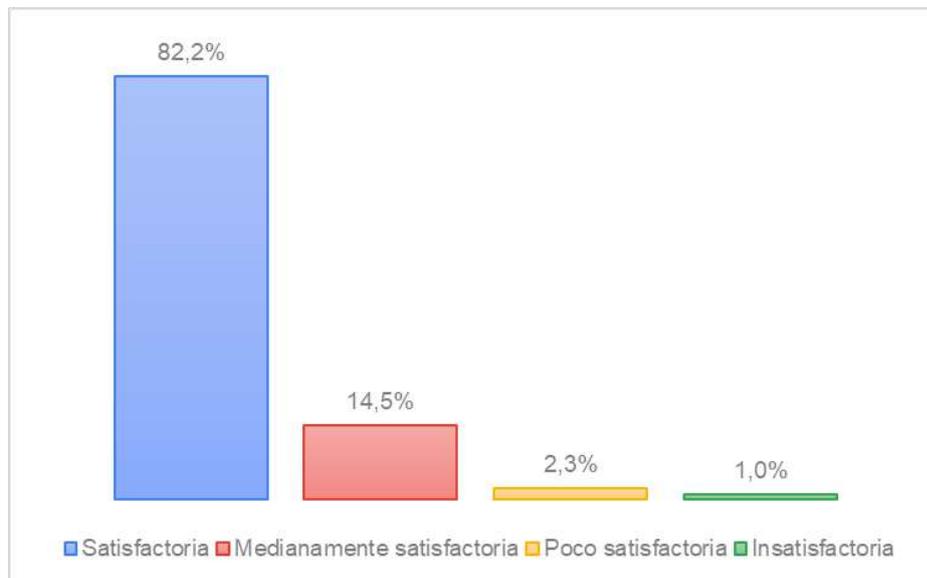


Gráfico 1: Experiencia al consumir nuestros productos.

Elaborado por: Estudiantes de 2do. GTH nocturno "A"

Análisis:

En este gráfico podemos observar que se obtuvo una satisfacción del 72,86 % al consumir los productos QUIYAK, logrando satisfacer a la mayoría de quienes lo degustaron y teniendo una gran acogida pese a ser productos nuevos en el mercado.

Pregunta 2

2. ¿Cuál de los dos productos presentados (barra energética, Crunch de chocolate blanco o negro) le pareció más agradable a su paladar?

Tabla 19: Resultado del producto más agradable para el consumidor

Variables	Frecuencia	Frecuencia de %
Crunch de chocolate blanco o negro	1005	61,60%
Barra energética	627	38,40%
	1632	100%

Elaborado por: Estudiantes Segundo Ciclo GTH Diurno

Fuente: Encuestas evaluación de satisfacción

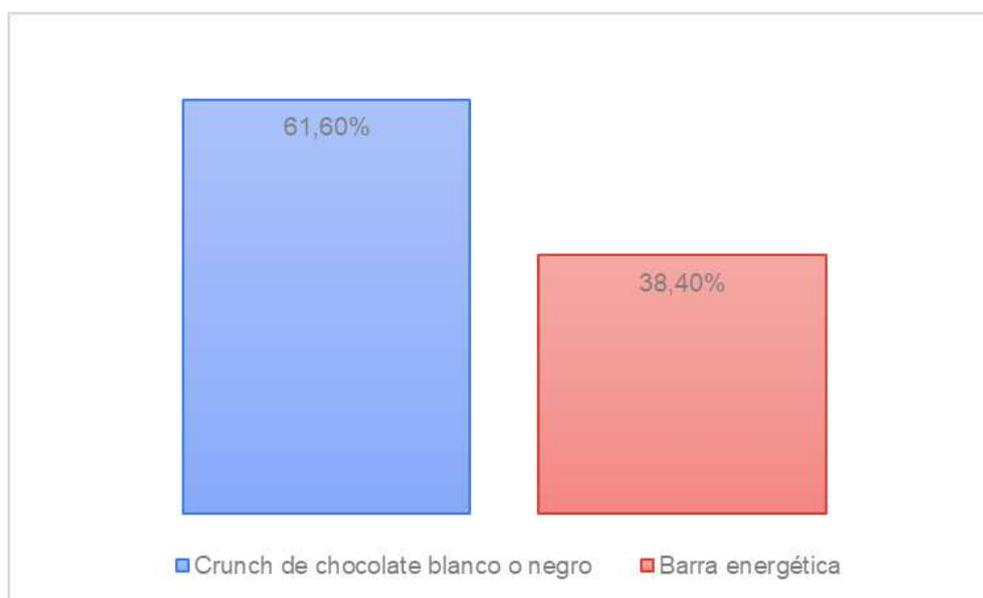


Gráfico 2: Resultado del producto más agradable al paladar del consumidor.

Elaborado por: Estudiantes de 2do. GTH nocturno "A"

Análisis:

En esta Gráfica podemos visualizar que el producto Quiyak más rico al paladar del consumidor es de Crunch de chocolate blanco o negro con un mayor porcentaje de 61.6 % escogido tanto por los niños como los adultos, mientras que en las barras energéticas tenemos un 38.4 %; porcentaje más bajo de acogida de acuerdo al paladar del consumidor.

Pregunta 3

3. El sabor de las barras energéticas le parece:

Tabla 20: Resultado del sabor del producto

VARIABLES	Frecuencia	Frecuencia de %
Excelente	697	42,7%
Muy bueno	591	36,2%
Bueno	215	13,2%
Regular	129	7,9%
	1632	100%

Elaborado por: Estudiantes Segundo Ciclo GTH Diurno

Fuente: Encuestas evaluación de satisfacción

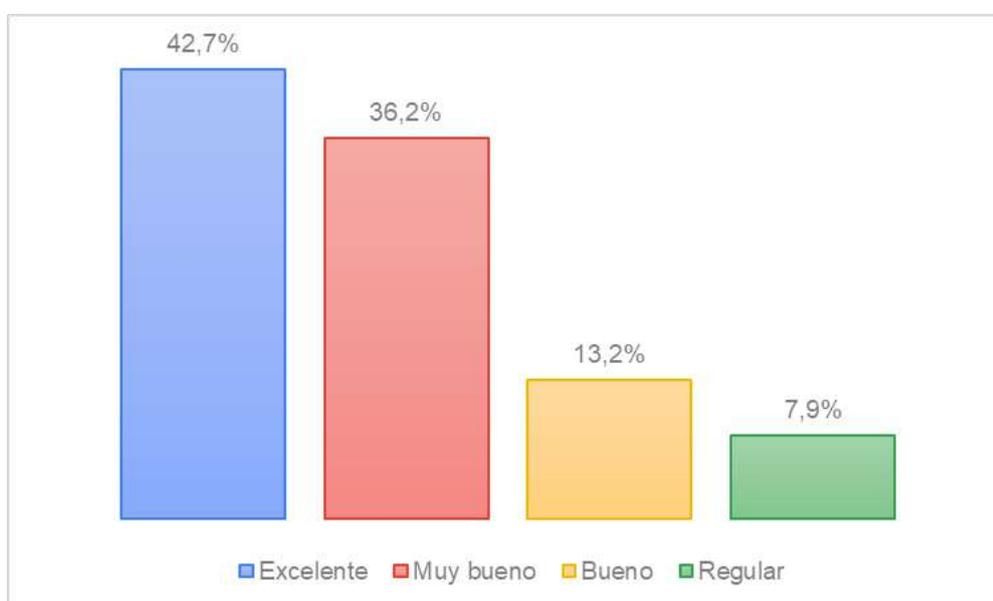


Gráfico 3: Resultados del sabor al consumir el producto.

Elaborado por: Estudiantes de 2do. GTH nocturno "A".

Análisis:

De acuerdo a la gráfica podemos darnos cuenta que al 42,7% de los consumidores les pareció excelente el sabor del producto, siendo así la mayoría, mientras que el 36,2% señaló que el sabor de las barras estaba muy bueno, así mismo el 13,2% dijo que simplemente estaban buenas y apenas el 7,9% de los consumidores señaló que el producto era regular, siendo esta la minoría.

Pregunta 4

4. ¿Cree usted que se podría recomendar como producto a una dieta saludable para niños y adultos?

Tabla 21: Resultado sobre la recomendación del producto como dieta saludable tanto para niños y adultos.

VARIABLES	Frecuencia	Frecuencia de %
SI	1536	94,12%
NO	96	5,88%
	1632	100%

Elaborado por: Estudiantes Segundo Ciclo GTH Diurno

Fuente: Encuestas evaluación de satisfacción

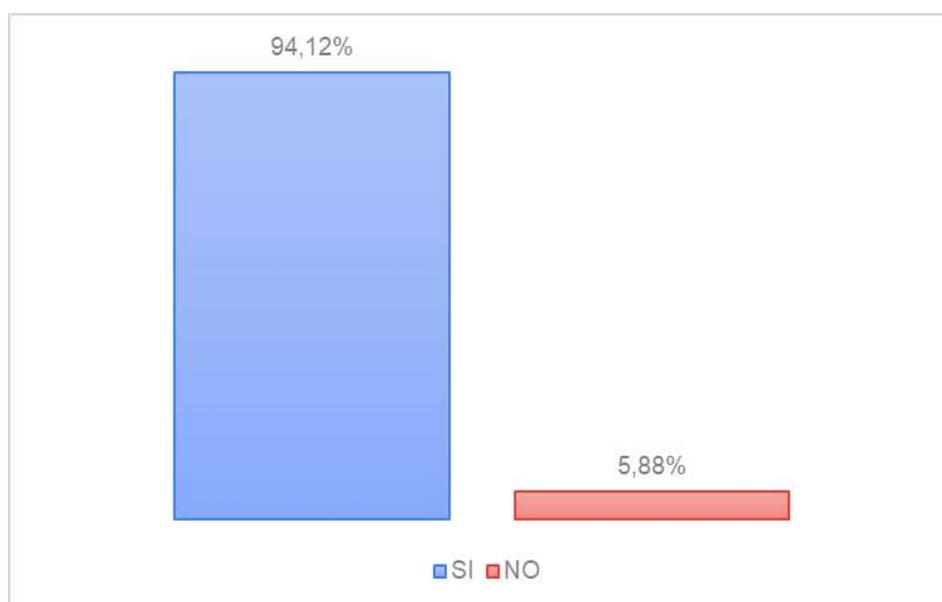


Gráfico 4: Resultados de la recomendación del producto como dieta saludable tanto para niños y adultos.

Elaborado por: Estudiantes de 2do. GTH nocturno "A"

Análisis:

A través de esta gráfica podemos darnos cuenta que el 94,12% de los consumidores recomendaría el producto Quiyak como dieta saludable para niños y adultos (por los nutrientes por los cuales está compuesto) y el 5,88% de los consumidores no los recomendaría.

Pregunta 5

5. Gracias a la degustación de este producto, ¿Usted considera que la comercialización podría ser a nivel provincial o nacional?

Tabla 22: Resultado de la comercialización del producto

Variables	Frecuencia	Frecuencia de %
Provincial	488	29,90%
Nacional	1144	70,10%
	1632	100%

Elaborado por: Estudiantes Segundo Ciclo GTH Diurno

Fuente: Encuestas evaluación de satisfacción

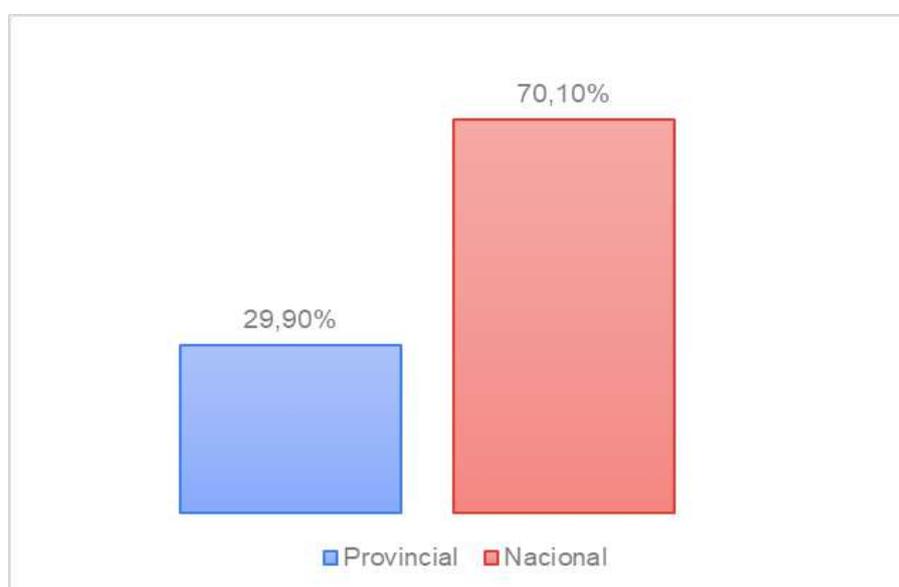


Gráfico 5: Resultado de la comercialización del producto Quiyak a nivel Provincial o nacional
Elaborado por: Estudiantes de 2do. GTH nocturno "A"

Análisis:

De acuerdo con el resultado de la gráfica, el 70,1% es decir, la mayoría de las personas consumidoras del producto Quiyak optó por elegir que el producto sea comercializado a nivel nacional, demostrando así la gran acogida que obtuvo por parte del consumidor, mientras que el 29,9% señaló que sería mejor comercializarlo a nivel provincial.

Pregunta 6

6. ¿Recomendarías QUIYAK a tus familiares y amigos?

Tabla 23: Recomendación del producto a amigos y familiares

Variables	Frecuencia	Frecuencia de %
SI	1591	97%
NO	41	3%
	1632	100%

Elaborado por: Estudiantes Segundo Ciclo GTH Diurno

Fuente: Encuestas evaluación de satisfacción

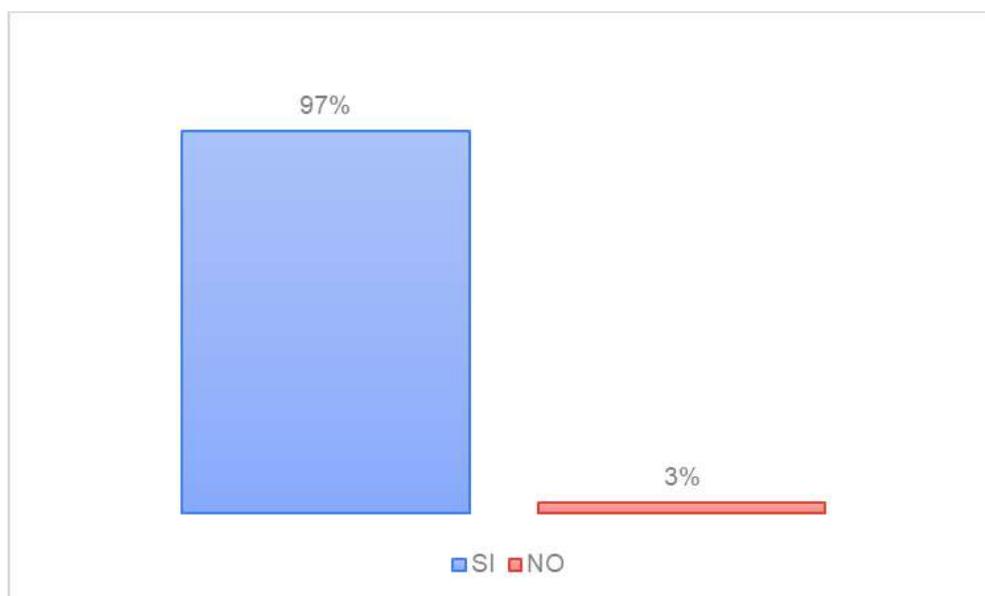


Gráfico 6: Resultados de recomendación del producto Quiyak a familiares y amigos
Elaborado por: Estudiantes de 2do. GTH nocturno "A"

Análisis

De acuerdo con los resultados de la encuesta podemos concluir que el 97% de las personas que degustaron del producto Quiyak lo recomendarían a sus familiares y amigos y el 3% de los consumidores señaló que no lo haría.

8. Presupuesto

Informe económico de la empresa SAE Semestre Octubre 2019 – Marzo 2020

Tabla 24: Capital inicial

Capital inicial	
Los estudiantes de la tecnología superior en gestión de talento humano, turismo y secretariado ejecutivo trilingüe aportaron el capital para iniciar con las operaciones económicas de la empresa SAE (Servicios administrativos especializados)	\$2050,00
<i>Documento de respaldo: Informe individual de los tutores de las carreras.</i>	
Total capital inicial	\$2050,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

Tabla 25: Detalle de la conformación del capital y aporte de socios.

Detalle del Capital Inicial.				
Tipo de comprobante	Detalle	Cant.	V/. Unit.	V/. Total
Informe tutores de curso.	Aporte Inicial de Socios	205	\$10,00	\$2050,00
Total de capital inicial				\$ 2050,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

- **Producto Quiyak**

Tabla 26: Ventas de Quiyak (Ingresos generados)

Ingresos		
N° de Kairos vendidos	Valor unitario (PVP)	Valor total
1592 Barras	\$1,25	\$1990,00
1592 Cruch	\$1,50	\$2386,00
Total Ingresos		\$4378,00

Documento de respaldo: registro de ventas.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 27: Costos y Gastos incurridos en el desarrollo del producto.

Inversión	
Detalle	Valor total
Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto integrador semestre octubre 2020 – febrero 2021 y la producción - comercialización de Quiyak se utilizarón los fondos del capital inicial.	\$2008,18
Total egresos	\$2008,18

Documento de respaldo: Facturas, recibos, notas de venta, etc.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 28: Utilidad obtenida de la actividad económica de la empresa SAE.

Utilidad del ejercicio	
Detalle	Valor total
Ingresos Operacionales	\$4378,00
(-) Costos y gastos incurridos	\$2008,11
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$2369,89

Documento de respaldo: Registro de gastos y registro de pagos.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

Tabla 29: Cuentas por cobrar y entrega de producto a costo SAE.

Cuentas por Cobrar	
Detalle	Valor total
De los estudiantes participantes 15 de ellos no cancelaron el valor de los productos entregados.	\$354,00
Dicho rubro restará el valor de las utilidades.	
Total cuentas por cobrar	\$354,00

Documento de respaldo: Registro de estudiantes deudores.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

- **Calculo del precio de venta al público (pvp)**

Tabla 30: Determinación de P.V.P DE QUIYAK, barra energética.

PRESENTACIÓN 1 – BARRAS ENERGÉTICAS	
Materiales directos e indirectos	Valor Unitario
Barra energética	\$ 0,35
Etiqueta troquelada para el producto	\$ 0,10
Transporte de productos Quito - Loja	\$ 0,09
<i>Total de materiales directos</i>	\$ 0,54
Mano de obra directa	
Pago por etiquetado y presentación de QUIYAK a los estudiantes de las carreras participantes, tiempo de producción 5 minutos. (Nota este rubro no se cancela, por ser un proyecto de carrera, pero sin embargo se estima por ser un elemento del costo.)	\$ 0,14
<i>Total de mano de obra directa</i>	\$ 0,14
<i>Gasto de distribución (Estudiantes)</i>	\$ 0,10
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 0,78
37,6% UTILIDAD	\$ 0,47
PRECIO DE VENTA PUBLICO (P.V.P)	\$ 1,25

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 31: Determinación de P.V.P DE QUIYAK, trufas de quinua.

