



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE CATERING NUTRITIVO
PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

AUTOR: FLORES MEZA MARÍA FERNANDA

DIRECTOR: ING. VICTOR PACHACAMA

CODIRECTOR: ECON. JAIME PÉREZ

SANGOLQUÍ

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Victor Pachacama

Econ. Jaime Pérez

CERTIFICAN QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio para la creación de una empresa de servicio de catering nutritivo para instituciones educativas de la provincia de Imbabura ciudad Ibarra”, realizado por la señorita **MARÍA FERNANDA FLORES MEZA**, ha sido dirigido y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

Debido a la veracidad de los datos expuestos en el presente estudio y a la efectividad en operaciones que garantiza su aplicación, se recomendamos su publicación.

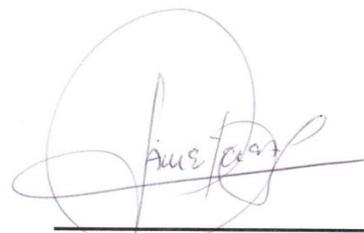
El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan la señorita **MARÍA FERNANDA FLORES MEZA** que se entregue al señor Ingeniero Carlos Sierra, en calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 2015



Ing. Victor Pachacama

DIRECTOR



Econ. Jaime Pérez

CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MARÍA FERNANDA FLORES MEZA

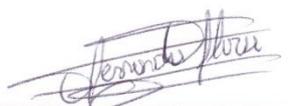
DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio para la creación de una empresa de servicio de catering nutritivo para instituciones educativas de la provincia de Imbabura ciudad Ibarra”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 2015



María Fernanda Flores Meza

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, FLORES MEZA MARÍA FERNANDA

Autorizo a la Universidad de Las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca de la Institución, del trabajo “Estudio para la creación de una empresa de servicio de catering nutritivo para instituciones educativas de la provincia de Imbabura, ciudad Ibarra”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 2015



María Fernanda Flores Meza

DEDICATORIA

Este Trabajo de Grado lo dedico a mis padres María y Fernando, por darme el ejemplo de superación, trabajo y esfuerzo, por creer en mí pese a las adversidades y siempre apoyarme en todo.

Esta tesis también va dedicada a mi hija Aylin Vela, que es mi motor de superación diaria, y mi incentivo para cumplir muchas más metas.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios, quién con su guía espiritual y bendiciones me dieron la fuerza necesaria para alcanzar una de mis metas.

Un agradecimiento especial a mis padres María y Fernando, quienes han sido mi motor y mayor inspiración, quienes con su aliento y apoyo me han motivado a cumplir mis metas.

A mi esposo Christian quien ha sido mi apoyo incondicional, con ideas consejos y ayuda en todo sentido. Agradezco, a mis profesores que durante toda mi vida estudiantil compartieron sus conocimientos y experiencias.

Al director de este estudio Ing. Victor Pachacama y al codirector Econ. Jaime Pérez por su apoyo, conocimiento y orientación; quienes han hecho posible que este trabajo llegue a su fin.

A mis amigas y amigos que durante estos años de convivencia estudiantil, han sabido brindar su amistad y apoyo sincero.

Y a todas y todos quienes de una u otra forma han colaborado para que este Trabajo de Grado se cristalice, agradezco de forma infinita su valiosa colaboración.

María Fernanda Flores Meza

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xix
CAPITULO I.....	20
1 Estudio de Mercado	20
1.1 Objetivos del estudio de Mercado	20
1.1.1 Objetivo General	20
1.1.2 Objetivos específicos	20
1.2 Identificación del Servicio	21
1.2.1 Características del Producto o Servicio.	21
1.2.2 Condiciones Higiénico Sanitarias.....	23
1.2.3 Historia del Catering.....	24
1.2.4 Definición de Catering	25
1.2.5 Tipo de servicio de Catering	25
1.2.6 Clasificación por su Uso	26
1.2.7 Clasificación por su efecto	27
1.2.8 Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial	27
1.3 Análisis de la Demanda.....	32
1.3.1 Investigación de Mercados.....	33
1.3.2 Segmentación de Mercado	33
1.3.3 Criterio de Segmentación.....	33
1.3.3.1 Tamaño del Universo	34
1.3.4 Comportamiento histórico de la demanda	35
1.3.5 Demanda Actual	35

1.3.5.1	Metodología de la investigación de campo	36
1.3.5.2	Estimación del universo	37
1.3.5.3	Cálculo de la probabilidad de aceptación y de rechazo	37
1.3.5.4	Determinación tamaño de la muestra	38
1.3.5.5	Encuesta Final.....	38
1.3.5.6	Fuentes de Recolección de Información	43
1.3.5.7	Procesar la Información.....	43
1.3.5.8	Conclusiones del Estudio de Mercado	64
1.3.5.9	Proyección de la Demanda	65
1.4	Análisis de la Oferta	66
1.4.1	Clasificación de la Oferta.....	66
1.4.2	Factores que afectan a la oferta	67
1.4.3	Comportamiento histórico de la oferta	67
1.4.4	Oferta Actual	68
1.4.5	Proyección de la Oferta.....	69
1.5	Determinación de la demanda insatisfecha	69
1.6	Comercialización	70
1.6.1	Estrategia de precios	71
1.6.2	Estrategias de promoción	71
1.6.3	Estrategias de servicio	71
1.6.4	Estrategias de producto	72
1.6.5	Estrategias de plaza.....	72
1.7	Análisis de precios.....	72
1.7.1	Factores que influyen en el comportamiento de los precios	73
1.7.2	Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen, forma de pago.....	73
1.7.3	Precios Actuales	74
1.8	Canales de Distribución	74
CAPITULO II.....		75
2	Estudio Técnico	74

2.1	Tamaño del Proyecto	75
2.1.1	Factores determinantes del tamaño.....	75
2.1.1.1	Condiciones del mercado	75
2.1.1.2	Disponibilidad de recursos financieros	75
2.1.1.3	Disponibilidad de Mano de obra.....	76
2.1.1.4	Disponibilidad de materia prima.....	76
2.1.1.5	Disponibilidad de tecnología	76
2.1.2	Definición de las capacidades de servicio.....	77
2.1.3	Definición de las capacidades de producción	77
2.2	Localización del Proyecto	77
2.2.1	Macro localización.....	78
2.2.2	Micro localización	78
2.2.2.1	Criterios de selección de alternativas	79
2.2.2.2	Matriz Locacional	80
2.2.2.3	Selección de la Alternativa Óptima.....	81
2.2.2.4	Plano de la Micro localización.....	81
2.2.3	Ingeniería del Proyecto	81
2.2.4	Diagrama de flujo del Servicio.....	82
2.2.5	Cadena de valor	84
2.2.6	Distribución de Planta.....	84
2.2.7	Requerimiento de mano de obra.....	85
2.2.8	Requerimiento De insumos y servicios.....	85
2.2.9	Requerimiento de Muebles y Enseres, Equipo de Computación	87
2.2.10	Requerimiento de enseres de Oficina	89
2.2.11	Equipos de Oficina y Computación.....	89
2.2.12	Requerimiento de Terreno.....	90
2.2.13	Requerimiento de movilidad	90
2.2.14	Requerimiento en seguridad.....	91
2.2.15	Requerimiento de servicios básicos.....	91
2.2.16	Requerimiento en otros gastos	92

2.3	Estimación de Costos de Inversión.....	92
2.3.1	Calendario de Ejecución del Proyecto.....	95
CAPITULO III.....		98
3	LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....	96
3.1	Base legal.....	96
3.1.1	Nombre o Razón Social.....	96
3.1.2	Logotipo.....	96
3.1.3	Slogan.....	97
3.1.4	Titularidad de propiedad de la empresa.....	97
3.2	Base filosófica de la empresa.....	99
3.2.1	Misión.....	99
3.2.2	Visión.....	100
3.2.3	Principios y valores corporativos.....	101
3.2.4	Principios.....	101
3.2.5	Valores.....	102
3.2.6	Objetivos estratégicos.....	102
3.2.7	Estrategias empresariales.....	103
3.2.8	La organización.....	104
3.2.8.1	Estructura Orgánica.....	104
3.2.8.2	Organigrama Estructural.....	105
3.2.8.3	Estructura Funcional y Posicional.....	105
3.2.8.4	Descripción de Funciones.....	106
CAPITULO IV.....		112
4	Estudio Financiero.....	111
4.1	Presupuesto.....	111
4.1.1	Presupuestos de Inversión.....	111
4.1.1.1	Activo fijo.....	111
4.1.1.2	Activos Diferidos.....	112
4.1.2	Capital de Trabajo.....	113

4.1.3	Cronograma de Inversiones.....	114
4.1.4	Presupuesto de Operación.....	115
4.1.4.1	Presupuesto de ingresos.....	115
4.1.4.2	Presupuesto de egresos.....	115
4.1.4.3	Depreciación de Activos Fijos.....	115
4.1.4.4	Amortización de activos diferidos.....	116
4.1.4.5	Mantenimiento de activos fijos.....	117
4.1.5	Costos y gastos.....	117
4.1.6	Punto de equilibrio.....	120
4.1.6.1	Punto de equilibrio económico.....	120
4.1.6.2	Punto de equilibrio de comercialización.....	121
4.1.7	Estado de origen y aplicación de recursos.....	121
4.1.8	Estructura de financiamiento.....	122
4.1.9	Amortización de deuda.....	123
4.2	Estados financieros proforma.....	123
4.2.1	Estados de resultados.....	123
4.2.1.1	Estado de resultado del proyecto.....	123
4.2.1.2	Estado de resultado del inversionista.....	124
4.2.2	Flujos netos de fondos.....	125
4.2.2.1	Flujo neto de fondos del proyecto.....	126
4.2.2.2	Flujo neto de fondos del inversionista.....	126
4.3	Evaluación financiera.....	128
4.3.1	Costo Promedio Ponderado Tmar.....	128
4.3.1.1	Tmar del proyecto.....	128
4.3.1.2	Tmar del inversionista.....	128
4.3.2	Valor Actual Neto VAN.....	129
4.3.2.1	VAN del proyecto.....	129
4.3.2.2	VAN del inversionista.....	130