PRESENTACIÓN 2 – CRUNCH DE QUINUA	
Materiales directos e indirectos	Valor Unitario
Crunchs de quinua	\$ 0,70
Etiqueta troquelada para el producto	\$ 0,10
Transporte de productos Quito - Loja	\$ 0,09
<i>Total de materiales directos</i>	\$ 0,89
Mano de obra directa	
Pago por etiquetado y presentación de QUIYAK a los estudiantes de las carreras participantes, tiempo de producción 5 minutos. (Nota este rubro no se cancela, por ser un proyecto de carrera, pero sin embargo se estima por ser un elemento del costo.)	\$ 0,14
<i>Total de mano de obra directa</i>	\$ 0,14
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 1,03
<i>Gasto de distribución (Estudiantes)</i>	\$ 0,10
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 1,13
24,67% UTILIDAD	\$ 0,37
PRECIO DE VENTA PUBLICO (P.V.P)	\$ 1,50

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 32: Resumen de la Utilidad Real en efectivo

RESUMEN DE LA UTILIDAD NETA	
Detalle	Valor total
Ingresos por ventas	\$4378,00
(-) Capital Inicial devuelto a estudiantes	\$2050,00
(-) Cuentas por cobrar	\$354,00
(-) Notas de débito Transferencias Interbancarias	\$7,74
Utilidad Neta del ejercicio	\$1966,26

Documento de respaldo: Registro de ventas, estado de cuenta, listado de estudiantes deudores

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 33: Control de entradas y entregas a los estudiantes de Cruch y barras saludables QUIYAK

SAE										
TARJETAS KARDEX										
ARTICULO: CRUNCH			METODO: Promedio Ponderado							
U/MEDIDA: Unidades			CANT. MAX: 1600							
			CANT. MIN: 25							
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL	CANT.	V/UNIT	V/TOTA L.	CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL.
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				200	\$ 0,70	\$ 140,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				400	\$ 0,70	\$ 280,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				600	\$ 0,70	\$ 420,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				800	\$ 0,70	\$ 560,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				1000	\$ 0,70	\$ 700,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				1200	\$ 0,70	\$ 840,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				1400	\$ 0,70	\$ 980,00
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	200	\$ 0,70	\$ 140,00				1600	\$ 0,70	\$ 1.120,00
12/12/2020	P/r. Entrega Jhulay E. Romero Alba				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1592	\$ 0,70	\$ 1.114,40
12/12/2020	P/r. Entrega Jheison Romero Alba				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1584	\$ 0,70	\$ 1.108,80
12/12/2020	P/r. Entrega María Alejandra Castillo				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1576	\$ 0,70	\$ 1.103,20
12/12/2020	P/r. Entrega Ricardo Yangua Jumbo				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1568	\$ 0,70	\$ 1.097,60
12/12/2020	P/r. Entrega Cecilia Ramón Bravo				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1560	\$ 0,70	\$ 1.092,00
12/12/2020	P/r. Entrega Xiomara Ágreda				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1552	\$ 0,70	\$ 1.086,40
12/12/2020	P/r. Entrega Estefanía Bucheli				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1544	\$ 0,70	\$ 1.080,80
12/12/2020	P/r. Entrega Alexander Gallegos				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1536	\$ 0,70	\$ 1.075,20
12/12/2020	P/r. Entrega Paúl Gualsaqui				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1528	\$ 0,70	\$ 1.069,60
12/12/2020	P/r. Entrega Yessenia Abril				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1520	\$ 0,70	\$ 1.064,00
12/12/2020	P/r. Entrega Carolina Herrera Riofrío				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1512	\$ 0,70	\$ 1.058,40
12/12/2020	P/r. Entrega María Fernanda Blacio				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1504	\$ 0,70	\$ 1.052,80
12/12/2020	P/r. Entrega Jhuliana Espinoza Loaiza				8	\$ 0,70	\$ 5,60	1496	\$ 0,70	\$ 1.047,20

12/12/2020	P/r. Entrega Kevin Armijos Riofrío	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1488	\$ 0,70	\$ 1.041,60
12/12/2020	P/r. Entrega Estefani Álvarez Ruales	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1480	\$ 0,70	\$ 1.036,00
12/12/2020	P/r. Entrega Karla Sofía Tinoco	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1472	\$ 0,70	\$ 1.030,40
12/12/2020	P/r. Entrega Jhuliana Luzuriaga	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1464	\$ 0,70	\$ 1.024,80
12/12/2020	P/r. Entrega Blanca Camacho Izquierdo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1456	\$ 0,70	\$ 1.019,20
12/12/2020	P/r. EntregaEntrega Fernanda Castillo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1448	\$ 0,70	\$ 1.013,60
12/12/2020	P/r. Entrega Luis Velasquez Ramírez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1440	\$ 0,70	\$ 1.008,00
12/12/2020	P/r. Entrega Carolina Cajamarca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1432	\$ 0,70	\$ 1.002,40
14/12/2020	P/r. Entrega Yessenia Gordillo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1424	\$ 0,70	\$ 996,80
14/12/2020	P/r. Entrega Liria Sanmartín Ochoa	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1416	\$ 0,70	\$ 991,20
14/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Lalangui Piuri	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1408	\$ 0,70	\$ 985,60
14/12/2020	P/r. Entrega Lilo Calva	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1400	\$ 0,70	\$ 980,00
14/12/2020	P/r. Entrega Diana Japón	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1392	\$ 0,70	\$ 974,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jordy Abad	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1384	\$ 0,70	\$ 968,80
14/12/2020	P/r. Entrega Fabricio Aguirre	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1376	\$ 0,70	\$ 963,20
14/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Buri	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1368	\$ 0,70	\$ 957,60
14/12/2020	P/r. Entrega Kenie Buri	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1360	\$ 0,70	\$ 952,00
14/12/2020	P/r. Entrega Briggithe Huaca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1352	\$ 0,70	\$ 946,40
14/12/2020	P/r. Entrega Ney Jaramillo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1344	\$ 0,70	\$ 940,80
14/12/2020	P/r. Entrega Melva Lozano	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1336	\$ 0,70	\$ 935,20
14/12/2020	P/r. Entrega Cristhian Espinoza	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1328	\$ 0,70	\$ 929,60
14/12/2020	P/r. Entrega David Seraquive	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1320	\$ 0,70	\$ 924,00
14/12/2020	P/r. Entrega Leidy Paladines	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1312	\$ 0,70	\$ 918,40
14/12/2020	P/r. Entrega Juliana Muñoz	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1304	\$ 0,70	\$ 912,80
14/12/2020	P/r. Entrega Romel Mogrovejo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1296	\$ 0,70	\$ 907,20
14/12/2020	P/r. Entrega Janina Ochoa Vèlez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1288	\$ 0,70	\$ 901,60
14/12/2020	P/r. Entrega Bryan Calderón Morocho	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1280	\$ 0,70	\$ 896,00
14/12/2020	P/r. Entrega Cristina Minga	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1272	\$ 0,70	\$ 890,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jenny Maldonado Chamba	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1264	\$ 0,70	\$ 884,80
14/12/2020	P/r. Entrega Angel Mancheno	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1256	\$ 0,70	\$ 879,20

14/12/2020	P/r. Entrega Diego Labanda	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1248	\$ 0,70	\$ 873,60
14/12/2020	P/r. Entrega Carolina Torres Piuri	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1240	\$ 0,70	\$ 868,00
14/12/2020	P/r. Entrega Santiago Jarro	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1232	\$ 0,70	\$ 862,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jackeline Vásquez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1224	\$ 0,70	\$ 856,80
14/12/2020	P/r. Entrega Mayra Criollo Burgan	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1216	\$ 0,70	\$ 851,20
14/12/2020	P/r. Entrega Raquel Ankuash Tuntuan	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1208	\$ 0,70	\$ 845,60
14/12/2020	P/r. Entrega Jenner Rojas Cueva	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1200	\$ 0,70	\$ 840,00
14/12/2020	P/r. Entrega Andry Rojas Cueva	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1192	\$ 0,70	\$ 834,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jorge Ramiro Quezada	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1184	\$ 0,70	\$ 828,80
14/12/2020	P/r. Entrega Katerine Chamba	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1176	\$ 0,70	\$ 823,20
14/12/2020	P/r. Entrega Angy Jimenez Álvarez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1168	\$ 0,70	\$ 817,60
14/12/2020	P/r. Entrega Alejandro Vargas	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1160	\$ 0,70	\$ 812,00
14/12/2020	P/r. Entrega Lucía Piedra Morocho	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1152	\$ 0,70	\$ 806,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jénifer Encalada Gómez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1144	\$ 0,70	\$ 800,80
14/12/2020	P/r. Entrega Dayana Espinoza	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1136	\$ 0,70	\$ 795,20
14/12/2020	P/r. Entrega Angie Saritama Lalangui	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1128	\$ 0,70	\$ 789,60
14/12/2020	P/r. Entrega Franco Junnior Vega	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1120	\$ 0,70	\$ 784,00
14/12/2020	P/r. Entrega Mayra Yunga Lima	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1112	\$ 0,70	\$ 778,40
14/12/2020	P/r. Entrega Ledis Abigail Picado	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1104	\$ 0,70	\$ 772,80
14/12/2020	P/r. Entrega Emily Peña	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1096	\$ 0,70	\$ 767,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jonathan González	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1088	\$ 0,70	\$ 761,60
14/12/2020	P/r. Entrega Ximena Reinoso Torres	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1080	\$ 0,70	\$ 756,00
14/12/2020	P/r. Entrega Kimberli Gordillo Pineda	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1072	\$ 0,70	\$ 750,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jenny Jiménez Cueca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1064	\$ 0,70	\$ 744,80
14/12/2020	P/r. Entrega Jorge Bravo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1056	\$ 0,70	\$ 739,20
14/12/2020	P/r. Entrega Yessenia Vega Quezada	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1048	\$ 0,70	\$ 733,60
14/12/2020	P/r. Entrega Joselyn Castro	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1040	\$ 0,70	\$ 728,00
14/12/2020	P/r. Entrega Jeanina Álvarez Moscoso	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1032	\$ 0,70	\$ 722,40
14/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Nicol Granda Vera	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1024	\$ 0,70	\$ 716,80
14/12/2020	P/r. Entrega Ana Suquilanda Elizalde	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1016	\$ 0,70	\$ 711,20

14/12/2020	P/r. Entrega Mayra Herrera Ordoñez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1008	\$ 0,70	\$ 705,60
14/12/2020	P/r. Entrega Alvaro Ramires Orosco	8	\$ 0,70	\$ 5,60	1000	\$ 0,70	\$ 700,00
14/12/2020	P/r. Entrega Daniel Gonzales	8	\$ 0,70	\$ 5,60	992	\$ 0,70	\$ 694,40
14/12/2020	P/r. Entrega Pablo Fajardo Jimenez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	984	\$ 0,70	\$ 688,80
14/12/2020	P/r. Entrega Adriana Masaco	8	\$ 0,70	\$ 5,60	976	\$ 0,70	\$ 683,20
14/12/2020	P/r. Entrega Mireya Jimenez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	968	\$ 0,70	\$ 677,60
14/12/2020	P/r. Entrega Jasmin del Carmen Mora	8	\$ 0,70	\$ 5,60	960	\$ 0,70	\$ 672,00
14/12/2020	P/r. Entrega Claudia Valarezo Carrión	8	\$ 0,70	\$ 5,60	952	\$ 0,70	\$ 666,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jaime Obaco	8	\$ 0,70	\$ 5,60	944	\$ 0,70	\$ 660,80
14/12/2020	P/r. Entrega Yeny Marible Jimenez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	936	\$ 0,70	\$ 655,20
14/12/2020	P/r. Entrega Viviana Ordoñez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	928	\$ 0,70	\$ 649,60
15/12/2020	P/r. Entrega Elsa Lorena Antún	8	\$ 0,70	\$ 5,60	920	\$ 0,70	\$ 644,00
15/12/2020	P/r. Entrega Verónica Sarango	8	\$ 0,70	\$ 5,60	912	\$ 0,70	\$ 638,40
15/12/2020	P/r. Entrega Estefany Baculia	8	\$ 0,70	\$ 5,60	904	\$ 0,70	\$ 632,80
15/12/2020	P/r. Entrega Patricia Macas	8	\$ 0,70	\$ 5,60	896	\$ 0,70	\$ 627,20
15/12/2020	P/r. Entrega Pamela Domínguez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	888	\$ 0,70	\$ 621,60
15/12/2020	P/r. Entrega Mayra Ullaguari Loja	8	\$ 0,70	\$ 5,60	880	\$ 0,70	\$ 616,00
15/12/2020	P/r. Entrega Rosita Marisol Armijos	8	\$ 0,70	\$ 5,60	872	\$ 0,70	\$ 610,40
15/12/2020	P/r. Entrega Angélica Fernández	8	\$ 0,70	\$ 5,60	864	\$ 0,70	\$ 604,80
15/12/2020	P/r. Entrega Marisol Ríos Lozano	8	\$ 0,70	\$ 5,60	856	\$ 0,70	\$ 599,20
15/12/2020	P/r. Entrega Nelly del Cisne Carrera	8	\$ 0,70	\$ 5,60	848	\$ 0,70	\$ 593,60
15/12/2020	P/r. Entrega Tábata Cornejo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	840	\$ 0,70	\$ 588,00
15/12/2020	P/r. Entrega María Daniela Prieto	8	\$ 0,70	\$ 5,60	832	\$ 0,70	\$ 582,40
15/12/2020	P/r. Entrega Carlos Alberto Ordoñez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	824	\$ 0,70	\$ 576,80
15/12/2020	P/r. Entrega Daniel Serrano Galindo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	816	\$ 0,70	\$ 571,20
15/12/2020	P/r. Entrega Jorgue Luis Cacay Roman	8	\$ 0,70	\$ 5,60	808	\$ 0,70	\$ 565,60
15/12/2020	P/r. Entrega Cristhian Capelo Pontón	8	\$ 0,70	\$ 5,60	800	\$ 0,70	\$ 560,00
15/12/2020	P/r. Entrega Tatiana Castillo Pinto	8	\$ 0,70	\$ 5,60	792	\$ 0,70	\$ 554,40
15/12/2020	P/r. Entrega Jackeline Chinchay	8	\$ 0,70	\$ 5,60	784	\$ 0,70	\$ 548,80
15/12/2020	P/r. Entrega Jasmin Elizabeth Cruz	8	\$ 0,70	\$ 5,60	776	\$ 0,70	\$ 543,20

15/12/2020	P/r. Entrega Cristhian Paúl Díaz	8	\$ 0,70	\$ 5,60	768	\$ 0,70	\$ 537,60
15/12/2020	P/r. Entrega Marixa Katherine Fajardo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	760	\$ 0,70	\$ 532,00
15/12/2020	P/r. Entrega Johny Fernández	8	\$ 0,70	\$ 5,60	752	\$ 0,70	\$ 526,40
15/12/2020	P/r. Entrega Karina Lilibeth Jaya	8	\$ 0,70	\$ 5,60	744	\$ 0,70	\$ 520,80
15/12/2020	P/r. Entrega Victor Larrectengui	8	\$ 0,70	\$ 5,60	736	\$ 0,70	\$ 515,20
15/12/2020	P/r. Entrega Paula Rios	8	\$ 0,70	\$ 5,60	728	\$ 0,70	\$ 509,60
15/12/2020	P/r. Entrega Johanna Maldonado	8	\$ 0,70	\$ 5,60	720	\$ 0,70	\$ 504,00
15/12/2020	P/r. Entrega Edison Jaramillo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	712	\$ 0,70	\$ 498,40
15/12/2020	P/r. Entrega Johana Montero	8	\$ 0,70	\$ 5,60	704	\$ 0,70	\$ 492,80
15/12/2020	P/r. Entrega Prisila Correa Rojas	8	\$ 0,70	\$ 5,60	696	\$ 0,70	\$ 487,20
15/12/2020	P/r. Entrega Joel Ochoa Ramon	8	\$ 0,70	\$ 5,60	688	\$ 0,70	\$ 481,60
15/12/2020	P/r. Entrega Luis Ordoñez Rojas	8	\$ 0,70	\$ 5,60	680	\$ 0,70	\$ 476,00
15/12/2020	P/r. Entrega Denisse Mora Vargas	8	\$ 0,70	\$ 5,60	672	\$ 0,70	\$ 470,40
15/12/2020	P/r. Entrega Mario David Jaramillo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	664	\$ 0,70	\$ 464,80
15/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Nahomy Villalta	8	\$ 0,70	\$ 5,60	656	\$ 0,70	\$ 459,20
15/12/2020	P/r. Entrega Nancy Morocho	8	\$ 0,70	\$ 5,60	648	\$ 0,70	\$ 453,60
15/12/2020	P/r. Entrega Ñusta Zhingre	8	\$ 0,70	\$ 5,60	640	\$ 0,70	\$ 448,00
15/12/2020	P/r. Entrega Domenica Vazquez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	632	\$ 0,70	\$ 442,40
15/12/2020	P/r. Entrega Carlos Carrión	8	\$ 0,70	\$ 5,60	624	\$ 0,70	\$ 436,80
15/12/2020	P/r. Entrega Diana Medina	8	\$ 0,70	\$ 5,60	616	\$ 0,70	\$ 431,20
15/12/2020	P/r. Entrega Marjorie Espinoza	8	\$ 0,70	\$ 5,60	608	\$ 0,70	\$ 425,60
15/12/2020	P/r. Entrega Karla Silva Lalangui	8	\$ 0,70	\$ 5,60	600	\$ 0,70	\$ 420,00
15/12/2020	P/r. Entrega Jorge Danilo Uchuari	8	\$ 0,70	\$ 5,60	592	\$ 0,70	\$ 414,40
15/12/2020	P/r. Entrega Diego Carpio	8	\$ 0,70	\$ 5,60	584	\$ 0,70	\$ 408,80
15/12/2020	P/r. Entrega Fernando Molino	8	\$ 0,70	\$ 5,60	576	\$ 0,70	\$ 403,20
15/12/2020	P/r. Entrega Gina Ochoa	8	\$ 0,70	\$ 5,60	568	\$ 0,70	\$ 397,60
15/12/2020	P/r. Entrega Daniela Bravo Valarezo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	560	\$ 0,70	\$ 392,00
15/12/2020	P/r. Entrega Sandy Leon Guevara	8	\$ 0,70	\$ 5,60	552	\$ 0,70	\$ 386,40
15/12/2020	P/r. Entrega Jorge Hurtado	8	\$ 0,70	\$ 5,60	544	\$ 0,70	\$ 380,80
15/12/2020	P/r. Entrega Gaona Gonzales Deivy	8	\$ 0,70	\$ 5,60	536	\$ 0,70	\$ 375,20

15/12/2020	P/r. Entrega Vanessa Feijoo Feijoo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	528	\$ 0,70	\$ 369,60
15/12/2020	P/r. Entrega Gabriela Pacheco	8	\$ 0,70	\$ 5,60	520	\$ 0,70	\$ 364,00
15/12/2020	P/r. Entrega Adriana Maza Armijos	8	\$ 0,70	\$ 5,60	512	\$ 0,70	\$ 358,40
15/12/2020	P/r. Entrega Jordy Vega	8	\$ 0,70	\$ 5,60	504	\$ 0,70	\$ 352,80
15/12/2020	P/r. Entrega Dennis Imaicela Toledo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	496	\$ 0,70	\$ 347,20
15/12/2020	P/r. Entrega Miguel Macas Ronaldo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	488	\$ 0,70	\$ 341,60
15/12/2020	P/r. Entrega Monserrath Yessica	8	\$ 0,70	\$ 5,60	480	\$ 0,70	\$ 336,00
15/12/2020	P/r. Entrega Fenanda Iñiguez Macas	8	\$ 0,70	\$ 5,60	472	\$ 0,70	\$ 330,40
15/12/2020	P/r. Entrega Lourdes Valarezo Aguirre	8	\$ 0,70	\$ 5,60	464	\$ 0,70	\$ 324,80
15/12/2020	P/r. Entrega Andrea Fernanda Vera	8	\$ 0,70	\$ 5,60	456	\$ 0,70	\$ 319,20
15/12/2020	P/r. Entrega Karla Carrion	8	\$ 0,70	\$ 5,60	448	\$ 0,70	\$ 313,60
15/12/2020	P/r. Entrega María José Castro	8	\$ 0,70	\$ 5,60	440	\$ 0,70	\$ 308,00
15/12/2020	P/r. Entrega Paola Herrera	8	\$ 0,70	\$ 5,60	432	\$ 0,70	\$ 302,40
15/12/2020	P/r. Entrega Rosa Isela Masa	8	\$ 0,70	\$ 5,60	424	\$ 0,70	\$ 296,80
15/12/2020	P/r. Entrega Gabriela Velez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	416	\$ 0,70	\$ 291,20
15/12/2020	P/r. Entrega Rosa Cueva	8	\$ 0,70	\$ 5,60	408	\$ 0,70	\$ 285,60
15/12/2020	P/r. Entrega Maria Fernanda Torres	8	\$ 0,70	\$ 5,60	400	\$ 0,70	\$ 280,00
15/12/2020	P/r. Entrega Maria Gabriela Garcia	8	\$ 0,70	\$ 5,60	392	\$ 0,70	\$ 274,40
15/12/2020	P/r. Entrega Jorge Luis Armijos	8	\$ 0,70	\$ 5,60	384	\$ 0,70	\$ 268,80
15/12/2020	P/r. Entrega Brayan Luis Sayay Torres	8	\$ 0,70	\$ 5,60	376	\$ 0,70	\$ 263,20
15/12/2020	P/r. Entrega Bryan Barrazueta	8	\$ 0,70	\$ 5,60	368	\$ 0,70	\$ 257,60
15/12/2020	P/r. Entrega Angeles Cajamarca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	360	\$ 0,70	\$ 252,00
15/12/2020	P/r. Entrega Michelle Tapia Espinoza	8	\$ 0,70	\$ 5,60	352	\$ 0,70	\$ 246,40
15/12/2020	P/r. Entrega Alison Scarleth Freire	8	\$ 0,70	\$ 5,60	344	\$ 0,70	\$ 240,80
15/12/2020	P/r. Entrega Gabriela Abad Celi	8	\$ 0,70	\$ 5,60	336	\$ 0,70	\$ 235,20
15/12/2020	P/r. Entrega Karen Paola Maita	8	\$ 0,70	\$ 5,60	328	\$ 0,70	\$ 229,60
15/12/2020	P/r. Entrega Yanelly Amalía Celi Díaz	8	\$ 0,70	\$ 5,60	320	\$ 0,70	\$ 224,00
15/12/2020	P/r. Entrega Lariza Viviana Salazar	8	\$ 0,70	\$ 5,60	312	\$ 0,70	\$ 218,40
15/12/2020	P/r. Entrega Galo Enrique Carrión Ruíz	8	\$ 0,70	\$ 5,60	304	\$ 0,70	\$ 212,80
15/12/2020	P/r. Entrega Cesar Rafael Cabrera	8	\$ 0,70	\$ 5,60	296	\$ 0,70	\$ 207,20