4.3.3	Tasa Interna de Retorno TIR.....	130
4.3.3.1	TIR del proyecto	130
4.3.3.2	TIR del inversionista	131
4.3.4	Período de Recuperación	131
4.3.4.1	Período de recuperación del proyecto	132
4.3.4.2	Período de recuperación del inversionista	132
4.3.5	Relación Beneficio Costo R B/C.....	133
4.3.5.1	R B/C del proyecto.....	133
4.3.5.2	R B/C del inversionista.....	133
4.3.6	Análisis de sensibilidad.....	134
4.3.7	Resumen de la Evaluación Financiera	135
CAPÍTULO V	136
5.1.1	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	136
5.1.1.1	Conclusiones.....	136
5.1.1.2	Recomendaciones.....	137

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1:	Tabla de indicadores de Contenido de Componentes.....	22
Cuadro 1.2:	Criterios de Segmentación de Mercados.....	34
Cuadro 1.3:	Demanda Actual.....	36
Cuadro 2.1:	Matriz Locacional.....	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1:	Tamaño Universo.....	35
Tabla 1.2:	Demanda Histórica de Estudiantes.....	35
Tabla 1.3:	Prueba Piloto-Proporciones P&Q.....	37
Tabla 1.4:	Género.....	44
Tabla 1.5:	Sector donde usted reside.....	45
Tabla 1.6:	Edad.....	46

Tabla 1.7: ¿Conoce usted la importancia de comer saludablemente?.....	47
Tabla 1.8: ¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de break en su Institución Educativa?.....	48
Tabla 1.9: ¿Qué alimentos componen su lunch diario?.....	49
Tabla 1.10: ¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?.....	50
Tabla 1.11: ¿Qué alimentos predominan más en el bar estudiantil que usted compra?.....	51
Tabla 1.12: ¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?.....	52
Tabla 1.13: ¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace su pedido?.....	53
Tabla 1.14: ¿El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios?.....	54
Tabla 1.15: ¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes?.....	55
Tabla 1.16: ¿En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en su bar estudiantil?.....	56
Tabla 1.17: ¿En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos que se venden en el mismo?.....	57
Tabla 1.18: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho lunch?.....	58
Tabla 1.19: ¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?.....	59
Tabla 1.20: ¿Qué alimentos le gustaría que se vendan en su bar estudiantil?.....	60
Tabla 1.21: ¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un alimento en el bar estudiantil?.....	61
Tabla 1.22: ¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?.....	62
Tabla 1.23: ¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?.....	63
Tabla 1.24: Proyección de la Demanda de Estudiantes.....	66
Tabla 1.25: Comportamiento Histórico de la oferta.....	68
Tabla 1.26: Oferta Actual.....	68

Tabla 1.27: Proyección de la oferta.....	69
Tabla 1.28: Demanda Insatisfecha.....	70
Tabla 2.1: Requerimiento de Mano de obra.....	85
Tabla 2.2: Requerimiento de Empaques.....	86
Tabla 2.3: Requerimiento de Suministros de Oficina.....	87
Tabla 2.4: Requerimiento de Materiales de Limpieza.....	87
Tabla 2.5: Requerimiento de Muebles de Oficina y Cocina.....	88
Tabla 2.6: Requerimiento de Enseres de Oficina y Producción.....	89
Tabla 2.7: Requerimiento de Equipos de Computación.....	89
Tabla 2.8: Requerimiento de Terreno.....	90
Tabla 2.9: Requerimiento de Movilidad.....	90
Tabla 2.10: Requerimiento de Combustible.....	90
Tabla 2.11: Requerimiento Mantenimiento Camión.....	91
Tabla 2.12: Requerimiento de Seguridad.....	91
Tabla 2.13: Requerimiento Servicios Básicos.....	92
Tabla 2.14: Requerimienrto en otros gastos.....	92
Tabla 2.15: Inversión de Activos Fijos.....	93
Tabla 2.16: Inversión en Activo Diferido.....	93
Tabla 2.17: Inversión en Capital de Trabajo.....	94
Tabla 2.18: Total Costo De Inversión.....	94
Tabla 3.1: Clasificación CIIU.....	99
Tabla 4.1. Inversión en Activo Fijo.....	112
Tabla 4.2. Inversión en Activo Diferido.....	113
Tabla 4.3. Inversión Capital de Trabajo.....	113
Tabla 4.4. Cronograma de Inversiones.....	114
Tabla 4.5. Presupuesto de Ingresos.....	115
Tabla 4.6. Depreciación de Activos Fijos.....	116
Tabla 4.7. Amortización de Activos Diferidos.....	116
Tabla 4.8. Mantenimiento de Activos Fijos.....	117
Tabla 4.9. Costos de Venta.....	117
Tabla 4.10. Costos Operacionales y no Operacionales.....	118
Tabla 4.11. Gastos Operacionales y no Operacionales.....	119