15/12/2020	P/r. Entrega Daniela Montesinos	8	\$ 0,70	\$ 5,60	288	\$ 0,70	\$ 201,60
15/12/2020	P/r. Entrega Pricila Maribel Neira Ruiz	8	\$ 0,70	\$ 5,60	280	\$ 0,70	\$ 196,00
15/12/2020	P/r. Entrega Diana Gómez Apolo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	272	\$ 0,70	\$ 190,40
15/12/2020	P/r. Entrega Julio Bladimir Cabrera	8	\$ 0,70	\$ 5,60	264	\$ 0,70	\$ 184,80
16/12/2020	P/r. Entrega Mariuxi Vaca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	256	\$ 0,70	\$ 179,20
16/12/2020	P/r. Entrega Marcelo Gonzalez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	248	\$ 0,70	\$ 173,60
16/12/2020	P/r. Entrega Maritza Angamarca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	240	\$ 0,70	\$ 168,00
16/12/2020	P/r. Entrega Geovanny Montaña	8	\$ 0,70	\$ 5,60	232	\$ 0,70	\$ 162,40
16/12/2020	P/r. Entrega Geraldine Mireya Marca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	224	\$ 0,70	\$ 156,80
16/12/2020	P/r. Entrega María Cruz Chacha	8	\$ 0,70	\$ 5,60	216	\$ 0,70	\$ 151,20
16/12/2020	P/r. Entrega Bryan Salinas Alvarado	8	\$ 0,70	\$ 5,60	208	\$ 0,70	\$ 145,60
16/12/2020	P/r. Entrega Veronica Dayana Rosillo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	200	\$ 0,70	\$ 140,00
16/12/2020	P/r. Entrega Julio Mena Torre	8	\$ 0,70	\$ 5,60	192	\$ 0,70	\$ 134,40
16/12/2020	P/r. Entrega Alejandra Castro Moral	8	\$ 0,70	\$ 5,60	184	\$ 0,70	\$ 128,80
16/12/2020	P/r. Entrega Diego Gonzalez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	176	\$ 0,70	\$ 123,20
16/12/2020	P/r. Entrega Karelys Pamela Patiño	8	\$ 0,70	\$ 5,60	168	\$ 0,70	\$ 117,60
17/12/2020	P/r. Entrega Vanessa Poma Cuenca	8	\$ 0,70	\$ 5,60	160	\$ 0,70	\$ 112,00
17/12/2020	P/r. Lunch para estudiantes de 5to	8	\$ 0,70	\$ 5,60	152	\$ 0,70	\$ 106,40
23/12/2020	P/r. Entrega Jhon Jairo Encalada	8	\$ 0,70	\$ 5,60	144	\$ 0,70	\$ 100,80
23/12/2020	P/r. Entrega Satalin Reyes	8	\$ 0,70	\$ 5,60	136	\$ 0,70	\$ 95,20
23/12/2020	P/r. Entrega Israel Naranjo	8	\$ 0,70	\$ 5,60	128	\$ 0,70	\$ 89,60
23/12/2020	P/r. Entrega Jimmy Samaniego	8	\$ 0,70	\$ 5,60	120	\$ 0,70	\$ 84,00
23/12/2020	P/r. Entrega Marjorie Alvarado	8	\$ 0,70	\$ 5,60	112	\$ 0,70	\$ 78,40
23/12/2020	P/r. Entrega Ximena Guayanay	8	\$ 0,70	\$ 5,60	104	\$ 0,70	\$ 72,80
6/1/2021	P/r. Entrega Karla Carrión	16	\$ 0,70	\$ 11,20	88	\$ 0,70	\$ 61,60
6/1/2021	P/r. Entrega Yensy Torres	16	\$ 0,70	\$ 11,20	72	\$ 0,70	\$ 50,40
6/1/2021	P/r. Entrega Xavier Rodriguez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	64	\$ 0,70	\$ 44,80
6/1/2021	P/r. Entrega Lisseth Ortega	8	\$ 0,70	\$ 5,60	56	\$ 0,70	\$ 39,20
13/1/2020	P/r. Entrega Karol Maita	8	\$ 0,70	\$ 5,60	48	\$ 0,70	\$ 33,60
13/1/2020	P/r. Entrega Anderson Campoverde	8	\$ 0,70	\$ 5,60	40	\$ 0,70	\$ 28,00

13/1/2020	P/r. Entrega Alexander Luzuriga	16	\$ 0,70	\$ 11,20	24	\$ 0,70	\$ 16,80
13/1/2020	P/r. Entrega Pacheco María Cristina	8	\$ 0,70	\$ 5,60	16	\$ 0,70	\$ 11,20
13/1/2020	P/r. Entrega Jhodilsa Jimenez	8	\$ 0,70	\$ 5,60	8	0,70	\$ 5,60
13/1/2020	P/r. Jonson Gualán	8	\$ 0,70	\$ 5,60	0	#DIV/0!	\$ -0,00
TOTAL		1600		1600			

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 34: Control de entradas y entregas a los estudiantes de Cruch y barras saludables QUIYAK #2

EMPRESA											
TARJETAS KARDEX											
ARTICULO: BARRA		CANT. MAX: 3000		U/MEDIDA: Unidades		CANT. MIN: 25		METODO: Promedio Ponderado			
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL	CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL.	CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL.	
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	359	\$ 0,35	\$ 125,65				359	\$ 0,35	\$ 125,65	
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	274	\$ 0,35	\$ 95,90				633	\$ 0,35	\$ 221,55	
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	107	\$ 0,35	\$ 37,45				740	\$ 0,35	\$ 259,00	
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	370	\$ 0,35	\$ 129,50				1110	\$ 0,35	\$ 388,50	
2/12/2020	P/r. Ingreso s/guía de remisión #7816	490	\$ 0,35	\$ 171,50				1600	\$ 0,35	\$ 560,00	
12/12/2020	P/r. Entrega Jhulay E. Romero Alba				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1592	\$ 0,35	\$ 557,20	
12/12/2020	P/r. Entrega Jheison Romero Alba				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1584	\$ 0,35	\$ 554,40	
12/12/2020	P/r. Entrega María Alejandra Castillo				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1576	\$ 0,35	\$ 551,60	
12/12/2020	P/r. Entrega Ricardo Yangua Jumbo				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1568	\$ 0,35	\$ 548,80	
12/12/2020	P/r. Entrega Cecilia Ramón Bravo				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1560	\$ 0,35	\$ 546,00	
12/12/2020	P/r. Entrega Xiomara Ágreda				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1552	\$ 0,35	\$ 543,20	
12/12/2020	P/r. Entrega Estefanía Bucheli				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1544	\$ 0,35	\$ 540,40	
12/12/2020	P/r. Entrega Alexander Gallegos				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1536	\$ 0,35	\$ 537,60	
12/12/2020	P/r. Entrega Paúl Gualsaqui				8	\$ 0,35	\$ 2,80	1528	\$ 0,35	\$ 534,80	

12/12/2020	P/r. Entrega Yessenia Abril	8	\$	0,35	\$	2,80	1520	\$	0,35	\$	532,00
12/12/2020	P/r. Entrega Carolina Herrera Riofrío	8	\$	0,35	\$	2,80	1512	\$	0,35	\$	529,20
12/12/2020	P/r. Entrega María Fernanda Blacio	8	\$	0,35	\$	2,80	1504	\$	0,35	\$	526,40
12/12/2020	P/r. Entrega Jhuliana Espinoza	8	\$	0,35	\$	2,80	1496	\$	0,35	\$	523,60
12/12/2020	P/r. Entrega Kevin Armijos Riofrío	8	\$	0,35	\$	2,80	1488	\$	0,35	\$	520,80
12/12/2020	P/r. Entrega Estefani Álvarez Ruales	8	\$	0,35	\$	2,80	1480	\$	0,35	\$	518,00
12/12/2020	P/r. Entrega Karla Sofía Tinoco	8	\$	0,35	\$	2,80	1472	\$	0,35	\$	515,20
12/12/2020	P/r. Entrega Jhuliana Luzuriaga	8	\$	0,35	\$	2,80	1464	\$	0,35	\$	512,40
12/12/2020	P/r. Entrega Blanca Camacho	8	\$	0,35	\$	2,80	1456	\$	0,35	\$	509,60
12/12/2020	P/r. Entrega Nicolle Fernanda Castillo	8	\$	0,35	\$	2,80	1448	\$	0,35	\$	506,80
12/12/2020	P/r. Entrega Luis Velasquez	8	\$	0,35	\$	2,80	1440	\$	0,35	\$	504,00
12/12/2020	P/r. Entrega Carolina Cajamarca	8	\$	0,35	\$	2,80	1432	\$	0,35	\$	501,20
14/12/2020	P/r. Entrega Yessenia Gordillo	8	\$	0,35	\$	2,80	1424	\$	0,35	\$	498,40
14/12/2020	P/r. Entrega Liria Sanmartín Ochoa	8	\$	0,35	\$	2,80	1416	\$	0,35	\$	495,60
14/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Lalangui Piuri	8	\$	0,35	\$	2,80	1408	\$	0,35	\$	492,80
14/12/2020	P/r. Entrega Lilo Calva	8	\$	0,35	\$	2,80	1400	\$	0,35	\$	490,00
14/12/2020	P/r. Entrega Diana Japón	8	\$	0,35	\$	2,80	1392	\$	0,35	\$	487,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jordy Abad	8	\$	0,35	\$	2,80	1384	\$	0,35	\$	484,40
14/12/2020	P/r. Entrega Fabricio Aguirre	8	\$	0,35	\$	2,80	1376	\$	0,35	\$	481,60
14/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Buri	8	\$	0,35	\$	2,80	1368	\$	0,35	\$	478,80
14/12/2020	P/r. Entrega Kenie Buri	8	\$	0,35	\$	2,80	1360	\$	0,35	\$	476,00
14/12/2020	P/r. Entrega Briggithe Huaca	8	\$	0,35	\$	2,80	1352	\$	0,35	\$	473,20
14/12/2020	P/r. Entrega Ney Jaramillo	8	\$	0,35	\$	2,80	1344	\$	0,35	\$	470,40
14/12/2020	P/r. Entrega Melva Lozano	8	\$	0,35	\$	2,80	1336	\$	0,35	\$	467,60
14/12/2020	P/r. Entrega Cristhian Espinoza	8	\$	0,35	\$	2,80	1328	\$	0,35	\$	464,80
14/12/2020	P/r. Entrega David Seraquive	8	\$	0,35	\$	2,80	1320	\$	0,35	\$	462,00
14/12/2020	P/r. Entrega Leidy Paladines	8	\$	0,35	\$	2,80	1312	\$	0,35	\$	459,20

14/12/2020	P/r. Entrega Juliana Muñoz	8	\$	0,35	\$	2,80	1304	\$	0,35	\$	456,40
14/12/2020	P/r. Entrega Romel Mogrovejo	8	\$	0,35	\$	2,80	1296	\$	0,35	\$	453,60
14/12/2020	P/r. Entrega Janina Ochoa Vèlez	8	\$	0,35	\$	2,80	1288	\$	0,35	\$	450,80
14/12/2020	P/r. Entrega Bryan Calderón	8	\$	0,35	\$	2,80	1280	\$	0,35	\$	448,00
14/12/2020	P/r. Entrega Cristina Mínga	8	\$	0,35	\$	2,80	1272	\$	0,35	\$	445,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jenny Maldonado	8	\$	0,35	\$	2,80	1264	\$	0,35	\$	442,40
14/12/2020	P/r. Entrega Angel Mancheno	8	\$	0,35	\$	2,80	1256	\$	0,35	\$	439,60
14/12/2020	P/r. Entrega Diego Labanda	8	\$	0,35	\$	2,80	1248	\$	0,35	\$	436,80
14/12/2020	P/r. Entrega Carolina Mishel Torres	8	\$	0,35	\$	2,80	1240	\$	0,35	\$	434,00
14/12/2020	P/r. Entrega Santiago Jarro	8	\$	0,35	\$	2,80	1232	\$	0,35	\$	431,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jackeline Vásquez	8	\$	0,35	\$	2,80	1224	\$	0,35	\$	428,40
14/12/2020	P/r. Entrega Mayra Criollo Burgan	8	\$	0,35	\$	2,80	1216	\$	0,35	\$	425,60
14/12/2020	P/r. Entrega Raquel Ankuash	8	\$	0,35	\$	2,80	1208	\$	0,35	\$	422,80
14/12/2020	P/r. Entrega Jenner Michael Rojas	8	\$	0,35	\$	2,80	1200	\$	0,35	\$	420,00
14/12/2020	P/r. Entrega Andry Mauricio Rojas	8	\$	0,35	\$	2,80	1192	\$	0,35	\$	417,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jorge Ramiro Quezada	8	\$	0,35	\$	2,80	1184	\$	0,35	\$	414,40
14/12/2020	P/r. Entrega Katerine del Cisne	8	\$	0,35	\$	2,80	1176	\$	0,35	\$	411,60
14/12/2020	P/r. Entrega Angy Zolay Jimenez	8	\$	0,35	\$	2,80	1168	\$	0,35	\$	408,80
14/12/2020	P/r. Entrega Alejandro Vargas	8	\$	0,35	\$	2,80	1160	\$	0,35	\$	406,00
14/12/2020	P/r. Entrega Lucía Yadira Piedra	8	\$	0,35	\$	2,80	1152	\$	0,35	\$	403,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jénifer Stefanía Encalada	8	\$	0,35	\$	2,80	1144	\$	0,35	\$	400,40
14/12/2020	P/r. Entrega Dayana Espinoza	8	\$	0,35	\$	2,80	1136	\$	0,35	\$	397,60
14/12/2020	P/r. Entrega Angie Saritama Lalanguí	8	\$	0,35	\$	2,80	1128	\$	0,35	\$	394,80
14/12/2020	P/r. Entrega Franco Junnior Vega	8	\$	0,35	\$	2,80	1120	\$	0,35	\$	392,00
14/12/2020	P/r. Entrega Mayra Liliana Yunga	8	\$	0,35	\$	2,80	1112	\$	0,35	\$	389,20
14/12/2020	P/r. Entrega Ledis Abigail Picado	8	\$	0,35	\$	2,80	1104	\$	0,35	\$	386,40
14/12/2020	P/r. Entrega Emily Peña	8	\$	0,35	\$	2,80	1096	\$	0,35	\$	383,60

14/12/2020	P/r. Entrega Jonathan González	8	\$	0,35	\$	2,80	1088	\$	0,35	\$	380,80
14/12/2020	P/r. Entrega Ximena Alexandra	8	\$	0,35	\$	2,80	1080	\$	0,35	\$	378,00
14/12/2020	P/r. Entrega Kimberli Thalia Gordillo	8	\$	0,35	\$	2,80	1072	\$	0,35	\$	375,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jenny del Cisne Jiménez	8	\$	0,35	\$	2,80	1064	\$	0,35	\$	372,40
14/12/2020	P/r. Entrega Jorge Bravo	8	\$	0,35	\$	2,80	1056	\$	0,35	\$	369,60
14/12/2020	P/r. Entrega Yessenia Viviana Vega	8	\$	0,35	\$	2,80	1048	\$	0,35	\$	366,80
14/12/2020	P/r. Entrega Joselyn Castro	8	\$	0,35	\$	2,80	1040	\$	0,35	\$	364,00
14/12/2020	P/r. Entrega Jeanina Germania	8	\$	0,35	\$	2,80	1032	\$	0,35	\$	361,20
14/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Nicol Granda	8	\$	0,35	\$	2,80	1024	\$	0,35	\$	358,40
14/12/2020	P/r. Entrega Ana Paula Suquilanda	8	\$	0,35	\$	2,80	1016	\$	0,35	\$	355,60
14/12/2020	P/r. Entrega Mayra Jessenia Herrera	8	\$	0,35	\$	2,80	1008	\$	0,35	\$	352,80
14/12/2020	P/r. Entrega Alvaro Ramires Orosco	8	\$	0,35	\$	2,80	1000	\$	0,35	\$	350,00
14/12/2020	P/r. Entrega Daniel Gonzales	8	\$	0,35	\$	2,80	992	\$	0,35	\$	347,20
14/12/2020	P/r. Entrega Pablo Fajardo Jimenez	8	\$	0,35	\$	2,80	984	\$	0,35	\$	344,40
14/12/2020	P/r. Entrega Adriana Masaco	8	\$	0,35	\$	2,80	976	\$	0,35	\$	341,60
14/12/2020	P/r. Entrega Mireya Jimenez	8	\$	0,35	\$	2,80	968	\$	0,35	\$	338,80
14/12/2020	P/r. Entrega Jasmin del Carmen Mora	8	\$	0,35	\$	2,80	960	\$	0,35	\$	336,00
14/12/2020	P/r. Entrega Claudia Valarezo	8	\$	0,35	\$	2,80	952	\$	0,35	\$	333,20
14/12/2020	P/r. Entrega Jaime Obaco	8	\$	0,35	\$	2,80	944	\$	0,35	\$	330,40
14/12/2020	P/r. Entrega Yeny Marible Jimenez	8	\$	0,35	\$	2,80	936	\$	0,35	\$	327,60
14/12/2020	P/r. Entrega Viviana Ordoñez	8	\$	0,35	\$	2,80	928	\$	0,35	\$	324,80
15/12/2020	P/r. Entrega Elsa Lorena Antún	8	\$	0,35	\$	2,80	920	\$	0,35	\$	322,00
15/12/2020	P/r. Entrega Verónica Elizabeth	8	\$	0,35	\$	2,80	912	\$	0,35	\$	319,20
15/12/2020	P/r. Entrega Estefany Baculia	8	\$	0,35	\$	2,80	904	\$	0,35	\$	316,40
15/12/2020	P/r. Entrega Patricia Macas	8	\$	0,35	\$	2,80	896	\$	0,35	\$	313,60
15/12/2020	P/r. Entrega Pamela Domínguez	8	\$	0,35	\$	2,80	888	\$	0,35	\$	310,80
15/12/2020	P/r. Entrega Mayra Ullaguari Loja	8	\$	0,35	\$	2,80	880	\$	0,35	\$	308,00

15/12/2020	P/r. Entrega Rosita Marisol Armijos	8	\$	0,35	\$	2,80	872	\$	0,35	\$	305,20
15/12/2020	P/r. Entrega Daniela Fernández	8	\$	0,35	\$	2,80	864	\$	0,35	\$	302,40
15/12/2020	P/r. Entrega Marisol Ríos Lozano	8	\$	0,35	\$	2,80	856	\$	0,35	\$	299,60
15/12/2020	P/r. Entrega Nelly del Cisne Carrera	8	\$	0,35	\$	2,80	848	\$	0,35	\$	296,80
15/12/2020	P/r. Entrega Tábata Cornejo	8	\$	0,35	\$	2,80	840	\$	0,35	\$	294,00
15/12/2020	P/r. Entrega María Prieto Merino	8	\$	0,35	\$	2,80	832	\$	0,35	\$	291,20
15/12/2020	P/r. Entrega Carlos Alberto Ordoñez	8	\$	0,35	\$	2,80	824	\$	0,35	\$	288,40
15/12/2020	P/r. Entrega Daniel Serrano Galindo	8	\$	0,35	\$	2,80	816	\$	0,35	\$	285,60
15/12/2020	P/r. Entrega Jorgue Cacay Roman	8	\$	0,35	\$	2,80	808	\$	0,35	\$	282,80
15/12/2020	P/r. Entrega Cristhian Capelo Pontón	8	\$	0,35	\$	2,80	800	\$	0,35	\$	280,00
15/12/2020	P/r. Entrega Tatiana Castillo Pinto	8	\$	0,35	\$	2,80	792	\$	0,35	\$	277,20
15/12/2020	P/r. Entrega Jackeline Chinchay	8	\$	0,35	\$	2,80	784	\$	0,35	\$	274,40
15/12/2020	P/r. Entrega Jasmin Elizabeth Cruz	8	\$	0,35	\$	2,80	776	\$	0,35	\$	271,60
15/12/2020	P/r. Entrega Cristhian Paúl Díaz	8	\$	0,35	\$	2,80	768	\$	0,35	\$	268,80
15/12/2020	P/r. Entrega Marixa Katherine	8	\$	0,35	\$	2,80	760	\$	0,35	\$	266,00
15/12/2020	P/r. Entrega Johny Fernández	8	\$	0,35	\$	2,80	752	\$	0,35	\$	263,20
15/12/2020	P/r. Entrega Karina Lilibeth Jaya	8	\$	0,35	\$	2,80	744	\$	0,35	\$	260,40
15/12/2020	P/r. Entrega Victor Larrectengui	8	\$	0,35	\$	2,80	736	\$	0,35	\$	257,60
15/12/2020	P/r. Entrega Paula Rios	8	\$	0,35	\$	2,80	728	\$	0,35	\$	254,80
15/12/2020	P/r. Entrega Johanna Maldonado	8	\$	0,35	\$	2,80	720	\$	0,35	\$	252,00
15/12/2020	P/r. Entrega Edison Jaramillo	8	\$	0,35	\$	2,80	712	\$	0,35	\$	249,20
15/12/2020	P/r. Entrega Johana Montero	8	\$	0,35	\$	2,80	704	\$	0,35	\$	246,40
15/12/2020	P/r. Entrega Prisila Correa Rojas	8	\$	0,35	\$	2,80	696	\$	0,35	\$	243,60
15/12/2020	P/r. Entrega Joel Ochoa Ramon	8	\$	0,35	\$	2,80	688	\$	0,35	\$	240,80
15/12/2020	P/r. Entrega Luis Ordoñez Rojas	8	\$	0,35	\$	2,80	680	\$	0,35	\$	238,00
15/12/2020	P/r. Entrega Denisse Mora Vargas	8	\$	0,35	\$	2,80	672	\$	0,35	\$	235,20
15/12/2020	P/r. Entrega Mario David Jaramillo	8	\$	0,35	\$	2,80	664	\$	0,35	\$	232,40

15/12/2020	P/r. Entrega Evelyn Nahomy Villalta	8	\$	0,35	\$	2,80	656	\$	0,35	\$	229,60
15/12/2020	P/r. Entrega Nancy Morocho	8	\$	0,35	\$	2,80	648	\$	0,35	\$	226,80
15/12/2020	P/r. Entrega Ñusta Zhingre	8	\$	0,35	\$	2,80	640	\$	0,35	\$	224,00
15/12/2020	P/r. Entrega Domenica Vazquez	8	\$	0,35	\$	2,80	632	\$	0,35	\$	221,20
15/12/2020	P/r. Entrega Carlos Carrión	8	\$	0,35	\$	2,80	624	\$	0,35	\$	218,40
15/12/2020	P/r. Entrega Diana Medina	8	\$	0,35	\$	2,80	616	\$	0,35	\$	215,60
15/12/2020	P/r. Entrega Marjorie Espinoza	8	\$	0,35	\$	2,80	608	\$	0,35	\$	212,80
15/12/2020	P/r. Entrega Karla Silva Lalangui	8	\$	0,35	\$	2,80	600	\$	0,35	\$	210,00
15/12/2020	P/r. Entrega Jorge Danilo Uchuari	8	\$	0,35	\$	2,80	592	\$	0,35	\$	207,20
15/12/2020	P/r. Entrega Diego Carpio	8	\$	0,35	\$	2,80	584	\$	0,35	\$	204,40
15/12/2020	P/r. Entrega Fernando Molino	8	\$	0,35	\$	2,80	576	\$	0,35	\$	201,60
15/12/2020	P/r. Entrega Gina Ochoa	8	\$	0,35	\$	2,80	568	\$	0,35	\$	198,80
15/12/2020	P/r. Entrega Daniela Bravo Valarezo	8	\$	0,35	\$	2,80	560	\$	0,35	\$	196,00
15/12/2020	P/r. Entrega Sandy Leon Guevara	8	\$	0,35	\$	2,80	552	\$	0,35	\$	193,20
15/12/2020	P/r. Entrega Jorge Hurtado	8	\$	0,35	\$	2,80	544	\$	0,35	\$	190,40
15/12/2020	P/r. Entrega Gaona Gonzales Deivy	8	\$	0,35	\$	2,80	536	\$	0,35	\$	187,60
15/12/2020	P/r. Entrega Vanessa Feijoo Feijoo	8	\$	0,35	\$	2,80	528	\$	0,35	\$	184,80
15/12/2020	P/r. Entrega Gabriela Pacheco	8	\$	0,35	\$	2,80	520	\$	0,35	\$	182,00
15/12/2020	P/r. Entrega Adriana Maza Armijos	8	\$	0,35	\$	2,80	512	\$	0,35	\$	179,20
15/12/2020	P/r. Entrega Jordy Vega	8	\$	0,35	\$	2,80	504	\$	0,35	\$	176,40
15/12/2020	P/r. Entrega Dennis Imaicela Toledo	8	\$	0,35	\$	2,80	496	\$	0,35	\$	173,60
15/12/2020	P/r. Entrega Miguel Macas Ronaldo	8	\$	0,35	\$	2,80	488	\$	0,35	\$	170,80
15/12/2020	P/r. Entrega Monserrath Yessica	8	\$	0,35	\$	2,80	480	\$	0,35	\$	168,00
15/12/2020	P/r. Entrega Fenanda Iñiguez Macas	8	\$	0,35	\$	2,80	472	\$	0,35	\$	165,20
15/12/2020	P/r. Entrega Lourdes Valarezo	8	\$	0,35	\$	2,80	464	\$	0,35	\$	162,40
15/12/2020	P/r. Entrega Andrea Fernanda Vera	8	\$	0,35	\$	2,80	456	\$	0,35	\$	159,60
15/12/2020	P/r. Entrega Karla Carrion	8	\$	0,35	\$	2,80	448	\$	0,35	\$	156,80

15/12/2020	P/r. Entrega María Josè Castro	8	\$	0,35	\$	2,80	440	\$	0,35	\$	154,00
15/12/2020	P/r. Entrega Paola Herrera	8	\$	0,35	\$	2,80	432	\$	0,35	\$	151,20
15/12/2020	P/r. Entrega Rosa Isela Masa	8	\$	0,35	\$	2,80	424	\$	0,35	\$	148,40
15/12/2020	P/r. Entrega Gabriela Velez	8	\$	0,35	\$	2,80	416	\$	0,35	\$	145,60
15/12/2020	P/r. Entrega Rosa Cueva	8	\$	0,35	\$	2,80	408	\$	0,35	\$	142,80
15/12/2020	P/r. Entrega Maria Fernanda Torres	8	\$	0,35	\$	2,80	400	\$	0,35	\$	140,00
15/12/2020	P/r. Entrega Maria Gabriela Garcia	8	\$	0,35	\$	2,80	392	\$	0,35	\$	137,20
15/12/2020	P/r. Entrega Jorge Luis Armijos	8	\$	0,35	\$	2,80	384	\$	0,35	\$	134,40
15/12/2020	P/r. Entrega Brayan Luis Sayay	8	\$	0,35	\$	2,80	376	\$	0,35	\$	131,60
15/12/2020	P/r. Entrega Bryan Barrazueta	8	\$	0,35	\$	2,80	368	\$	0,35	\$	128,80
15/12/2020	P/r. Entrega Angeles Cajamarca	8	\$	0,35	\$	2,80	360	\$	0,35	\$	126,00
15/12/2020	P/r. Entrega Michelle Tapia Espinoza	8	\$	0,35	\$	2,80	352	\$	0,35	\$	123,20
15/12/2020	P/r. Entrega Alison Scarleth Freire	8	\$	0,35	\$	2,80	344	\$	0,35	\$	120,40
15/12/2020	P/r. Entrega Gabriela Abad Celi	8	\$	0,35	\$	2,80	336	\$	0,35	\$	117,60
15/12/2020	P/r. Entrega Karen Paola Maita	8	\$	0,35	\$	2,80	328	\$	0,35	\$	114,80
15/12/2020	P/r. Entrega Yanelly Amalía Celi Díaz	8	\$	0,35	\$	2,80	320	\$	0,35	\$	112,00
15/12/2020	P/r. Entrega Lariza Viviana Salazar	8	\$	0,35	\$	2,80	312	\$	0,35	\$	109,20
15/12/2020	P/r. Entrega Galo Enrique Carrión	8	\$	0,35	\$	2,80	304	\$	0,35	\$	106,40
15/12/2020	P/r. Entrega Cesar Rafael Cabrera	8	\$	0,35	\$	2,80	296	\$	0,35	\$	103,60
15/12/2020	P/r. Entrega Daniela Carolina	8	\$	0,35	\$	2,80	288	\$	0,35	\$	100,80
15/12/2020	P/r. Entrega Pricila Maribel Neira	8	\$	0,35	\$	2,80	280	\$	0,35	\$	98,00
15/12/2020	P/r. Entrega Diana Gómez Apolo	8	\$	0,35	\$	2,80	272	\$	0,35	\$	95,20
15/12/2020	P/r. Entrega Julio Bladimir Cabrera	8	\$	0,35	\$	2,80	264	\$	0,35	\$	92,40
16/12/2020	P/r. Entrega Mariuxi Vaca	8	\$	0,35	\$	2,80	256	\$	0,35	\$	89,60
16/12/2020	P/r. Entrega Marcelo Gonzalez	8	\$	0,35	\$	2,80	248	\$	0,35	\$	86,80
16/12/2020	P/r. Entrega Maritza Angamarca	8	\$	0,35	\$	2,80	240	\$	0,35	\$	84,00
16/12/2020	P/r. Entrega Geovanny Montaña	8	\$	0,35	\$	2,80	232	\$	0,35	\$	81,20

16/12/2020	P/r. Entrega Geraldine Mireya Marca	8	\$	0,35	\$	2,80	224	\$	0,35	\$	78,40
16/12/2020	P/r. Entrega María Cruz Chacha	8	\$	0,35	\$	2,80	216	\$	0,35	\$	75,60
16/12/2020	P/r. Entrega Bryan Salinas Alvarado	8	\$	0,35	\$	2,80	208	\$	0,35	\$	72,80
16/12/2020	P/r. Entrega Veronica Dayana Rosillo	8	\$	0,35	\$	2,80	200	\$	0,35	\$	70,00
16/12/2020	P/r. Entrega Julio Mena Torre	8	\$	0,35	\$	2,80	192	\$	0,35	\$	67,20
16/12/2020	P/r. Entrega Alejandra Castro Moral	8	\$	0,35	\$	2,80	184	\$	0,35	\$	64,40
16/12/2020	P/r. Entrega Diego Gonzalez	8	\$	0,35	\$	2,80	176	\$	0,35	\$	61,60
16/12/2020	P/r. Entrega Karelys Pamela Patiño	8	\$	0,35	\$	2,80	168	\$	0,35	\$	58,80
17/12/2020	P/r. Entrega Vanessa Poma Cuenca	8	\$	0,35	\$	2,80	160	\$	0,35	\$	56,00
17/12/2020	P/r. Lunch para estudiantes de 5to	8	\$	0,35	\$	2,80	152	\$	0,35	\$	53,20
23/12/2020	P/r. Entrega Jhon Jairo Encalada	8	\$	0,35	\$	2,80	144	\$	0,35	\$	50,40
23/12/2020	P/r. Entrega Stalin Reyes	8	\$	0,35	\$	2,80	136	\$	0,35	\$	47,60
23/12/2020	P/r. Entrega Israel Naranjo	8	\$	0,35	\$	2,80	128	\$	0,35	\$	44,80
23/12/2020	P/r. Entrega Jimmy Samaniego	8	\$	0,35	\$	2,80	120	\$	0,35	\$	42,00
23/12/2020	P/r. Entrega Marjorie Alvarado	8	\$	0,35	\$	2,80	112	\$	0,35	\$	39,20
23/12/2020	P/r. Entrega Ximena Guayanay	8	\$	0,35	\$	2,80	104	\$	0,35	\$	36,40
6/1/2021	P/r. Entrega Yensy Torres	16	\$	0,35	\$	5,60	88	\$	0,35	\$	30,80
6/1/2021	P/r. Xavier Rodriguez	8	\$	0,35	\$	2,80	80	\$	0,35	\$	28,00
6/1/2021	P/r. Entrega Lisseth Ortega	8	\$	0,35	\$	2,80	72	\$	0,35	\$	25,20
13/1/2020	P/r. Entrega Alvaro Sarango	16	\$	0,35	\$	5,60	56	\$	0,35	\$	19,60
13/1/2020	P/r. Entrega Karol Maita	8	\$	0,35	\$	2,80	48	\$	0,35	\$	16,80
13/1/2020	P/r. Entrega Xavier Rodriguez	8	\$	0,35	\$	2,80	40	\$	0,35	\$	14,00
13/1/2020	P/r. Entrega Alezander Luzuriaga	16	\$	0,35	\$	5,60	24	\$	0,35	\$	8,40
13/1/2020	P/r. Entrega María Cristina Pacheco	8	\$	0,35	\$	2,80	16	\$	0,35	\$	5,60
13/1/2020	P/r. Entrega Anderson Campoverde	8	\$	0,35	\$	2,80	8	\$	0,35	\$	2,80
13/1/2020	P/r. Entrega Jhodilsa Jimenez	8	\$	0,35	\$	2,80	0	#DIV/0!		\$	-
TOTAL		1600				1600					

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 35: Registro de ventas y pagos

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	# PROD.	V. PAGADO
1	1104089584	Alvarez Rosales	Sthefany Carolina	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
2	1401173859	Cabrera Ayala	Cesar Rafael	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
3	1900863695	Encalada Gomez	Jenifer Stefania	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
4	1104432701	Gualsaqui Solorzano	Paul Antonio	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
5	1104155310	Jimenez Alvarez	Angi Zulay	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
6	1104155310	Jimpikit Juep	Betty Daniela	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	0	\$ -
7	1104616105	Maza Armijos	Adriana Catalina	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
8	706469087	Mena Torres	Julio Miguel	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ -
9	1950036630	Rios Lozano	Tatiana Marisol	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
10	1950036903	Rios Medina	Jhoicy Nayomi	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	0	\$ -
11	707281499	Rosillo Mora	Veronica Dayana	Primer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ -
Total recaudado							\$ 110,00		\$ 154,00
12	1900682665	Ankuash Tuntuan	Raquel Maricela	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
13	1900663228	Antun Antuash	Elsa Lorena	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
14	1900333731	Chacha Fajardo	Maria Cruz	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
15	1900815851	Criollo Burguan	Mayra Soledad	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
16	705170108	Feijoo Feijoo	Sayda Vanessa	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
17	1900500651	Gaona Gonzalez	Deivy Patricio	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
18	1150040036	Gordillo Riofrio	Yessenia Elizabeth	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
19	1105248254	Herrera Ordoñez	Mayra Jessenia	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
20	1105975294	Leon Guevara	Sandy Thalia	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
21	1900842632	Marca Chacha	Geraldine Mireya	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
22	705655389	Mora Jaramillo	Yasmin Del Carmen	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00

23	704570936	Ortega Samaniego	Lisseth Jimena	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
24	705809069	Pacheco Perez	Maria Cristina	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
25	1900627827	Romero Alba	Jhulay Elizabeth	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
26	1104473176	Sarango Paredes	Alvaro Leonel	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	20,00
27	1900888783	Torres Rojas	Maria Fernanda	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
28	1104970247	Uyaguari Loja	Mayra Elizabeth	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
29	1900847656	Vasquez Criollo	Mery Jackeline	Primer periodo	N	B	\$ 10,00	0	\$	-
Total recaudado							\$ 180,00		\$	372,00
30	1104215809	Castro Moral	Alejandra	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
31	1104215809	Ganazhapa Uchuari	Luis Eduardo	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	0	\$	-
32	1104215809	Guaman Malla	Thalia Alexandra	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	0	\$	-
33	1105862005	Iñiguez Macas	Fernanda Del Cisne	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
34	1105774291	Lalangui Piuri	Evelin Del Carmen	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
35	1900779545	Maldonado Chamba	Jenny Alexandra	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	-
36	1150049425	Maurat Chamba	Katherine Del Cisne	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
37	1104986094	Ochoa Velez	Janina Alejandra	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
38	1900879527	Sanmartin Ochoa	Liria Raquel	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
39	1105423295	Torres Piuri	Coraima Mishel	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
40	1105683385	Yunga Lima	Mayra Liliana	Segundo periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
Total recaudado							\$ 110,00		\$	176,00
41	1104760978	Abad Celi	Gabriela Fernanda	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
42	750147555	Cacay Ramon	Jorge Luis	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16		
43	1104427974	Calderon Morocho	Bryan Andres	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
44	704608173	Capelo Ponton	Cristhian Xavier	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
45	1900803709	Castillo Pinto	Tatiana Aracelly	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
46	1900460575	Chinchay Jimenez	Jackeline De Jesus	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
47	1900890383	Cruz Berru	Jasmin Elizabeth	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00

48	928408236	Diaz Zamora	Cristhian Paul	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
49	1900719277	Fajardo Cali	Marixa Katherine	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
50	1900648401	Fernandez Cajamarca	Johny Javier	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
51	1900393545	Jaya Castillo	Karina Lilibeth	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
52	1900615616	Larreategui Morocho	Victor Hugo	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
53	705038602	Loayza Yaguache	Monica Lorena	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16		
54	1900438019	Ramon Bravo	Cecilia Elizabeth	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
55	1900904804	Reinoso Torres	Ximena Alexandra	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
56	1105591240	Rodriguez Plaza	Javier Alexander	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
57	1900503226	Romero Alba	Jheison Antonio	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
58	1102950688	Serrano Galindo	Daniel Enrique	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
59	1900799253	Villalta Ordoñez	Evelyn Nahomy	Segundo periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
Total recaudado							\$ 190,00		\$	374,00
60	704216480	Baculima Yauri	Estefania Madelyne	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
61	1104968456	Fajardo Jimenez	Pablo Andres	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
62	1150297800	Garcia Palacios	Maria Gabriela	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
63	1105211971	Herrera Riofrio	Andrea Carolina	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
64	1150413357	Jaramillo Chavez	Edison Ronaldo	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
65	1900642974	Jaramillo Moncayo	Mario David	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
66	1105932915	Maita Vivanco	Karol Liliana	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16		
67	1104700347	Maldonado Quevedo	Johanna Karina	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
68	1105850141	Minga Morocho	Cristina Michelle	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
69	1106058942	Montero Jimenez	Johana Del Cisne	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
70	1106091547	Montesinos Jacome	Daniela Carolina	Tercer periodo	D	A	\$ -	16		
71	1104274889	Rios Pacheco	Paula Alejandra	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
72	1106000282	Rojas Cueva	Andry Mauricio	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
73	1106000340	Rojas Cueva	Jenner Michael	Tercer periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00