Tabla 4.12. Presupuesto de Egresos.....	120
Tabla 4.13. Punto de Equilibrio Económico.....	121
Tabla 4.14. Punto de Equilibrio de Comercialización.....	121
Tabla 4.15. Estado de Origen y Aplicación de Recursos.....	122
Tabla 4.16. Estructura de financiamiento.....	122
Tabla 4.17. Amortización del Préstamo.....	123
Tabla 4.18. Estado de Resultado del Proyecto.....	124
Tabla 4.19. Estado de Resultado del Inversionista.....	124
Tabla 4.20. Flujo de Caja del Proyecto.....	126
Tabla 4.21. Flujo de Caja del Inversionista.....	127
Tabla 4.22. Determinación Tmar del Proyecto.....	128
Tabla 4.23. Determinación Tmar del Inversionista.....	129
Tabla 4.24. VAN del Proyecto.....	129
Tabla 4.25. VAN del Inversionista.....	130
Tabla 4.26. TIR del Proyecto.....	131
Tabla 4.27. TIR del Inversionista.....	131
Tabla 4.28. Periodo de Recuperación del Proyecto.....	132
Tabla 4.29. Periodo de Recuperación del Inversionista.....	132
Tabla 4.30. Relación Beneficio Costo del Proyecto.....	133
Tabla 4.31. Relación Beneficio Costo del Inversionista.....	134
Tabla 4.32. Análisis de Sensibilidad del Proyecto.....	135
Tabla 4.33. Análisis de Sensibilidad del Inversionista.....	135
Tabla 4.34. Resumen de Indicadores Financieros.....	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Encuesta Piloto.....	39
Figura 1.2: Encuesta Final.....	42
Figura 1.3: Género.....	44
Figura 1.4: Sector donde usted reside.....	45
Figura 1.5: Edad.....	46
Figura 1.6: Conoce Usted la importancia de comer Saludablemente?.....	47

Figura 1.7: ¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de break en su Institución Educativa?.....	48
Figura 1.8: ¿Qué alimentos componen su lunch diario?.....	49
Figura 1.9: ¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?.....	50
Figura 1.10: ¿Qué alimentos predominan más en el bar estudiantil que usted compra?.....	51
Figura 1.11: ¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?.....	52
Figura 1.12: ¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace pedido?.....	53
Figura 1.13: ¿El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios?.....	54
Figura 1.14: ¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes?.....	55
Figura 1.15: ¿En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en Su bar estudiantil?.....	56
Figura 1.16: ¿En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos Que se venden en el mismo?.....	57
Figura 1.17: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho lunch?.....	58
Figura 1.18: ¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?.....	59
Figura 1.19: ¿Qué alimentos le gustaría que se vendan el su bar estudiantil?.....	60
Figura 1.20: ¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un Alimento en el bar estudiantil?.....	61
Figura 1.21: ¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?.....	62
Figura 1.22: ¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?.....	63
Figura 2.1: Ubicación Macrológica en la Provincia de Imbabura.....	78
Figura 2.2: Plano de Micro localización.....	81
Figura 2.3: Elementos del Diagrama de Flujo.....	82
Figura 2.4: Cadena de Valor.....	84

Figura 2.5: Distribución de la Planta.....	84
Figura 3.1: Logotipo.....	97
Figura 3.2: Slogan.....	97