Total recaudado							\$ 130,00		\$ 264,00
74	1900708916	Abad Castillo	Jordy Alexander	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
75	1900506120	Aguirre Gonzales	Fabricio Alberto	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
76	1150026639	Angamarca Murquincho	Maritza Alexandra	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
77	1900739168	Buri Paccha	Evelyn Mariuxi	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
78	1900774603	Buri Paccha	Kenia Nohely	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
79	1103856587	Calva Rojas	Lilo Javier	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
80	1105931453	Carrion Ruiz	Galo Enrique	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
81	750153231	Espinoza Galarza	Cristhian Alexander	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
82	1103720569	Gonzalez Gonzalez	Lauro Marcelo	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
83	1104093081	Guayanay Molina	Ximena Elizabeth	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
84	704414895	Huaca Valle	Briggette	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
85	1900566777	Japon Macas	Diana Rocio	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
86	1105121477	Jaramillo Granda	Ney Paul	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
87	1104199813	Jimenez Cuenca	Jenny Del Cisne	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
88	1900840941	Lozano Lozano	Melva Alicia	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
89	1103439871	Mogrovejo Muñoz	Romel Danilo	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
90	706782943	Muñoz Briceño	Juliana Elizabeth	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
91	1104823842	Paladines Carrera	Leydi Diana	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
92	1950096006	Patiño Izquierdo	Karelys Pamela	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
93	1104699341	Poma Cuenca	Cinthy Vanesa	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
94	1104487614	Prieto Merino	Maria Daniela	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
95	1900479880	Sayay Torres	Brayan Luis	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
96	1104822505	Seraquive Abad	David Francisco	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
97	706814183	Tapia Espinoza	Rode Michelle	Tercer periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
Total recaudado							\$ 240,00		\$ 528,00
98	1104345366	Abad Armijos	Edgar Israel	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	0	\$ 22,00

99	1150230843	Abril Meca	Yessenia Noemi	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
100	1401213838	Alvarez Moscoso	Jeanina Germania	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
101	1105713760	Armijos Riofrio	Kevin Alejandro	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
102	1150096939	Bucheli Carrillo	Yulisa Estefania	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
103	1105864134	Coronel Maldonado	Nixon Javier	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	0	\$	-
104	1150896536	Gonzalez Sarango	Jonathan Manuel	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
105	1105932089	Granda Vera	Evelyn Nicole	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
106	1900777473	Jarro Yupangui	Santiago David	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
107	1105871154	Labanda Japon	Diego Patricio	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
108	1104963580	Maita Vivanco	Karen Paola	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
109	1104531890	Ochoa Toledo	Gina Michelle	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
110	705155711	Picado Apolo	Ledis Abigail	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
111	2200563910	Piedra Morocho	Lucia Yadira	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
112	1104775554	Salazar Castro	Lariza Viviana	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16		
113	1105075475	Silva Lalangui	Karla Daniela	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
114	1150186839	Suquilanda Elizalde	Ana Paula	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
115	705755700	Vega Ramirez	Jordy Santiago	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
116	1150189189	Vega Quezada	Yessenia Viviana	Cuarto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
Total recaudado							\$ 190,00		\$	374,00
117	1900482231	Aldaz Jimenez	Gladys Germania	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	0		
118	1103540553	Alvarado Herrera	Maryuri Vanessa	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
119	1900641521	Armijos Nanchi	Rosa Marisol	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
120	1103721906	Bravo Merchan	Jorge Fernando	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16		
121	1105774937	Cajamarca Maldonado	Carolina Elizabeth	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
122	1104822158	Campoverde Luna	Anderson Paul	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
123	707072047	Carrion Iñiguez	Roberto Carlos	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	0		
124	1104026958	Castillo Ojeda	Maria Alejandra	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00

125	1105251613	Celi Diaz	Yanely Amalia	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
126	1105746315	Dominguez Ramirez	Pamela Jetsabeth	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
127	1104152838	Encalada Benavides	Jhon Jairo	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
128	1719880559	Espinoza Chavez	Marjorie Lisbeth	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
129	1900470723	Jimenez Chamba	Jemayel Alexander	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	0		
130	1900390962	Macas Bartian	Patricia Elizabeth	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16		
131	1104677396	Manchenco Luzuriaga	Angel Renan	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
132	1950051654	Medina Armijos	Elvis Rodrigo	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
133	1900717081	Medina Benitez	Diana Elizabeth	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
134	1900777820	Naranjo Brito	Israel Dario	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
135	704822022	Neira Ruiz	Priscila Maribel	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
136	1104374333	Ordoñez Abendaño	Alexandra Viviana	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
137	705753028	Pacheco Ortega	Gabriela Cristina	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16		
138	1105565954	Reyes Ochoa	Stalin Leonardo	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
139	1105589822	Samaniego Granda	Jimmy Santiago	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16		
140	1900757004	Sarango Barragan	Veronica Elizabeth	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
141	706662160	Saritama Lalangui	Angie Marisol	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
142	1104891021	Valarezo Carrion	Claudia Daniela	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
143	1205332636	Vargas Veintimilla	Adolfo Alejandro	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
144	1105896235	Vazquez Herrera	Domenica Belen	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
145	1105751430	Vega Romero	Franco Junnior	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
146	1105799058	Yangua Jumbo	Ricardo Fabian	Cuarto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
Total recaudado							\$ 300,00		\$	506,00
147	1105385072	Agreda Valdiviezo	Xiomara Michelle	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
148	1106074584	Azuero Castillo	Monserrath Jessica	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
149	1104595093	Blacio Silverio	Maria Fernanda	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00

150	1150494712	Cajamarca Quevedo	Maria De Los Angeles	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
151	1104886625	Castillo Collaguazo	Nicolle Fernanda	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
152	1150258166	Cornejo Azanza	Tabata Dayanara	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
153	1106013541	Espinosa Loaiza	Jhuliana Michelle	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
154	1150790283	Gonzalez Gonzalez	Daniel Isai	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
155	1900788199	Gonzalez Ortiz	Diego Jose	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
156	1104758865	Hurtado	Jorge Ismael	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
157	1150622429	Imaicela Toledo	Dennis Jessiel	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
158	1105257826	Jimenez Calva	Mireya Soledad	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
159	1105098501	Luzuriaga Carrion	Jhuliana Lizbeth	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
160	1105867780	Macas Sarango	Miguel Ronaldo	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16		
161	1105048928	Masaco Masaco	Adriana De Jesus	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
162	1900837624	Morocho Gonzalez	Nancy Patricia	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
163	1104656184	Obaco Chamba	Jaime Miguel	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
164	1105989006	Ochoa Ramon	Joel Alexander	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
165	1105210205	Peña Saavedra	Emily Paola	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
166	1105655821	Ramirez Orosco	Alvaro Leonardo	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
167	1150321758	Tinoco Barraqueta	Karla Sofia	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
168	2200579445	Velasquez Ramirez	Luis Fernando	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
169	1105754327	Vera Vera	Andrea Fernanda	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
170	1104928831	Zhingre Chalan	Ñusta Elizabeth	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
Total recaudado							\$ 240,00		\$	506,00
171	1106021189	Barraqueta Guarnizo	Bryan Daniel	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
172	1150043949	Bravo Valarezo	Stefany Daniela	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
173	1900481001	Cabrera Patiño	Julio Bladimir	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
174	1900847011	Camacho Izquierdo	Blanca Elizabeth	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00

175	1104285661	Carrera Sarango	Nelly Del Cisne	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
176	1104272586	Carrion Betancourt	Karla Dalila	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	32	\$	46,00
177	1104860141	Castro Celi	Maria Jose	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
178	1105888372	Cueva Cajamarca	Rosa Janneth	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
179	1104907835	Espinosa Avila	Elsa Dayana	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
180	707303913	Freire Castro	Allison Scarleth	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
181	1105815292	Gallegos Celi	Jayron Alexander	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
182	1105720419	Gomez Apolo	Diana Maria	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
183	1900714120	Gualan Puchaicela	Jonson David	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
184	1105083826	Hernandez Carrera	Angelica Daniela	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
185	1105379646	Herrera Bustamante	Cinthy Paola	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
186	1750961060	Jimenez Reyes	Jenny Maribel	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
187	1103749063	Luzuriaga Moncada	Alexander Ovidio	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	32	\$	44,00
188	1105129348	Masa Valarezo	Rosa Isela	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
189	1900562735	Montaño Ocampo	Geovanny David	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
190	1103265862	Ordoñez Tapia	Carlos Alberto	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
191	1104089063	Quezada Reyes	Jorge Ramiro	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
192	1150466215	Salinas Alvarado	Bryan Israel	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16		
193	1104325004	Torres Castillo	Yensy Mabel	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	32		
194	1900673896	Vaca Minga	Mariuxi Lisbeth	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
195	1105684045	Valarezo Aguirre	Maria Lourdes	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
196	1105012759	Velez Diaz	Ana Gabriela	Quinto periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$	22,00
Total recaudado							\$ 260,00		\$	574,00
197	1105595498	Armijos Valdiviezo	Jorge Luis	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
198	1150683520	Carpio Carpio	Diego Armando	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
199	1105833758	Castro Dominguez	Joselyn Esther	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
200	1104343809	Correa Rojas	Priscila Carolina	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00

201	1900832518	Gordillo Pineda	Kimberly Thalia	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
202	1105639387	Jimenez Armijos	Jhodilsa Gisselle	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
203	1150576302	Molina Jimenez	Edwin Fernando	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
204	950975250	Mora Vargas	Denisse Elizabeth	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
205	1104578651	Ordoñez Rojas	Luis Enrique	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
206	1150349593	Uchuari Torres	Jorge Danilo	Quinto periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$	22,00
TOTAL RECAUDADO							\$ 100,00		\$	220,00
TOTAL PROYECTO INTEGRADOR							\$ 2.050,00	3184	\$	4.024,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 36: Registros de gastos para la producción y comercialización de SAE.

Registro De Egresos (Gastos) Producto Quikak						
Proveedor	Tipo de comprobante	N~ Comprobante	Detalle	Cant.	V/. Unit.	V/. Total
Jimenez Granda Jose Luis	Transferencia interbancaria		Pago de Etiquetas Quiyak	1	87,36	87,36
Mikhula Trade Cia. Ltda.	Transferencia interbancaria		Anticipo de Producto Quiyak	1	840,00	840,00
Mikhula Trade Cia. Ltda.	Transferencia interbancaria		Pago de Producto Quiyak	1	840,00	840,36
Jimenez Granda Jose Luis	Transferencia interbancaria		Pago de Etiquetas Quiyak	1	100,36	100,36
Economax	Factura	172694	Refrigerio estudiantes	1	11,28	11,28
Karlita Distribuciones	Factura	52477	Compra de fundas y cinta de emba.	1	4,50	4,50
TIA	Factura	1186484	Muestra de producto Quiyak	1	2,37	2,37
Ochoa Barnuevo Laura Enith	Factura	8533	Fundas 8 x 12	1	1,12	1,12
Karlita Distribuciones	Factura	52487	Fundas 8 x 12	1	2,50	2,50
Alma Lojana	Factura	11338	Transporte Quito - Loja	1	36,00	36,00

Alma Lojana	Factura	11468	Transporte Quito - Loja	1	3,00	3,00
Sabores de mi tierra	Nota de Venta	1493	Refrigerio estudiantes	1	17,50	17,50
Cierre de Rise	Doc. Impresos	1	Cierre del rise y baja de documentos	1	10,00	10,00
Banco de Loja	Nota de débito	0	Comisión por transferencias de otros bancos	34	0,22	7,48
Banco de Loja	Nota de débito	0	Comisión por transferencias de otros bancos	1	0,28	0,28
Sabores de mi tierra	Nota de Venta	1500	Refrigerio estudiantes/Video	1	14,00	14,00
Confecciones Adrianita	Nota de venta		Mascarillas para estudiantes prod.	1	30,00	30,00
					0,00	0,00
					0,00	0,00
TOTAL DE EGRESOS						2008,11

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 37: Listado de estudiantes que no cancelan el proyecto integrador

CUENTAS POR COBRAR

Nr	CEDULA	Apellido	Nombre	Ciclos	Sec	P.	Capital	# Prod.	Valor
1	706469087	Mena Torres	Julio Miguel	Primer Periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
2	707281499	Rosillo Mora	Veronica Dayana	Primer Periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
3	1900779545	Maldonado Chamba	Jenny Alexandra	Segundo Periodo	N	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
4	750147555	Cacay Ramon	Jorge Luis	Segundo Periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
5	705038602	Loayza Yaguache	Monica Lorena	Segundo Periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
6	1105932915	Maita Vivanco	Karol Liliana	Tercer Periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
7	1106091547	Montesinos Jacome	Daniela Carolina	Tercer Periodo	D	A	\$ -	16	\$ 22,00
8	1104775554	Salazar Castro	Lariza Viviana	Cuarto Periodo	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
9	1103721906	Bravo Merchan	Jorge Fernando	Cuarto Periodo	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00

10	1900390962	Macas Bartian	Patricia Elizabeth	Cuarto Periodo	N	B	\$	10,00	16	\$	22,00
11	705753028	Pacheco Ortega	Gabriela Cristina	Cuarto Periodo	N	B	\$	10,00	16	\$	22,00
12	1105589822	Samaniego Granda	Jimmy Santiago	Cuarto Periodo	N	B	\$	10,00	16	\$	22,00
13	1105867780	Macas Sarango	Miguel Ronaldo	Quinto Periodo	D	A	\$	10,00	16	\$	22,00
14	1150466215	Salinas Alvarado	Bryan Israel	Quinto Periodo	N	B	\$	10,00	16	\$	22,00
15	1104325004	Torres Castillo	Yensy Mabel	Quinto Periodo	N	B	\$	10,00	32	\$	44,00
16	1103749063	Luzuriaga Moncada	Alexander Ovidio	Quinto Periodo	N	B	\$	10,00		\$	2,00
TOTAL DE CUENTAS POR COBRAR										\$	354,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

9. Cronograma y responsables

Tabla 38: Cronograma y responsables de actividades

FASE DE EJECUCIÓN	SEMANA	FECHA - HORA	ACTIVIDAD A CUMPLIR	CARRERA RESPONSABLE	CICLO ACADÉMICO	DOCENTE RESPONSABLE
ORGANIZACIÓN	SEMANA 07	Sábado 21-11-2020 17H00	Presentación de resultados de ESTUDIO DE MERCADO – definición de empresas a visitar para comercializar el producto QUIYAK.	Talento Humano	TH - Primero – Diurno / Nocturno B	Ing. María Cristina Moreira
	SEMANA 08	Lunes 23-11-2020 17H00	Creación de MARCA QUIYAK para los productos a comercializar. <ul style="list-style-type: none"> • Producto 1: BARRAS ENERGÉTICAS • Producto 2: QRUNCH DE CHOCOLATE Transversalidad Diseño Gráfico ISTS	Talento Humano	TH – Quinto Diurno	Lic. Johana Córdova
PRODUCCIÓN	SEMANA 09	Martes 01-12-2020 19H00	TALLER DE CAPACITACIÓN EMPRENDIMIENTO Una nueva alternativa de desarrollo económico Presentación de productos a comercializar <ul style="list-style-type: none"> • Producto 1: BARRAS ENERGÉTICAS • Producto 2: QRUNCH DE CHOCOLATE 	Turismo Talento Humano	T - Quinto Diurno TH - Diurno / Nocturno A / Nocturno B	Lic. Johana Córdova Abg. Pedro Jaramillo
		Miércoles 02-12-2020 08H00 – 12H00	Recepción del producto Manejo de inventarios Verificación de datos y direcciones Elaboración de actas entrega recepción	Talento Humano	TH – Tercero / Quinto – Diurno	Lic. Johana Córdova Ing. Karina Castillo Ing. Joffre Sarmiento

	Viernes 04-12-2020 08H00 – 12H00	Etiquetado del producto Empaquetado del producto <ul style="list-style-type: none"> • Producto 1: BARRAS ENERGÉTICAS / 1600 • Producto 2: QRUNCH DE CHOCOLATE / 1600 	Talento Humano	TH – Tercero / Cuarto / Quinto - Diurno	Lic. Johana Córdova Lic. María Dolores Arboleda Ing. Karina Castillo Ab. Pedro Jaramillo Lic. Betty Estrella Ing. Jackson Quevedo Ing. Joffre Sarmiento
	Sábado 05-12-2020 08H00 – 12H00	Definición de FILOSOFÍA DEL PRODUCTO	Talento Humano	TH - Tercero – Nocturno B	Tlga. Brigitte Pesantez Ing. Karina Castillo
SEMANA 10	Lunes 08-12-2020 15H00 – 18H00	Distribución Envío a puntos estratégicos para comercialización Venta obligatoria por estudiante: 8 Barras energéticas 1,25 usd 8 Qruch 1,50 usd Envío de actas por paquete Los estudiantes responsables hacen firmar los documentos de entrega	Turismo Talento Humano	T – Quinto Diurno TH – Cuarto Diurno / Nocturno B	Lic. Betty Estrella Ing. Joffre Sarmiento
	Martes 09-12-2020 08H00 – 12H00	Distribución Envío a puntos estratégicos para comercialización Venta obligatoria por estudiante: 8 Barras energéticas 1,25 usd 8 Qruch 1,50 usd Envío de actas por paquete Los estudiantes responsables hacen firmar los documentos de entrega	Turismo Talento Humano	T – Quinto Diurno TH – Cuarto Diurno / Nocturno B	Lic. Betty Estrella Ing. Joffre Sarmiento
		Estructura de herramientas de promoción y publicidad digital	Talento Humano	TH – Quinto Diurno	Lic. Johana Córdova
	Miércoles 10-12-2020 08H00 – 12H00	Definición de FILOSOFÍA DEL PRODUCTO	Talento Humano	TH - Tercero – Diurno	Tlgo. Edwin Chuico Ing. Karina Castillo
		Plan de promoción y publicidad QUIYAK	Talento Humano	TH – Cuarto Diurno	Ing. Liceth Briceño Ing. Joffre Sarmiento

		Definición de IDENTIDAD CORPORATIVA.			
		<ul style="list-style-type: none"> • Producto 1: BARRAS ENERGÉTICAS • Producto 2: QRUNCH DE CHOCOLATE 			
		Estrategia - difusión masiva de la información con todos los estudiantes de las carreras participantes.			
	Jueves 11-12-2020	Publicidad de los productos en la página del proyecto	Turismo Talento Humano	Toda la carrera	Ing. Jackson Quevedo
	Viernes 12-12-2020	Atención de clientes a través de plataformas tecnológicas			
	Sábado 13-12-2020				
SEMANA 11	Lunes 14-12-2020	Estructura de propuestas de acción en base a horarios de cada asignatura:	Turismo Talento Humano	1. PRIMERO Diurno / Nocturno B	Ing. María Cristina Moreira
	Martes 15-12-2020	1. Estudio de mercado 2. Filosofía del producto 3. Marca / Manual de marca / Productos comercializados		2. TERCERO Diurno / Nocturno B	Tlga. Tlga. Brigitte Pesantez Lic. Johana Córdova
	Miércoles 16-12-2020	4. La alimentación saludable como un eje de desarrollo personal		3. QUINTO Diurno	Ing. Jackson Quevedo Lic. María Dolores
	Jueves 17-12-2020	5. Programa de bienestar saludable - Buenos hábitos alimenticios - Recomendaciones para mejorar la productividad laboral		4. SEGUNDO Nocturno A / Nocturno B	Arboleda Ing. Karina Castillo Ing. Liceth Briceño
	Viernes 18-12-2020	6. Inventario – Costos - Utilidad		5. CUARTO Nocturno B	Lic. Betty Estrella Ab. Pedro Jaramillo
	Sábado 19-12-2020	7. Plan de promoción y publicidad 8. Proceso de distribución y ventas 9. Evaluación de satisfacción 10. Documento académico - Evidencia fotográfica		6. TERCERO Diurno / Nocturno B	Lic. Patricia Sanmartín Ing. Joffre Sarmiento
				7. CUARTO Diurno	
				8. TURISMO Diurno	
				9. QUINTO Nocturno B	

EJECUCIÓN	SEMANA 12	Lunes 21-12-2020	Aplicación de EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN	Turismo Talento Humano	Toda la carrera	Ing. Jackson Quevedo Ing. Patricia Sanmartín
		Martes 22-12-2020	Aplicación de EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN	Turismo Talento Humano	Toda la carrera	Ing. Jackson Quevedo Ing. Patricia Sanmartín
		Miércoles 23-12-2020	Entrega de PROPUESTAS DE ACCIÓN para insertar en el DOCUMENTO ACADÉMICO en base a lo especificado en la SEMANA 11	Turismo Talento Humano	Toda la carrera	Ing. Joffre Sarmiento DOCENTES RESPINSABLES
SEMANA 14	Lunes 04-01-2021	Recolección del dinero de ventas Recolección TESORERO DE CURSO	Turismo Talento Humano	Todos los estudiantes participantes	Ing. Karina Castillo TUTORES DE CURSO	
	Martes 05-01-2021	Deposito Ing. Karina Castillo				
	Miércoles 06-01-2021					
	Jueves 07-01-2021	Entrega del DOCUMENTO ACADÉMICO a la coordinación de carrera considerando la estructura de la	-	-	Ing. Joffre Sarmiento	
	Viernes 08-01-2021	COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN para proceder a la revisión.				
SEMANA 15	Lunes 11-01-2021	Elaboración del informe económico Informe de resultados de venta	-	-	Ing. Karina Castillo	
	Martes 12-01-2021					
	Miércoles 13-01-2021	Organización de las exposiciones de las PROPUESTAS DE ACCIÓN – Cada carrera deberá exponer el trabajo realizado en base al cumplimiento de los OBJETIVOS ESPECIFICOS. Seleccionar un estudiante por propuesta, indicar contenido de la presentación y definir modelo y estructura de diapositivas.	-	-	Ing. María Cristina Moreira Tlgo. Edwin Chuico Tlga. Tlga. Brigitte Pesantez Lic. Johana Córdova Ing. Jackson Quevedo Lic. María Dolores Arboleda Ing. Karina Castillo Ing. Liceth Briceño	

						Lic. Betty Estrella Ab. Pedro Jaramillo Lic. Patricia Sanmartín Ing. Joffre Sarmiento
		Jueves 14 -01-2021	Estructura del poster científico en base a las indicaciones de la COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN.	-	-	Ing. Jackson Quevedo Lic. María Dolores Arboleda
	SEMANA 16	Lunes 18 -01-2021	Entrega del DOCUMENTO ACADÉMICO definitivo a la coordinación de carrera para proceder al empastado del mismo, recuerde grabar en CD.	-	-	Lic. Johana Córdova Ing. Joffre Sarmiento
		Miércoles 20 -01-2021	Revisión de información a presentar en los resultados obtenidos del PROYECTO INTEGRADOR Revisión de presentaciones estudiantes expositores Revisión de POSTER CIENTIFICO Revisión de INFORME ECONÓMICO Revisión de presentación COORDINACIÓN DE CARRERA	-	-	Lic. Johana Córdova Lic. María Dolores Arboleda Ing. Karina Castillo Ab. Pedro Jaramillo Lic. Betty Estrella Ing. Jackson Quevedo Ing. Joffre Sarmiento
		Jueves 21 -01-2021	Levantamiento del INFORME COMPLETO DEL PROYECTO INTEGRADOR previo a la presentación ante las autoridades	-	-	Lic. Johana Córdova
		Viernes 22 -01-2021				
CIERRE	SEMANA 17	Martes 26 -01-2021	Estructura del programa para EXPOSICIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR	-	-	Lic. Betty Estrella Abg. Pedro Jaramillo
		Miércoles 27 -01-2021	Devolución del CAPITAL a los estudiantes de las carreras participantes. Calculo y devolución de las UTILIDADES a los estudiantes Documentos para evidencia	-	-	Ing. Karina Castillo Abg. Pedro Jaramillo
		Jueves 28 -01-2021	Desarrollo del VIDEO MEMORIAS con las evidencias recabadas del	-	-	Ing. Jackson Quevedo Lic. María Dolores Arboleda

desarrollo del PROYECTO INTEGRADOR						
EVALUACIÓN	SEMANA	Lunes	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS AL CONSEJO DIRECTIVO	-	-	Lic. Johana Córdova Lic. María Dolores Arboleda Ing. Karina Castillo Ab. Pedro Jaramillo Lic. Betty Estrella Ing. Jackson Quevedo Ing. Joffre Sarmiento
	19	08-02-2021	Informe completo de CUMPLIMIENTO DE METAS ACADÉMICAS y ECONÓMICAS planteadas en el proyecto del presente periodo académico.			

Elaborado por: Coordinación de carrera

10. Bibliografía

- Alvarado Lagunas , E., & Luyando Cuevas, J. (2013). Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional. *Alimentos saludables: la percepción de los jóvenes adolescentes en Monterrey, Nuevo León*, 6. Recuperado el 2020 de diciembre de 29, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41725649006>
- Costamagna, A., & Fabro, A. (2014). *Alimentación Saludable primera prevención*. Santa Fe, Argentina: Ediciones UNL. Recuperado el 27 de diciembre de 2020, de <https://elibro.net/es/ereader/sudamericanoloja/78519>
- Doval, H. (2013). Revista Argentina de Cardiología. *Alimentación saludable: ¿cómo lograrla?*, 81. Recuperado el 2020 de diciembre de 29, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305329421021>
- Évora Capote , I., & Lantero Abreu, M. I. (2020). *Alimentación y Salud*. La Habana: Editorial Universitaria. Recuperado el 30 de diciembre de 2020, de <https://elibro.net/es/ereader/sudamericanoloja/157438?page=1>
- Izquierdo Hernández, A., Armenteros, M., Lancés, L., & Martín , I. (2004). Revista Cubana de Enfermería. *Cubana Enfermer*, 1. Recuperado el 2020 de diciembre de 27, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000100012
- Olarte Calsina , S., Olarte Daza, U., & Schultz, G. (2016). Agroalimentaria. *LA QUINUA EN EL CONTEXTO DE LA ESTANDARIZACIÓN*, 22(43). Recuperado el 2020 de diciembre de 29, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199251019006>
- Portilla, S. (s.f.). Necesitamos re-educar nuestra forma de alimentarnos. *SALUD, ALIMENTACIÓN ESENCIAL Y DESARROLLO HUMANO*. Recuperado el 01 de enero de 2021, de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/380/File/Salud_alimentacion%20esencial%20y%20desarrollo%20humano_Santiago%20Portilla.pdf
- Vittal. (2018). Beneficios de una Alimentación Saludable. *Vittal*, 1. Recuperado el 01 de 01 de 2021, de <http://www.vittal.com.ar/beneficios-alimentacion-saludable/>

- Anónimo. (2018). *Primicias*. Sobre peso y obesidad, según grupos de edad.
<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/sobrepeso-obesidad-muerte-alimentos/>
- Anónimo. (17 de Julio de 2020). Desnutrición Crónica en Menores de 5 años. *Ecuador: El alto costo del hambre y la desnutrición crónica*.
<https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/ecuador-el-alto-costo-del-hambre-y-la-desnutricion-cronica>
- Andrade, N (2018). Recetas saludables. Desayunos. <http://www.upsocl.com/sabores/25-recetas-con-quinua-que-te-haran-realmente-adicto/:13-dic-2020>
- Confederación de Consumidores y Usuarios. (2008). Hábitos alimentarios saludables.
http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_1163_1.pdf
- Centro Nacional para la Prevención de Enfermedades Crónicas y Promoción de la Salud (CDC). (2019). *Cómo mejorar sus hábitos de alimentación*.
<https://www.cdc.gov/healthyweight/spanish/losingweight/eatinghabits.html>
- Carrión, A (2017). Recetas para el desayuno. Alimentación saludable quinua: <http://www.upsocl.com/sabores/25-recetas-con-quinua-que-te-haran-realmente-adicto/:13-dic-2020>
- Elsevier. (2020). *Elsevier*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-farmacia-profesional-3-articulo-habitos-alimentarios-X0213932416516151>
- Galarza, G. C. (2008). *aytojaen.es*. Obtenido de http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_1163_1.pdf
- Ivitalia. (s.f.). *ivitalia.com*. Obtenido de <https://www.ivitalia.com/calculadoras/test-de-habitos-alimenticios>
- Juan, B. (s.f.). *Ser Padres*. Obtenido de <https://www.serpadres.es/familia/alimentacion-recetas/articulo/la-piramide-de-la-alimentacion-saludable-sabes-interpretarla>
- Juan, I. y. (2015). *Más y Mejor*. Obtenido de <https://masymejor.com/crear-habitos/>
- Martinez, P. (13 de 08 de 2020). Alimentación Saludable. ¿En qué consiste una alimentación saludable?:
https://www.breastcancer.org/es/consejos/nutricion/alimentacion_saludable#:~:text=Una%20alimentaci%C3%B3n%20saludable%20consiste%20en,nutrici%C3%B3n%20es%20important%20para%20todos.:/:13-dic-2020

Esneca. (24 de septiembre de 2019). *esneca.lat*. Obtenido de <https://www.esneca.lat/blog/piramide-nutricional/>

Nutricionistacarla. (2018). *Nutricionistacarla*. Obtenido de

<https://www.nutricionistacarla.com/la-importancia-de-unos-buenos-habitos-alimenticios>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador, Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición 2018-2025: Viceministerio de Gobernanza de la Salud Pública, 2018. Quito, Ecuador

Patiño. B (2018). Recetas de quinua en el desayuno desayuno. Alimentación saludable

quinua: <https://cookpad.com/ec/buscar/quinua%20en%20el%20desayuno:13-dic-2020>

Sprouse, S. (2019, 30 diciembre). Hidratación saludable — Cómo utiliza su cuerpo el agua. Ask The Scientists. <https://askthescientists.com/es/hydration/>

a. Debitoor. (2020). *Canal de distribución - ¿Qué es un canal de distribución?*

b. Rockcontent. (Julio de 2019). *Qué son los canales de distribución y por qué son importantes en el Marketing*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>

c. Portilla, 2015. Plan de distribución. Recuperado de: <https://prezi.com/1f97attu1zzn/plan-de-distribucion-y-promocion-de-ventas/>

d. Ruiz, 2020. Política de distribución. Recuperado de: <https://blog.saleslayer.com/es/que-es-politica-de-distribucion#:~:text=Una%20pol%C3%ADtica%20de%20distribuci%C3%B3n%20es,su%20posicionamiento%20en%20el%20mercado.&text=Digamos%20que%20el%20viaje%20m%C3%A1s,Fabricante>

e. Obtenido de: <https://www.emprendepyme.net/la-distribucion-de-productos-en-la-empresa.html>

f. Obtenido de: <https://www.beetrack.com/es/blog/distribucion-fisica-funciones-objetivos-importancia>

- g.** Obtenido de: <https://www.pymerang.com/logistica-y-supply-chain/logistica/distribucion/309-logistica-de-distribucion>
- h.** Alfonso, C. (2018, 11 junio). Marketing y ventas: Claves para coordinar estrategias en conjunto y generar más oportunidades. <https://blog.connex.es>. <https://blog.connex.es/marketing-y-ventas-claves-para-coordinar-estrategias-y-generar-mas-opportunidades>
- i.** H., T. (2020, 14 diciembre). Facebook-QUIYAK. Facebook. Gestión Talento Humano Loja https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?story_fbid=1086252301827474&id=594672864318756

11. Conclusiones y recomendaciones

- En nuestro producto Quiyak, demostró la existencia de un alto nivel de aceptación por parte de los consumidores en distintas provincias donde se logró una venta exitosa y rentable, considerando que es un producto nuevo; por lo cual mediante una investigación realizada se consiguió apreciar la disponibilidad de comprar y consumir este producto.
- Quiyak, es un producto energético de calidad que contiene grandes beneficios nutricionales, para llevar a cabo una vida saludable en todos los ámbitos, lo cual por el índice de aceptabilidad se lo considero como un producto estrella que nos permitió llegar de manera eficiente al cumplimiento de los objetivos propuestos, logrando ubicarnos con gran acogida en la demanda del mercado.
- El producto Quiyak, logró una buena aceptación para el consumo diario como snacks nutritivos y energéticos lo que ayuda a elevar a nuestro ánimo de manera inmediata y a desarrollar un desarrollo mental en niños y estos son fáciles de transportar en: (mochila, bolsillo, cartera, lonchera etc.)
- Por medio de los talleres impartidos se dio a conocer a través de medios tecnológicos y plataformas las razones por lo cual se elaboró el producto a base de quinua ya que se considera una excelente estrategia que permitió facilitar la elaboración, la producción y el conocimiento necesario de una manera eficiente y eficaz, asegurando un crecimiento y aceptación en el mercado.
- La comercialización de Quiyak fue un éxito, el mismo que su difusión de la publicidad, su P.V.P., beneficios e ingredientes nutricionales, se lo público mediante redes sociales entre ellas las de mayor incidencia WhatsApp, Instagram, Facebook, los cuales aportaron mucho para la venta de Quiyak y este sea aceptado no solo a nivel local sino se importe a otros lugares del país.
- El objetivo de la empresa SAE se cumplió al comercializar la barra energética desarrollando un producto alimenticio con un contenido superior de proteína que otros alimentos considerados idóneos en la alimentación de las personas, además de otros macronutrientes importantes tiene un valor nutricional adicional, con los respectivos beneficios en la salud al consumirlas.

Recomendaciones

- Realizar un estudio de mercado complejo, sistemático y eficaz, que abarquen las diferentes condiciones económicas de distintas localidades, donde nos permitan conocer con la mayor claridad posible los índices de aceptación de precios, que se ajusten a la situación económica de los clientes y factibilidad su consumo en gran cantidad, generando confianza y fidelidad con nuestro producto.
- Establecer un espacio colaborativo para facilitar un contacto con los grupos de estudiantes donde se pueda realizar la venta en diferentes instituciones y se pueda garantizar la sostenibilidad de la producción de la barra energética para obtener una aceptación del grupo exitosa.
- Incrementar la elaboración de Quiyak para su distribución al por mayor y menor, dada a la sobresaliente aceptación dentro del mercado local, provincial y nacional, considerando su gran aporte proteico y nutricional el mismo fue recomendado a otros consumidores.
- Mediante la constante publicación en los diferentes medios de comunicación se logró resaltar la imagen Quiyak, mediante el uso adecuado de estrategias de comunicación y marketing digital. Por lo tanto, la visibilidad y posicionamiento del sitio web dependerá en gran medida de la calidad de los contenidos, la periodicidad de las publicaciones y la presencia en las redes sociales que nos permitan dar a conocer nuestro producto para tener un mayor impacto y lograr que nuestro producto sea conocido.
- Mantener el mismo nivel de calidad, de las barras y snacks, lo cual ayuda a que los consumidores se vean atraídos por el producto, tanto físico como su exquisito sabor y sus características nutricionales que aportan a una alimentación.
- Se recomienda una producción y comercialización en nuevos mercados como: escuelas, universidades, instituciones públicas y privadas, consorcios, compañías, entre otras, donde el consumidor experimente la necesidad de alimentarse sano con productos de calidad y recomendados por los consumidores.

12. Anexos

- **Acta de cierre del proyecto integrador**



ACTA ENTREGA RECEPCIÓN

Loja, 01 de febrero del 2021

En la oficina de - Rectorado - del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja, siendo las diecinueve horas del día lunes uno de febrero de dos mil veintiuno, se reúnen en sesión la Lic. Johana Córdova Tobar, en su calidad de COORDINADORA de las carreras de Gestión del Talento Humano, y Turismo, la Ing. María Cristina Moreira, COORDINADORA DE INVESTIGACIÓN y los docentes: Lic. Betty Estrella, Ing. Karina Castillo, Lic. María Dolores Arboleda, Ing. Joffre Sarmiento, Ing. Jackson Quevedo e Ab. Pedro Jaramillo como DOCENTES INVESTIGADORES, para tratar el siguiente orden del día:

- 1.- Instalación de la sesión por parte de la Rectora
- 2.- Presentar y entrega el proyecto de investigación elaborado por los DOCENTES INVESTIGADORES, de las Carreras de Gestión del Talento Humano, y Turismo.
- 3.- Recepción de los proyectos antes mencionados.
- 4.- Clausura

PRIMERO: Instalaciones la sesión por parte de la Rectora.

La Rectora extiende un cordial saludo a las presentes y agradece por la ardua labor desarrollada durante la ejecución del proyecto; así también agradece a las integrantes de las carreras que una vez más se suman a la labor encaminada en pro de las mismas.

SEGUNDO: Presentar y entregar el mejor proyecto de investigación elaborado por los DOCENTES INVESTIGADORES de las Carreras de Gestión del Talento Humano, y Turismo.

La Lic. Johana Córdova da a conocer sobre el proyecto que elaboraron en el semestre Octubre 2020 - Marzo 2021, denominado “IMPLEMENTACIÓN DE UNA ALTERNATIVA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE DE LA EMPRESA SAE A TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE SNACKS A BASE DE QUINUA QUE PROMUEVAN EL RENDIMIENTO MENTAL Y EL BIENESTAR HUMANO EN EL HOGAR PARA EL AÑO 2020” de las Carreras de Gestión del Talento Humano, y Turismo, con los estudiantes de todos los ciclos de las carreras antes mencionado, en el cual se obtuvo los siguientes resultado: Se logró el alcance de todos los objetivos específicos como del general y se obtuvo un rendimiento y trabajo favorable por parte de los estudiantes.

TERCERO: Recepción del proyecto antes mencionado.

La Rectora del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, constata el trabajo realizado del proyecto antes mencionado aceptando y felicitando por los resultados obtenidos e incentivos a la continuidad en la elaboración de estos proyectos en beneficio de la calidad de enseñanza que se brinda a los estudiantes y por ende al cambio de la matriz productiva.

CUARTO: Clausura

Sin otro punto que tratar y dando los respectivos agradecimientos se concluye la sesión a las veinte horas y treinta minutos del día lunes primero de febrero del dos mil veintiuno suscribiéndose en la presente acta en señal de conformidad.

.....
Ing. Ana Cordero Clavijo, Mgs,
RECTORA DEL ISTS

.....
Lic. Johana Córdova Tobar, Mgs.
COORDINADORA DE CARRERA

.....
Lic. María Dolores Arboleda, Mgs.
DOCENTE ISTS



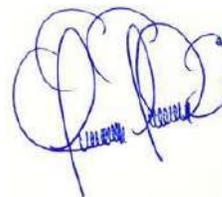
.....
Ing. Karina Castillo Castillo
DOCENTE ISTS

.....
Lic. Betty Estrella Torres
DOCENTE ISTS

.....
Ing. Jackson Quevedo Jumbo, Mgs.
DOCENTE ISTS

.....
Ing. Joffre V. Sarmiento Chase
DOCENTE ISTS

.....
Ing. María Cristina Moreira, Mgs.
DOCENTE ISTS



.....
Ab. Pedro Jaramillo
DOCENTE ISTS

- Informe final económico

PROYECTO INTEGRADOR
SEMESTRE OCTUBRE 2020 – MARZO 2021
INFORME ECONÓMICO

- ✓ **Carreras:** TS Gestión del Talento Humano
TS Turismo
- ✓ **Producto o servicio por proyecto:** Barras y Crunch saludables Quiyak
- ✓ **Número de estudiantes que pagarón capital:** 205
- ✓ **Número de estudiantes que intervinieron por proyecto:** 194
- ✓ **Cuota cobrada para el proyecto a cada estudiante:** \$10,00
- ✓ **Ingreso total de cuotas por proyecto:** 2050,00
- ✓ **Ingresos reales del proyecto:** \$4312,00
- ✓ **Costos y gastos del del proyecto:** \$2276,88
- ✓ **Responsable por parte del ISTS del manejo de los recursos:** Ing. Karina Castillo
- ✓ **Responsable por parte de los estudiantes de la carrera delegada del cobro y recaudación:** Srta. Karina Jaya
- ✓ **Cuanto se devolvió a cada estudiante por cuota del proyecto:** 20,49
- ✓ **Total Transferido a estudiantes:** \$3871,14
- ✓ **Saldo otorgado al departamento Financiero:** \$213,98.