RESUMEN

En el Ecuador existen varias empresas que brindan el servicio de catering social, pero no existe empresas de catering nutritivo para bares estudiantiles en la ciudad Ibarra, frente a esta realidad del mercado, se ha considerado como idea de negocio una empresa de servicio para estudiantes de planteles educativos Fiscales, que cumplan con la regulación de Bares Estudiantiles vigente en el Ecuador. Este servicio está enfocado principalmente a menús variados con alimentos nutritivos, evitando la comida rápida. El primer capítulo establece la formulación y justificación del problema. El estudio de Mercado, se determinó que la demanda actual es de 24.442 estudiantes, de colegios y escuelas Fiscales de la ciudad de Ibarra, y la demanda insatisfecha es de 18.794 estudiantes. En el estudio de la empresa presenta los requisitos para su constitución, formación, razón social, imagen, direccionamiento y estructura. La empresa NutriSalud Cia. Ltda, enfocada a cuidar la salud y el bienestar de los estudiantes, mediante el consumo adecuado de alimentos. De igual manera, el estudio técnico permitió determinar la mejor localización de la empresa, utilizando el método cualitativo por puntos, que consiste en asignar una ponderación de peso relativo a una serie de factores de localización, en donde la mejor alternativa para la empresa es en el sector sur de la ciudad de Ibarra. Finalmente El estudio Financiero refleja la Rentabilidad y factibilidad del negocio en donde se obtuvo el VAN, la TIR y la RB/C positivos, determinándose que el proyecto es viable. Se requiere de una inversión inicial de \$84.248,81 los cuales van a ser financiados el 40% con recursos propios y el 60% con crédito en la Corporación Financiera Nacional a 5 años con una tasa del 9,6 % anual.

PALABRAS CLAVES:

- **SERVICIO**
- **CATERING NUTRITIVO**
- **BARES ESTUDIANTILES**
- **REGULACIÓN**
- **INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

ABSTRACT

In Ecuador there are several companies that provide social service catering, but there is no nutritional companies catering for student bars in town Ibarra, facing this market reality, has been considered as business idea a service company for students Prosecutors educational institutions that comply with current regulation Student Bars in Ecuador. This service is aimed primarily at varied menu with nutritious foods, avoiding fast food. The first chapter sets the formulation and justification of the problem. The market study, it was determined that the current demand is 24,442 students, colleges and schools Prosecutors Ibarra, and the unmet demand is 18,794 students. In the study of the company presents the requirements for its establishment, training, company name, picture, address and structure. The company NutriSalud Cia Ltda., Focused on health care and welfare of students, through proper food consumption. Similarly, the technical study allowed us to determine the best location for the company, using the qualitative method for points, which consists of assigning a weight to weight on a number of factors of location, where the best alternative for the company is in the area south of the city of Ibarra. Finally the study reflects the profitability and feasibility of the business where the VAN was obtained, the TIR and RB/C positive, determined that the project is viable. It requires an initial investment of \$ 84,248.81 which will be financed with 40% equity and 60% with credit in the National Financial Corporation to five years with a rate of 9.6% annually.

KEYWORDS:

- **SERVICE**
- **CATERING NUTRITIVO**
- **STUDENT CLUBS**
- **REGULATION**
- **EDUCATIONAL INSTITUTIONS**

CAPÍTULO I:

1 Estudio de Mercado

Este capítulo está orientado a conocer el comportamiento de los consumidores y oferentes a través de la identificación de la oferta y demanda existentes en el mercado, a efectos de identificar la existencia de una demanda insatisfecha e implementar el mecanismo más apropiado para satisfacer ese requerimiento.

En la presente investigación, el análisis de este capítulo permitirá determinar la factibilidad de incurrir en una inversión para la puesta en marcha de un establecimiento localizado en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, que se dedique a la producción y venta de alimentos nutritivos dentro de las instituciones educativas.

1.1 Objetivos del estudio de Mercado

1.1.1 Objetivo General

Identificar las condiciones del mercado, las características del servicio que se pretende colocar en el mercado y demostrar que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda del servicio de catering de comida saludable que justifique la inversión del proyecto.

1.1.2 Objetivos específicos

Determinar el perfil de los usuarios, para conocer que género y edad del mismo, tienen más interés en cuanto a consumo de comida saludable.

Investigar las costumbres de alimentación de los estudiantes, para conocer la forma en la cual se alimentan, y poder determinar si sus consumos son adecuados a la edad de los mismos, según la tabla de porcionamiento de Regulación de Bares Estudiantiles Vigentes.

Determinar los productos de mayor consumo en los estudiantes dentro de los bares estudiantiles, para de esta forma saber que productos tendrían mejor aceptación dentro del bar.

Conocer la forma de expendio preparación y distribución de los alimentos dentro del bar, para conocer fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con las que se puede encontrar la nueva empresa.

Conocer el precio más aceptado por los estudiantes por los productos ofertados, para saber hasta cuanto es la capacidad adquisitiva de los estudiantes.

Determinar el comportamiento de los potenciales clientes frente al producto a ofertarse, para saber si la nueva empresa tendrá aceptación o no en el mercado.

1.2 Identificación del Servicio

Es la descripción detallada y completa del producto o servicio objeto de estudio, con el fin de proporcionar una visión clara, que facilite el desarrollo de la investigación

El servicio consiste en ofrecer a los estudiantes de las instituciones educativas públicas (jardín, primaria, secundaria de la ciudad de Ibarra) el servicio de catering de comida saludable de alta calidad, preparados dentro de sus instituciones.