DETALLE INFORME ECONÓMICO

Tabla 1. Capital inicial

CAPITAL INICIAL	
Los estudiantes de la tecnología superior en Gestión del Talento Humano y Turismo aportaron el capital para iniciar con las operaciones económicas de la empresa SAE	\$2050,00
<i>Documento de respaldo: Informe individual de los tutores de las carreras.</i>	
TOTAL CAPITAL INICIAL	\$2050,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

VENTA DE PRODUCTOS

Tabla 2. Ventas de Quiyak (Ingresos generados)

INGRESOS		
N° de Quiyak vendidos	Valor unitario (PVP)	Valor total
1592 Barras	\$1,25	\$1990,00
1592 Crunch	\$1,50	\$2388,00
Total Ingresos		\$4378,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

EGRESOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 3. Egresos incurridos en el desarrollo del producto.

EGRESOS Y GASTOS	
Detalle	Valor total
Egresos de producción, empaquetado y comercialización ANEXO 1	\$2050,00
Gastos de desarrollo del proyecto integrador ANEXO 2	\$226,88
Total egresos	\$2276,88

Documento de respaldo: Facturas, recibos, notas de venta, etc.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 4. Cuentas por cobrar estudiantes

CUENTAS POR COBRAR	
Detalle	Valor total
3 estudiantes no cancelaron el valor de los productos entregados de \$ 22,00 cada uno ANEXO 3	\$66,00
Total egresos	\$66,00

Documento de respaldo: Facturas, recibos, notas de venta, etc.

UTILIDAD DEL EJERCICIO

Tabla 5. Resumen de la Utilidad Real en efectivo

RESUMEN DE LA UTILIDAD NETA	
Detalle	Valor total

Total Ingresos por ventas	\$4312,00
(-) Costos y gastos	\$2276,88
Utilidad Neta del ejercicio	\$2035,12

Documento de respaldo: Registro de ventas, estado de cuenta, listado de estudiantes deudores

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 6.

UTILIDAD A ESTUDIANTES

Detalle	Valor total
La distribución de utilidades se desarrolló para los 194 estudiantes que cancelaron el proyecto a tiempo de 10,49	\$2036,06
Total de Utilidades	\$2035,06

Documento de respaldo: Facturas, recibos, notas de venta, etc.

TOTAL DE DEVUELTO/ TRANSFERENCIAS Y EFECTIVO POR ESTUDIANTE

Detalle	Valor total
Valor devuelto a cada estudiante Capital + Utilidades	\$20,49
Total de Utilidades	\$20,49

ANEXO 4. Documento de respaldo: Transferencias

Atentamente

Ing. Karina A. Castillo
DOCENTE ISTS

Karina Jaya
ESTUDIANTE ISTS

Servicios Administrativos Especializados (Sae)



Anexo 1. Registro De Costos Producto Quikak

Proveedor	Tipo de comprobante	N~ Comprobante	Detalle	Cant.	V/. Unit.	V/. Total
Jimenez Granda Jose Luis	Transferencia interbancaria		Pago de Etiquetas Quiyak	1	87,36	87,36
Mikhula Trade Cia. Ltda.	Transferencia interbancaria		Anticipo de Producto Quiyak	1	840,00	840,36
Mikhula Trade Cia. Ltda.	Transferencia interbancaria		Pago de Producto Quiyak	1	840,00	840,36
Jimenez Granda Jose Luis	Transferencia interbancaria		Pago de Etiquetas Quiyak	1	100,36	100,36
Pool	Nota de Venta		Packaging barras y crunch	3200	0,04	120,06
Economax	Factura	172694	Refrigerio estudiantes	1	11,28	11,28
Karlita Distribuciones	Factura	52477	Compra de fundas y cinta de emba.	1	4,50	4,50
TIA	Factura	1186484	Muestra de producto Quiyak	1	2,97	2,97
Ochoa Barnuevo Laura Enith	Factura	8533	Fundas 8 x 12	1	1,25	1,25
Karlita Distribuciones	Factura	52487	Fundas 8 x 12	1	2,50	2,50
Alma Lojana	Factura	11338	Transporte	1	36,00	36,00
Alma Lojana	Factura	11468	Transporte	1	3,00	3,00
TOTAL						\$ 2.050,00



Servicios Administrativos Especializados (Sae)

Anexo 2. Registro De Egresos (Gastos) Producto Quikak						
Proveedor	Tipo de comprobante	N~ Comprobante	Detalle	Cant.	V/. Unit.	V/. Total
Confecciones Adrianita	Nota de venta		Mascarillas para estudiantes prod.	1	30,00	30,00
Otelo	Nota de venta	389	Socialización de proyecto	1	34,25	34,25
Fiestas	Factura	34702	Presente Autoridades	1	28,66	28,66
Cyberpower	Recibo	0	Impresiones a color	1	1,00	1,00
Cyberpower	Recibo	0	Impresiones tarjetas	1	2,60	2,60
Electrónica Comercial María Jose	Factura	5445	Extesión	1	1,60	1,60
ISTS	Recibo	0	Impresiones	1	0,45	0,45
Quintu	Recibo cordinación	0	Productos extraviados	8	0,35	2,80
Quintu	Recibo cordinación	0	Productos extraviados	8	0,70	5,60
Banco de Loja	Nota de débito	0	Comisión por transferencias de otros bancos	37	0,22	8,14
Banco de Loja	Nota de débito	0	Comisión por transferencias de otros bancos	1	0,28	0,28
Sabores de mi tierra	Nota de Venta	1493	Refrigerio estudiantes/Distribución	1	17,50	17,50
Sabores de mi tierra	Nota de Venta	0	Refrigerio estudiantes/Video	1	14,00	14,00
Cierre de Rise	Doc. Impresos	1	Cierre del rise y baja de documentos	1	10,00	10,00
Pool	Nota de Venta	0	Impresión full color y empastado	1	70,00	70,00
TOTAL						\$ 226,88

Anexo 3. Listado de estudiantes por pagar el proyecto integrador quiyak

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	# PROD.	VALOR
1	706469087	MENA TORRES	JULIO MIGUEL	PRIMER PERIODO	D	A	\$ 10,00	16	\$ 22,00
3	1900390962	MACAS BARTIAN	PATRICIA ELIZABETH	CUARTO PERIODO	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
4	1105589822	SAMANIEGO GRANDA	JIMMY SANTIAGO	CUARTO PERIODO	N	B	\$ 10,00	16	\$ 22,00
TOTAL A COBRAR									\$ 66,00

LISTADO DE ESTUDIANTES QUE NO HAN RETIRADO SU UTILIDAD

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	UTILIDAD	TRANSFERIR
6	1104155310	JIMPIKIT JUEP	BETTY DANIELA	PRIMER PERIODO	D	A	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00
8	706469087	MENA TORRES	JULIO MIGUEL	PRIMER PERIODO	D	A	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00
10	1950036903	RIOS MEDINA	JHOICY NAYOMI	PRIMER PERIODO		A	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00
29	1900847656	VASQUEZ CRIOLLO	MERY JACKELINE	PRIMER PERIODO	N	B	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00
61	1104968456	FAJARDO JIMENEZ	PABLO ANDRES	TERCER PERIODO	D	A	\$ 10,00	\$ 10,49	\$ 20,49
64	1150413357	JARAMILLO CHAVEZ	EDISON RONALDO	TERCER PERIODO	D	A	\$ 10,00	\$ 10,49	\$ 20,49
66	1105932915	MAITA VIVANCO	KAROL LILIANA	TERCER PERIODO	D	A	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00

68	1105850141	MINGA MOROCHO	CRISTINA MICHELLE	TERCER PERIODO	D	A	\$	10,00	\$	10,49	\$	20,49
70	1106091547	MONTESINOS JACOME	DANIELA CAROLINA	TERCER PERIODO	D	A	\$	-	\$	10,49	\$	10,49
72	1106000282	ROJAS CUEVA	ANDRY MAURICIO	TERCER PERIODO	D	A	\$	10,00	\$	10,49	\$	20,49
98	1104345366	ABAD ARMIJOS	EDGAR ISRAEL	CUARTO PERIODO	D	A	\$	10,00	\$	10,49	\$	20,49
103	1105864134	CORONEL MALDONADO	NIXON JAVIER	CUARTO PERIODO	D	A	\$	10,00	\$	-	\$	10,00
108	1104963580	MAITA VIVANCO	KAREN PAOLA	CUARTO PERIODO	D	A	\$	10,00	\$	10,49	\$	20,49
177	1104860141	CASTRO CELI	MARIA JOSE	QUINTO PERIODO	N	B	\$	10,00	\$	10,49	\$	20,49
TOTAL PROYECTO INTEGRADOR										\$	213,92	

- **Poster científico**

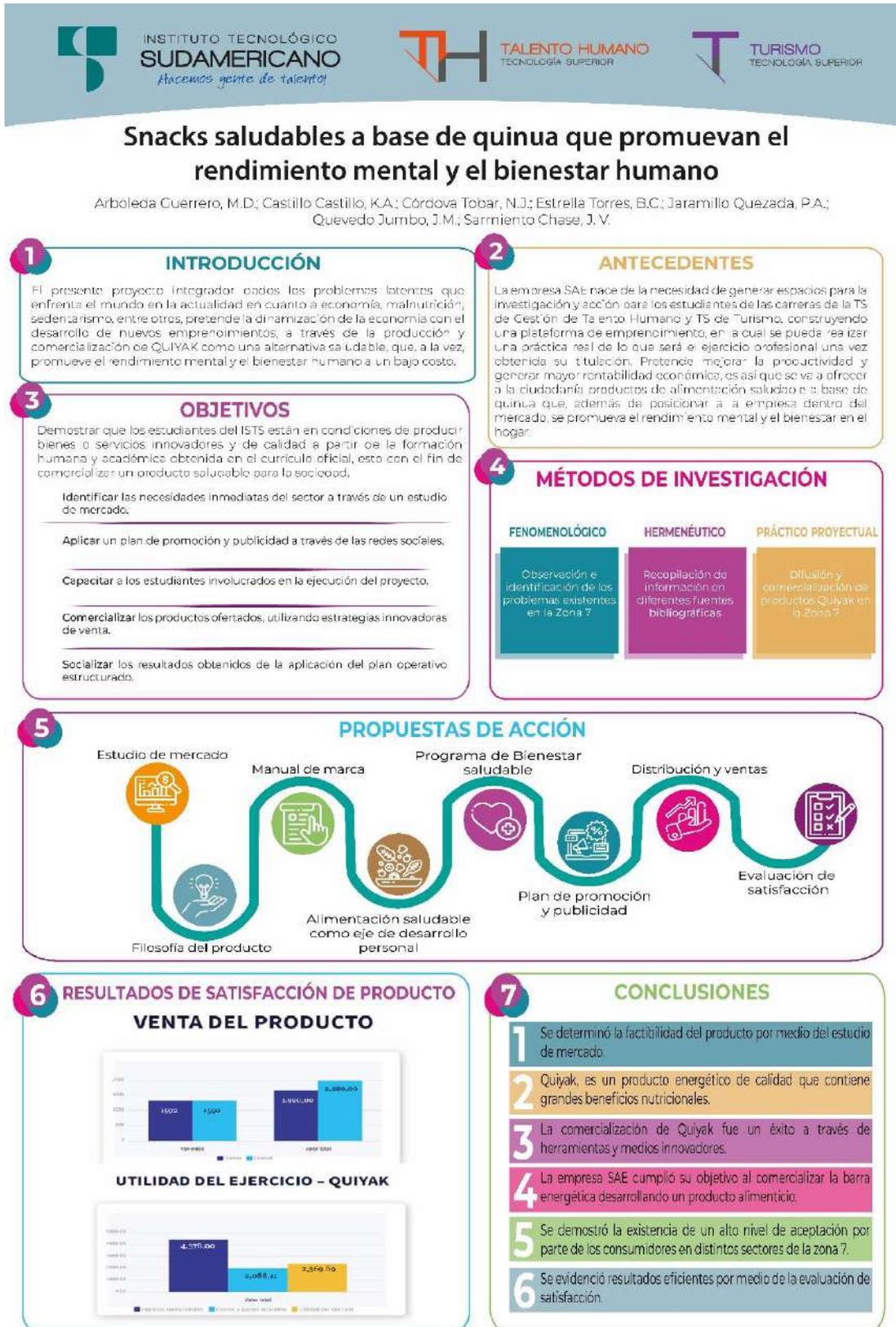


Figura 25: Poster científico

- **Acta de cesión de derechos**

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL PROYECTO INTEGRADOR DE LAS CARRERAS DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y TURISMO

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos del Proyecto Integrador de las Carreras de Gestión del Talento Humano y Turismo de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; la Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs en calidad de coordinadora de las Carreras de Gestión del Talento Humano y Turismo y Lic. María Dolores Arboleda Guerrero, Mgs, Ing. María Cristina Moreira Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs. Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo, Lic. Betty Catalina Estrella Torres, Ab. Pedro Alexis Jaramillo Quezada, Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase en calidad de docentes investigadores del proyecto integrador; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. – Los docentes investigadores, realizaron el proyecto integrador titulado “Implementación de una alternativa de alimentación saludable de la empresa SAE a través de una propuesta de snacks a base de quinua que promuevan el rendimiento mental y el bienestar humano en el hogar para el año 2020”, bajo la dirección de la Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs, en calidad de coordinadora.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos integradores se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA. - Los comparecientes Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs, en calidad de coordinadora de las carreras de Gestión del Talento Humano y Turismo y Lic. María Dolores Arboleda Guerrero, Mgs, Ing. María Cristina Moreira Sarmiento, Mgs, Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs, Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo, Lic. Betty Catalina Estrella Torres, Ab. Pedro Alexis Jaramillo Quezada, Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase como autores,

por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto integrador de fin de semestre titulado “Implementación de una alternativa de alimentación saludable de la empresa SAE a través de una propuesta de snacks a base de quinua que promuevan el rendimiento mental y el bienestar humano en el hogar para el año 2020”, a favor del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de febrero del año 2021.

.....

Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs
COORDINADORA DE LAS CARRERAS DE GESTIÓN DEL TALENTO
HUMANO Y TURISMO
C.I. 1103697692

.....

Lic. María Dolores Arboleda Guerrero, Mgs
AUTORA DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1104551476

.....

Ing. María Cristina Moreira Sarmiento, Mgs
AUTORA DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1103671853

.....
Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs
AUTOR DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1104288418

.....
Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo
AUTORA DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1104858616

.....
Lic. Betty Catalina Estrella Torres
AUTORA DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1103509301

.....
Ab. Pedro Alexis Jaramillo Quezada
AUTOR DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1104684491

.....
Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase
AUTOR DEL PROYECTO INTEGRADOR DE FIN DE SEMESTRE
C.I. 1105040222

- Evidencias estadísticas de redes sociales en cuanto a la promoción y aceptación de los productos y/o servicios

04/01/2021 11:10	IGRACIAS POR CONFIAR			6K		126 280	
30/12/2020 11:06	Que el nuevo año que se			4,7K		89 279	
23/12/2020 11:54	Que el espíritu de la			1K		12 57	
23/12/2020 11:05	Que el amor sea el			4,7K		46 265	
21/12/2020 11:09	Se acerca Navidad y aún			4,8K		84 272	
19/12/2020 12:53	QUIYAK, tu mejor alternativa			1,5K		28 222	
18/12/2020 11:05	Bolitas de Crunch a base			6,6K		112 346	
16/12/2020 11:01	Barra energética a			7,7K		125 398	
14/12/2020 11:01	QUIYAK, se enmarca en una			7K		99 377	
12/12/2020 11:15	¿Sabías acerca de los			6,3K		90 343	

Figura 26: Evidencias estadísticas Fan Page GTH

Gestión Talento Humano ISTS
Publicado por Joffre Sarmiento (1) · 16 de diciembre de 2020

Barra energética a base de quinoa, rica en proteínas y minerales con alto contenido nutricional, la mejor alternativa para continuar tu día con energía... 🌱💪

A continuación, te presentamos nuestro primer producto:
BARRA ENERGÉTICA QUIYAK 🌱 Ver más

Quiyak
Energía y vitalidad

Barra energética a base de quinoa, que ayuda al:

1. Incremento de energía.
2. Rendimiento mental.
3. Manejo eficaz del estrés.

• No contiene gluten.
• Fácil de digerir.
• Aporta un alto contenido de carbohidratos.

P.V.P \$1.25

7.738 Personas alcanzadas

398 Reacciones, comentarios y veces que se compartió

160 Me gusta	76 En publicación	84 En contenido compartido
50 Me encanta	32 En publicación	18 En contenido compartido
1 Me gusta menos	0 En publicación	1 En contenido compartido
50 Comentarios	41 En publicación	9 En contenido compartido
138 Veces que se compartió	120 En publicación	18 En contenido compartido

125 Clics en publicaciones

15 Visualizaciones de totos	0 Clics en el enlace	110 Clics de otro tipo
------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS
0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones

Figura 27: Promoción y aceptación de los productos y/o servicios



Figura 288: Promoción y aceptación de los productos y/o servicios



Figura 29: Promoción y aceptación de los productos y/o servicios

- Evidencias fotográficas

Producción



*Figura 30: Distribución y empaquetado de los productos.
Elaborado por: Estudiantes Quinto Ciclo Diurno de GTH.*



*Figura 31: Empaquetado de productos #1
Elaborado por: Estudiantes Quinto Ciclo Nocturno de GTH.*



*Figura 32: Empaquetado y distribución de productos #2.
Elaborado por: Estudiantes Quinto Ciclo de GTH.*

Distribución



*Figura 33: Venta y comercialización #1
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH.*



Figura 34: Venta y comercialización #2
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH.



Figura 35: venta y comercialización #3
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH y Turismo.



Figura 36: Venta y comercialización #3
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH y Turismo.

Evaluación y satisfacción del producto



Figura 37: Elaboración de encuestas de satisfacción #1
Elaborado por: Estudiantes Cuarto Ciclo de GTH Diurno



Figura 38: Elaboración de encuestas #2
 Elaborado por: Estudiantes Cuarto Ciclo de GTH Diurno

Quiyak
 Energía y vitalidad

EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN QUIYAK
 ENERGÍA Y VITALIDAD, PRODUCTO A BASE DE QUINUA LIBRE DE GLUTEN, ALTO EN PROTEÍNAS, VEGANO Y ORGÁNICO.
 *Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

janethchulinda@yahoo.es

1. ¿Cómo evalúas tu experiencia al consumir nuestros productos? *

Satisfactoria
 Medianamente satisfactoria
 Poco satisfactoria
 Insatisfactoria

2. ¿Cuál de los dos productos presentados (barra energética, crunch de chocolate blanco o negro) le pareció más agradable a su paladar? *

Barra energética
 Crunch de chocolate blanco o negro

3. El sabor de las barras energéticas le parece: *

Excelente

Smartphone screenshot details:
 Time: 4:41 PM
 Email: ingrid.baculima.96@gmail.com
 Question 1: ¿Cómo evalúas tu experiencia al consumir nuestros productos? *
 Satisfactoria
 Medianamente satisfactoria
 Poco satisfactoria
 Insatisfactoria
 Question 2: ¿Cuál de los dos productos presentados (barra energética, crunch de chocolate blanco o negro) le pareció más agradable a su paladar? *
 Barra energética
 Crunch de chocolate blanco o negro
 Question 3: El sabor de las barras energéticas le parece: *
 Excelente

Figura 39: Encuesta de satisfacción contestada
 Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH y Turismo



Figura 40: Evidencia de encuesta de satisfacción realizada
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de GTH y Turismo.

AV. MANUEL A. AGUIRRE Y ROCAFUERTE
ANGEL SANTIAGO PAUCAR RIERA
R.U.C. : 1104165897001
AGENTE DE RETENCION
RESOLUCION Nro NAC-DNCRASC20-0000001
FACTURA ELECTRONICA
AMBIENTE PRODUCCION OFFLINE
010220210111041658970012002005000034702003
5369414

LOJA 01/02/2021
FACTURA : 002-005-000034702
Sr.(a) ESTRELLA TORRES BETTY CATALINA
CED/RUC: 1103509301001 Hora: 16:41
Dir: ESPAÑA 24-90 ENTRE ARGENTINA Y CHILE
Tel: 2589983

CANT.	DESCRIPCION	V.U.	S-TOTAL
2.00	*CHOCOLATE PR	6.071	12.143
10.00	*CAJA METALIC	1.339	13.393
1.00	FUNDA DESPACH	0.000	0.000

DESCU. 0.00 % : 0.00
SUBTOTAL : 25.54
SUBT. IVA 12% : 25.54
SUBT. IVA 0% : 0.06
ICE : 0.06
IVA 12% : 3.06

TOTAL \$. 28.66
==FORMA DE PAGO==
SIN UTIL SIST.FINAN :28.66

CAMBIO \$: 1.34
No.Art.: 13 CAJ.INVITADO

REVISE SU COMPRA NO C
AMBIOS NI DEVOLUCIO

Consultas www.luca.ec Documentos

E C O N O M A X

18 de Noviembre 09-44 y Rocafuerte
ESWIN OLIVER SERRANO BALCAZAR
R.U.C. : 1103132112001
AGENTE DE RETENCION
Resolucion NAC-DMCRASC020-0000001
FACTURA ELECTRONICA
AMBIENTE PRODUCCION OFFLINE
0212202001110313211200120030060001726940
113168015

LOJA 02/12/2020
FACTURA : 003-006-000172694
Sr.(a) CORDOVA TOBAR NANCY JOHANA
CED/RUC: 1103697692 Hora: 10:23
Dir: LOS GERANIOS
Tel: 2104114

CANT.	DESCRIPCION	V.U.	S-TOTAL
3.00	*BRINKY X 12	0.804	2.411
12.00	*FRUTARIS MAN	0.196	2.357
12.00	*FRUTARIS PER	0.196	2.357
1.00	*GALAK BARRA	1.518	1.518
1.00	*MANICHO BARR	1.429	1.429

DESCU. 0.00 % : 0.00
SUBTOTAL : 10.07
SUBT. IVA 12% : 10.07
SUBT. IVA 0% : 0.00
ICE : 0.00
IVA 12% : 1.21

TOTAL \$. 11.28
==FORMA DE PAGO==
SIN UTIL SIST.FINAN :11.28

CAMBIO \$: 3.72
No.Art.: 29 CAJ.JESSICA TACURI

Nº. _____ Por US\$ 2.60

LOJA 01 FEBRERO del 20 21

Recibi de BETTY ESTRELLA

la cantidad de DOS DOLARES en 69 / 100 dólares.

por concepto de IMP CYBERPOWER COMPUTERS

IMP CYBERPOWER COMPUTERS
RUC: 9104099179001
José Patricia Guashin Peralta
Cel: 0994249578 Loja

ANEXOS

Consultas www.luca.ec Documentos

Figura 42: Evidencia facturas



Figura 43: Evidencia facturas

COOPERATIVA DE TRANSPORTE
"ALMA LOJANA"
 RUC.: 1190024934001

MATRIZ LOJA 001: Cuarto Castellano, Lauro Guerrero 11-10 y Azuay * 2571300 / 0989164059
 GUAYAQUIL 002: Km. 712, Lomas de Proserpina, Santa Beatriz, Terceira Av. s/n y s/n * 0963089384 / 0989164306
 QUITO NORTE 004: Collatoma, Av. Eloy Alfaro N 73 y Eucaliptos * 022479369
 QUITO SUR 003: Cda. Atahualpa, Alonso de Angulo S 10-50 entre Cesar
 Chiriboga y Pasaje Flores * 022614689 / 0989163409

RUC.: 1190024934001
 AGENTE DE RETENCION N° RESOLUCION 1
 FACTURA ELECTRONICA
 004002-000011338
 CLAVE DE ACCESO
 3011202001119002493400120040020000113381234567816

FECHA: 30/11/2020
 CLIENTE: CORDOBA TOBAR NANCY JOHANA
 RUC/CI: 1902697626
 DIRECCION: MIGUEL RIOFRIO ENTRE SUCRE Y BOLIVAR
 TELEFONO: 0991643433

REMITENTE: STEFANIA MORALES
 RECEDE: COPELINA NANCY
 DIRECCION: MIGUEL RIOFRIO Y SUCRE
 TELEFONO: 0991643433

Cant.	Clase.	Detalle de la Mercaderia	P. unitario	Valor de venta
		CAJAS PEQUEÑAS "ARRAS" DE CEREAL	3,00	36,00
SUBTOTAL			\$	36,00
DESCUENTO			\$	0,00
SUBT. NETO			\$	36,00
I.V.A. 12%			\$	0,00
TOTAL			\$	36,00

COBRO LOJA

NOTA: De acuerdo a la disposición del SRE según el Art. 859 del Reglamento de procedimientos de venta y retención, la entidad se retiene hasta el 5% del descuento de la emisión de la factura. Caso contrario se depositará el cobro total de la factura. Favor enviar por cta.

Revise todas sus facturas electrónicas en:
www.Tecsicom.net
 "Gracias por Preferimos"

SI EL CLIENTE NO PAGA EL SEGURO SU CARGA NO VIAJA ASEGURADA.
 CONTRATO DE TRANSPORTE ENTRE COOP. DE TRANSPORTE ALMA LOJANA, Y EL REMITENTE EL REMITENTE declara que es dueño de la carga y/o envío. Coop. Alma Lojana reconocerá por medio del seguro de carga un porcentaje del valor DECLARADO por el Remitente. El costo de la prima del seguro a cargo de EL REMITENTE será del 6% hasta el 1% del valor declarado.

Figura 45: Evidencia facturas

COOPERATIVA DE TRANSPORTE
"ALMA LOJANA"
 RUC.: 1190024934001

MATRIZ LOJA 001: Cuarto Castellano, Lauro Guerrero 11-10 y Azuay * 2571300 / 0989164059
 GUAYAQUIL 002: Km. 712, Lomas de Proserpina, Santa Beatriz, Terceira Av. s/n y s/n * 0963089384 / 0989164306
 QUITO NORTE 004: Collatoma, Av. Eloy Alfaro N 73 y Eucaliptos * 022479369
 QUITO SUR 003: Cda. Atahualpa, Alonso de Angulo S 10-50 entre Cesar
 Chiriboga y Pasaje Flores * 022614689 / 0989163409

RUC.: 1190024934001
 AGENTE DE RETENCION N° RESOLUCION 1
 FACTURA ELECTRONICA
 004002-000011468
 CLAVE DE ACCESO
 0412202001119002493400120040020000114681234567817

FECHA: 04/12/2020
 CLIENTE: CORDOBA TOBAR NANCY JOHANA
 RUC/CI: 1902697626
 DIRECCION: MIGUEL RIOFRIO ENTRE SUCRE Y BOLIVAR
 TELEFONO: 0991643433

REMITENTE: ESTEFANIA MORALES
 RECEDE: COPELINA NANCY
 DIRECCION: MIGUEL RIOFRIO ENTRE SUCRE
 BOLIVAR-0991643433

Cant.	Clase.	Detalle de la Mercaderia	P. unitario	Valor de venta
		PAQUETES PEQUEÑOS	3,00	3,00
SUBTOTAL			\$	3,00
DESCUENTO			\$	0,00
SUBT. NETO			\$	3,00
I.V.A. 12%			\$	0,00
TOTAL			\$	3,00

COBRO LOJA

NOTA: De acuerdo a la disposición del SRE según el Art. 859 del Reglamento de procedimientos de venta y retención, la entidad se retiene hasta el 5% del descuento de la emisión de la factura. Caso contrario se depositará el cobro total de la factura. Favor enviar por cta.

Revise todas sus facturas electrónicas en:
www.Tecsicom.net
 "Gracias por Preferimos"

SI EL CLIENTE NO PAGA EL SEGURO SU CARGA NO VIAJA ASEGURADA.
 CONTRATO DE TRANSPORTE ENTRE COOP. DE TRANSPORTE ALMA LOJANA, Y EL REMITENTE EL REMITENTE declara que es dueño de la carga y/o envío. Coop. Alma Lojana reconocerá por medio del seguro de carga un porcentaje del valor DECLARADO por el Remitente. El costo de la prima del seguro a cargo de EL REMITENTE será del 6% hasta el 1% del valor declarado.

Figura 46: Evidencia facturas

N° Por: \$ 0.45

Recibí de: María Dolores Arboleda

La cantidad de: 0.45 cts.

_____ dólares americanos

Por concepto de: Ingresiones.

Loja, 01 de Febrero del 2021

Total: 0.45 Abono: _____ Saldo: _____

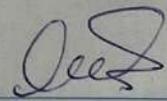

FIRMA AUTORIZADA
C.I. N°: _____

Figura 47: Evidencia facturas

 **MIKHUNA TRADE** Fecha Impresión: 17 Nov 2020 / 18:47 s

Dirección: Alberto Guerrero 1034-30 y Federico Paez Teléfono: 0050000 Usuario Impresión: ESAORNALES

Pedido de Cliente

Cliente: Instituto Superior Tecnológico Numero: PEC-0375
 Dirección: Instituto Superior Tecnológico Fecha pedido: 26/10/20 0:00
 Zona: Condición de Pago: 15 días
 Numero de 1 Vendedor:

Cantida	Codigo	Descripción	Peso U.	Peso	Valor U.	Valor
500.00	BACHIBA	BARRA DE QUINUA CON PIÑA Y COCO 35 g	0.000	0.00	0.35	200.00
500.00	BARECU2	BARRA DE QUINUA BANANO Y PASAS RUBIAS 35 g	0.000	0.00	0.35	200.00
500.00	QRUNCH1	QUNTU QRUNCH CHOCOLATE 95% CACAO FINO DE	0.000	0.00	0.70	500.00
500.00	QRUNCH2	QUNTU QRUNCH CHOCOLATE BLANCO ecu	0.000	0.00	0.70	500.00

ENTREGA PRODUCTOS PARA UNIVERSIDAD LOJA
 CUENTA MIKHUNA TRADE:
 BANCO PICHINCHA
 CUENTA AHORROS 2203241709
 RUC: 1792683424001

1680

Impuesto 0.00

Total 1,680.00

Total Peso Pedido: 0.00

MIKHUNA TRADE

Figura 48: Evidencia facturas



**COMPROBANTE DE TRANSACCION
TRANSFERENCIA INTERBANCARIA
VIA WEB**

Fecha/Hora : 2020/12/15 09:22:52
Cuenta Débito : XXXXXXX183
Tipo de Cuenta : CUENTA DE AHORROS
Nombre de Cuenta Débito : NANCY CORDOVA TOBAR
Identificación : 1103697692
Motivo Transferencia : PAGO ETIQUETAS QUIYAK
Valor : 87
Costo por servicio : 0.36
Total a Debitar : 87.36
Estatus de transferencia : APROBADO
Cuenta Credito : XXXXXXX573
Tipo Cuenta : AHORROS
Nombre Cuenta Credito : JIMENEZ JOSE GRANDA LUIS
Identificación Beneficiario : 1104084817
Institucion Receptora : BANCO PICHINCHA

Estimado Cliente:

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas

Figura 49: Evidencia facturas



**COMPROBANTE DE TRANSACCION
TRANSFERENCIA INTERBANCARIA
VIA WEB**

Fecha/Hora : 2020/12/07 18:02:41
Cuenta Débito : XXXXXXX183
Tipo de Cuenta : CUENTA DE AHORROS
Nombre de Cuenta Débito : NANCY CORDOVA TOBAR
Identificación : 1103697692
Motivo Transferencia : ANTICIPO PAGO ETIQUETAS
Valor : 100
Costo por servicio : 0.36
Total a Debitar : 100.36
Estatus de transferencia : APROBADO
Cuenta Credito : XXXXXXX573
Tipo Cuenta : AHORROS
Nombre Cuenta Credito : JIMENEZ JOSE GRANDA LUIS
Identificación Beneficiario : 1104084817
Institucion Receptora : BANCO PICHINCHA

Estimado Cliente:

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas

Figura 50: Evidencia facturas



**COMPROBANTE DE TRANSACCION
TRANSFERENCIA PAGO DIRECTO
VIA WEB**

Fecha/Hora : 2020/12/04 15:07:08
Cuenta Débito : XXXXXXX183
Tipo de Cuenta : CUENTA DE AHORROS
Nombre de Cuenta Débito : NANCY CORDOVA TOBAR
Identificación : 1103697692
Motivo Transferencia : CANCELACIÓN TOTAL PEDIDO LOJA
Valor : 840
Costo por servicio : 0.36
Total a Debitar : 840.36
Estatus de transferencia : APROBADO
Cuenta Credito : XXXXXXX769
Tipo Cuenta : AHORROS
Nombre Cuenta Credito : MIKHUNATRADE CIA.LTDA.
Identificación Beneficiario : 1792683424001
Institucion Receptora : BANCO PICHINCHA

Estimado Cliente:

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas

Figura 51: Evidencia facturas



**COMPROBANTE DE TRANSACCION
TRANSFERENCIA PAGO DIRECTO
VIA WEB**

Fecha/Hora : 2020/11/23 08:43:34
Cuenta Débito : XXXXXXX183
Tipo de Cuenta : CUENTA DE AHORROS
Nombre de Cuenta Débito : NANCY CORDOVA TOBAR
Identificación : 1103697692
Motivo Transferencia : ANTICIPO PEDIDO SUDAMERICANO
Valor : 840
Costo por servicio : 0.36
Total a Debitar : 840.36
Estatus de transferencia : APROBADO
Cuenta Credito : XXXXXXX769
Tipo Cuenta : AHORROS
Nombre Cuenta Credito : MIKHUNATRADE CIA.LTDA.
Identificación Beneficiario : 1792683424001
Institucion Receptora : BANCO PICHINCHA

Estimado Cliente:

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas

Figura 52: Evidencia facturas

- Seguimiento de actividades cumplidas

Tabla 39: Seguimiento de actividades cumplidas

ACTIVIDAD	MES DE EJECUCIÓN	SEMANA CONSIDERADA	DOCENTE RESPONSABLE
ESTUDIO DE MERCADO	Octubre	1	Ing. María Cristina Moreira
Definición de encuestas		2	
Levantamiento de información		3	
Aplicación y tabulación			
Análisis de resultados			
Determinación de demanda			
MARCO TEÓRICO			
Recopilación bibliográfica			
Bibliografía			
RECURSOS: HUMANOS	Octubre	4	Ing. Karina Castillo
Beneficiarios	Noviembre	5	Lic. Johana Córdova
Involucrados			Ing. Joffre Sarmiento
TECNOLÓGICOS			
Recursos requeridos			
ECONÓMICOS			
Presupuesto			
Inversión			
Gastos			
PROYECCIÓN: COSTOS	Noviembre	6	Ing. Karina Castillo
INGRESOS		7	Lic. Johana Córdova
Definición de la utilidad			Ing. Joffre Sarmiento
Capacitación: “Hábitos de alimentación saludable y entorno laboral”			
PLANEACIÓN	Noviembre	8	Ing. Karina Castillo
Planificación académica		9	Ing. Liceth Briceño
Actividades para cada estudiante participante			Tlg. Edwin Chuico
Etiquetado producto 1			Ing. Joffre Sarmiento
Etiquetado producto 2			Ing. Jackson
Lanzamiento del producto			Quevedo
Publicidad de los productos en la web			Lic. Johana Córdova
EJECUCIÓN	Diciembre	10	
Facebook Live,		11	Ing. Karina Castillo
Capacitación de		12	Ing. Joffre Sarmiento
Emprendimiento...Una		13	Lic. Johana Córdova
nueva alternativa de		14	Ab. Pedro Jaramillo
fortalecimiento económico.			
Lanzamiento del producto			
Publicidad de los productos en la web			
Comercialización y venta de los productos			

especializados al mercado potencial			
EVALUACIÓN	Enero	16	Ing. Jackson
Método digital de evaluación que mida la satisfacción del cliente en la compra de los productos.		17	Quevedo Lic. María Dolores Arboleda.
Análisis de ventas – determinación de utilidad.			
RETROALIMENTACIÓN	Febrero	18	Ing. Karina Castillo Abg. Pedro Jaramillo Ing. Joffre Sarmiento Lic. Betty Estrella. Lic. María Dolores Arboleda. Ing. Jackson Quevedo Lic. Johana Córdova
Socialización de resultados obtenidos y estructuración de plan de mejoras			

Elaborado por: Coordinación de Carrera

- **Matriz resumen evaluativa**

Semestre: Octubre 2020 – Marzo 2021

Carreras: Gestión de Talento Humano y Turismo

Tema del proyecto: “IMPLEMENTACIÓN DE UNA ALTERNATIVA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE DE LA EMPRESA SAE A TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE SNACKS A BASE DE QUINUA QUE PROMUEVAN EL RENDIMIENTO MENTAL Y EL BIENESTAR HUMANO EN EL HOGAR PARA EL AÑO 2020”

Tabla 40: Matriz resumen evaluativa

OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGÍA	PROPUESTA DE ACCIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS
Identificar las necesidades inmediatas del sector a través de un estudio de mercado que nos permita determinar la demanda de los productos ofertados por la empresa SAE para el año 2020.	Método Fenomenológico	Estudio de mercado previo al lanzamiento de los productos a base de Quinoa.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Buena acogida y aceptación del producto en el mercado.
Definir estrategias organizacionales mediante la aplicación de directrices administrativas y económicas para la gestión óptima de la empresa SAE que nos permita el cumplimiento de metas y objetivos a corto plazo.	Método Práctico Proyectual	Elaborar una filosofía empresarial para Quiyak como una identidad corporativa.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	QUIYAK, Una nueva alternativa saludable
Elaborar un snack a base de Quinoa para un buen desempeño personal y laboral.	Método Práctico Proyectual	Diseñar una marca, manual de marca y producto para ser comercializado.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Producto QUIYAK Marca Etiqueta Información Nutricional Packaging
Aplicar un proceso de marketing a través de las redes sociales para dar a conocer los		Elaboración de un plan de promoción y publicidad,	Encuesta de satisfacción a los clientes	Marketing en el FAN PAGE De Gestión de Talento

beneficios que nos proporciona la Quinua.	Método Práctico Proyectual	para ser ejecutado en redes sociales.		Humano- Loja con alcance a la Zona 7.
Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto a través del taller de EMPRENDIMIENTO : GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN para generar procesos efectivos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del proyecto.	Método Hermenéutico	Fortalecer las competencias relacionadas en sector de la comercialización, involucrando el uso de herramientas tecnológicas como redes sociales Producto Quiyak.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Capacitación de emprendimiento: gestión y comercialización
Comercializar los productos ofertados, utilizando estrategias innovadoras de venta para cubrir la demanda y obtener rentabilidad económica en la empresa SAE.	Método Hermenéutico	Fortalecer las redes sociales establecidas para la realización del marketing On Line de los productos de Quiyak.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Página de Facebook Whatsapp
Socializar los resultados obtenidos de la aplicación del plan operativo estructurado para la empresa SAE a través del cumplimiento de metas establecidas a corto plazo.	Método Práctico Proyectual	Presentación de resultados obtenidos en la ejecución y comercialización de los productos de Quiyak.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Resultados cuantitativos y cualitativos sobre la calidad del producto obtenido QUIYAK.

Elaborado por: Coordinación de Carrera

Elaborado por: Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase / Docente Investigador Responsable.

Revisado por: Ing. María Cristina Moreira, Mgs. / Coordinadora de Investigación ITSS

Aprobado por: Ing. Patricio Villamarín Coronel, Mgs. / Vicerrector Académico ITSS