Se adaptará el servicio de catering a las necesidades de los clientes, buscando crear un ambiente personal, en función de sus gustos y preferencias, y contando siempre con el sello de distinción y exclusividad que la empresa imprimirá en todos sus productos.

1.2.1 Características del Producto o Servicio.

La característica primordial del servicio es ofrecer comida saludable dentro de los bares estudiantiles, manejando alimentos con alto contenido nutritivo, apoyado en la lista de alimentos permitidos dentro de la regulación de bares estudiantiles vigente en el Ecuador.

El servicio ofertado es la colocación de bares saludables en los establecimientos educativos de la ciudad de Ibarra con el debido consentimiento de las autoridades a cargo.

Los alimentos y bebidas naturales que se preparen y expendan en los bares escolares, deberán ser naturales, frescos, nutritivos y saludables como frutas, verduras, hortalizas, cereales, leguminosas, tubérculos, lácteos semidescremados o descremados, pescado, carnes, aves, huevos y semillas oleaginosas; con características de inocuidad y calidad, para lo cual el prestador del servicio de expendio de alimentos y bebidas en los bares escolares y su personal aplicarán medidas de higiene y protección.

Además se promoverá el consumo de agua segura que es aquella apta para el consumo humano.

Las bebidas y los alimentos procesados que se expendan en los bares escolares contarán con registro sanitario vigente, estarán rotulados y tendrán la declaración nutricional correspondiente, de conformidad con la normativa nacional vigente.

En los bares escolares se expendarán únicamente alimentos procesados con concentraciones bajas y medias de grasas, azúcares y sal (sodio). Se prohíbe el expendio de alimentos con altas concentraciones de dichos componentes. Para la valoración del alimento procesado se debe referir a la siguiente Cuadro 1.1:

Cuadro 1.1:

Tabla de indicadores de Contenido de Componentes

TABLA INDICADORES DE CONTENIDO DE COMPONENTES

NIVEL	CONTENIDO "BAJO"	CONTENIDO "MEDIO"	CONTENIDO "ALTO" PROHIBIDO
COMPONENTES			
Grasas totales	Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos	Mayor a 3 gramos y menor a 20 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 1,5 gramos y menor a 10 gramos en 100 mililitros.	Igual o mayor a 10 gramos de en 100 mililitros
Grasas Saturadas	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 gramos	Mayor a 1,5 gramos y menor a 5 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 5 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 0,75 gramos en 100 mililitros	Mayor a 0,75 gramos y menor a 2,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 2,5 gramos en 100 mililitros
Azúcares Totales	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos	Mayor a 5 gramos y menor a 15 gramos. en 100 gramos.	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 2,5 gramos. y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros
Sal (sodio)	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 gramos	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos
	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 mililitros	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros

1.2.2 Condiciones Higiénico Sanitarias

Es responsabilidad de los prestadores del servicio de expendio de alimentos y bebidas en los bares escolares evitar la descomposición prematura y el vencimiento de los alimentos y bebidas antes de su expendio, debiendo aplicar el método PEPS (“Lo primero que entra es lo primero que sale”).

Todos los alimentos y bebidas se almacenarán de acuerdo a sus características para garantizar su frescura e inocuidad. Se conservarán en congelación, refrigeración o en ambiente fresco y seco, en vitrinas adecuadas o recipientes limpios con tapa, a fin de protegerlos de agentes contaminantes, tomando en especial consideración aquellos de alto riesgo epidemiológico.

Los equipos y utensilios destinados a la preparación y transporte de alimentos serán de material resistente, inoxidable y anticorrosivo, fáciles de limpiar, lavar y desinfectar. Los utensilios se almacenarán en estanterías o vitrinas, al igual que la vajilla y cualquier otro instrumento que se use para la manipulación, preparación y expendio de alimentos.

El aseo y mantenimiento del menaje se realizará con la periodicidad y en las condiciones que establece la normativa sanitaria vigente. En caso de usar vajilla descartable, esta será preferentemente de material biodegradable que no contamine el ambiente.

Los productos químicos de limpieza y desinfección que se utilicen en el bar escolar, se almacenarán en un área exclusiva y de acceso restringido solo para personal autorizado.

Para el transporte de alimentos y bebidas se utilizarán recipientes limpios con tapa de seguridad, a fin de evitar su contaminación o deterioro, manteniendo una temperatura adecuada, según el tipo de alimento.

Los alimentos y bebidas, para su expendio se manipularán mediante utensilios o pinzas limpias, de acero inoxidable o plástico y se servirán en envases desechables o en su empaque original. En caso de utilizar vajilla retornable, su limpieza se realizará con agua potable o agua segura y detergente para vajilla.

Es requisito fundamental que los prestadores del servicio de expendio de alimentos y bebidas en los bares escolares, así como sus empleados, previo al ejercicio de su actividad, cuenten con el certificado de salud vigente.

Este certificado será expedido por la autoridad sanitaria competente y deberá ser actualizado cada año, sin perjuicio de la realización de otros programas de medicina preventiva que se implementen o lleven a cabo.

Todo el personal que labore en los bares escolares observará las siguientes medidas básicas de higiene y protección:

Impedir el acceso de personas extrañas a las áreas de preparación y manipulación de alimentos;

- Usar uniforme de color claro, limpio y en buen estado.
- Mantener sus manos limpias, uñas cortas, sin pintura y sin joyas o accesorios.
- Llevar el cabello recogido y gorro protector de color claro, limpio y en buen estado mientras realiza sus actividades en el bar escolar.
- No manipular simultáneamente dinero y alimentos.
- Lavarse las manos con agua potable o segura, jabón y desinfectarse antes de comenzar el trabajo, cada vez que regrese al área asignada para su labor, después de usar el servicio higiénico y después de manipular cualquier material u objeto diferente a la actividad que realiza.

1.2.3 Historia del Catering

Su origen se remonta al cuarto milenio en China, consistía en proveer de alimentos de forma gratuita. En Roma, este servicio se utilizó para abastecer a los soldados y más tarde a los viajeros a lo largo de las rutas comerciales. En la Edad Media los monasterios ofrecen servicios de catering a los cristianos en sus peregrinaciones. Esto condujo a una expansión de la restauración en todo el continente europeo.

Este servicio también fue común en Asia a lo largo del recorrido de la Ruta de la Seda y las Especias. Más tarde, estos servicios comenzaron a cobrar por sus servicios

y no sólo consistía en proveer de alimentos, sino también en presentarlos con gran estilo. Los griegos fueron los primeros en ofrecer servicios de hospitalidad a gran escala como una empresa comercial.

En el siglo XV este servicio se hizo tan popular en Alemania que entraron en vigor regulaban la calidad de los alimentos y la cerveza en los albergues y posadas.

Más tarde en el mundo de la aviación se generalizó el término inglés con el que se conoce este servicio.

1.2.4 Definición de Catering

El catering puede ser definido como el servicio que ofrece un determinado tipo de comida en eventos de diferentes características. Para ser servido propiamente, el catering debe siempre ser contratado con anterioridad de modo que tanto los clientes como los profesionales del área puedan acordar las opciones de alimentos a servir, la cantidad, el costo y otros elementos relativos a la cuestión.

El catering se compone por lo general de productos y alimentos de diversas características. Si bien en la mayoría de los casos el catering consta de alimentos pequeños y fáciles de consumir como, empanadas, sándwiches de miga, calentitos y demás, el servicio de catering también puede componerse de platos de gran elaboración que se sirven como en un restaurante y que deben ser acompañados por las bebidas y guarniciones apropiadas.

1.2.5 Tipo de servicio de Catering

Catering aperitivo: su duración es de 15 a 30 minutos y se calculan dos bocados por persona.

Catering coctel: El horario estimado de realización es de 11 a 13 o de 19 a 21 horas. Se calculan de quince a veinte bocados por personas; salados 2/3 y dulce 1/3.

Catering recepción: su duración aproximada es de tres horas, su realización se efectúa a las 20 horas. Se calculan de dieciocho a veinte bocadillos por persona; salados 2/3 y dulce 1/3.

Catering recepción buffet: su duración es de tres horas, el horario estimado es a las 20 horas. Se proveen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

Catering recepción, comida o banquete: su duración es de seis a ocho horas (evento prolongado), su horario estimado es de 22 horas. Los bocados son seis por persona para la recepción. Luego la cena: entrada, plato principal, postre, servicio de café, brindis, mesa de dulce y final de fiesta.

Catering desayuno de trabajo: puede ser continental o americano, se calculan tres a cinco piezas por hora.

Catering Brunch: es la combinación del desayuno y el almuerzo, su horario estimado es a las 11 horas y su duración es de una hora y media.

Catering Vernissage: se realiza en una inauguración de una muestra pictórica. Se ofrece champagne, vino y dos bocados por persona.

Catering vino de honor: su horario estimado es de 11:30 a 12:30 horas o de 18 a 19 horas.

1.2.6 Clasificación por su Uso

Según (TUCKER, 2002), los bienes y servicios se clasifican en:

Bienes de consumo final.- Bienes y servicios terminados producidos para el consumidor final.

Bienes intermedios.- Bienes y servicios utilizados como insumos para la producción de bienes finales.

Bienes de capital.- Aquellos que no se destinan al consumo, sino a seguir el proceso productivo, en forma de auxiliares o directamente para incrementar el patrimonio material o financiero (capital).

El servicio de catering de comida saludable para instituciones educativas de la ciudad de Ibarra que prestará la empresa es de consumo final ya que el principal objetivo es la preparación de alimentos para el consumo final.

1.2.7 Clasificación por su efecto

Según (TUCKER, 2002), los bienes y servicios se clasifican en:

Bienes Innovadores.- Son bienes realmente originales, esto quiere decir, que nadie los ha fabricado o ideado antes y que traerán mejoras a las vidas de los compradores

Bienes Similares.- Son bienes que ya existen en el mercado.

Bienes sustitutos.- Bien que compite con otro por las compras del consumidor. Como resultado, existe una relación directa entre un cambio en el precio de un bien y la demanda de su bien “competidor

Por su efecto, la empresa brindará un servicio sustituto/ complementario al ofrecido por restaurantes y bares clásicos, ya que el servicio de catering ya existe en el mercado, pero el mismo se adaptará a un refrigerio nutritivo para el expendio dentro de bares estudiantiles, en el cual se sustituye la comida con bajo grado nutricional por comida saludable.

Para el servicio de catering los productos complementarios serian alimentos adicionales a los ofertados dentro del refrigerio nutritivo, pueden ser bebidas y alimentos fuera del menú diario.

1.2.8 Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial

- *Técnica*

Según el Reglamento de regulación de Bares Estudiantiles No.0005-14

Acuerdan:

**EXPEDIR EL REGLAMENTO PARA EL CONTROL DEL
FUNCIONAMIENTO DE BARES ESCOLARES DEL SISTEMA NACIONAL
DE EDUCACIÓN**

ÁMBITO, OBJETO Y DEFINICIÓN

Art. 1.- **Ámbito.**- El presente Reglamento es de aplicación obligatoria en los bares de las instituciones educativas públicas, fiscomisionales y particulares de todos los niveles del Sistema Nacional de Educación del país.

Art. 2.- **Objeto.**- El presente Reglamento tiene por objeto:

- Establecer los requisitos para el funcionamiento de los bares escolares, su administración y control;
- Controlar el cumplimiento de los parámetros higiénicos e indicadores nutricionales que permitan que los alimentos y bebidas que se preparan y expenden en los bares escolares sean sanos, nutritivos e inocuos;
- Promover prácticas alimentarias saludables en el sistema nacional de educación;
- Priorizar actividades de prevención y promoción de la salud al interior de las instituciones educativas; y,
- Fomentar prácticas de vida saludable.

Art. 3.- **Definición.**- Los bares escolares son locales que se encuentran dentro de las instituciones educativas, atendidos por prestadores de servicios debidamente contratados y autorizados para la preparación y expendio de alimentos y bebidas, naturales y/o procesados.

Los alimentos y bebidas a expendirse por los bares escolares deben ser inocuos y deben contribuir a una alimentación nutritiva, variada y suficiente a sus usuarios.

CARACTERIZACIÓN DE LOS BARES ESCOLARES

Art. 4.- Los bares escolares, según su dimensión y el tipo de servicio que prestan, se clasifican en:

Punto de expendio: Local cerrado con una superficie no mayor a seis (6) metros cuadrados, autorizado únicamente para el expendio de alimentos y bebidas naturales

previamente preparados y/o procesados; dependiendo de la naturaleza de los alimentos contará con una adecuada cadena de frío que garantice la conservación de los mismos. No requiere del permiso de funcionamiento, pero está sujeto al control sanitario correspondiente;

Bar escolar simple: Local cerrado, con una superficie no mayor a dieciséis (16) metros cuadrados, en el cual a más de expendirse alimentos y bebidas procesadas, pueden prepararse y expendirse alimentos y bebidas naturales, siempre que cumplan con las condiciones y parámetros descritos en el presente Reglamento; para su actividad requiere del permiso de funcionamiento; y,

Bar escolar comedor: Local cerrado cuyas dimensiones superan los dieciséis (16) metros cuadrados, y que cuenta con equipamiento e infraestructura completa, tanto para la preparación y conservación de alimentos y bebidas como para el consumo de los mismos en sus propias instalaciones; contarán con espacio suficiente para servicios higiénicos de hombres y de mujeres, con sus lavamanos respectivos, los mismos que estarán aislados físicamente de las áreas de elaboración, servicio y almacenamiento de los alimentos; para su actividad requiere del permiso de funcionamiento.

El bar escolar simple, bar escolar comedor y los puntos de expendio serán de fácil acceso para todos los estudiantes y contarán con las facilidades necesarias para el acceso de personas con discapacidad. Dichos bares se ubicarán a más de diez (10) metros de los servicios higiénicos e instalaciones de aguas servidas, alejados de cualquier foco de contaminación y se mantendrán en todo momento en buenas condiciones físicas, higiénicas y sanitarias. El bar escolar simple y bar escolar comedor contarán con lavaderos y agua potable o segura.

El bar escolar simple y el bar escolar comedor deben ser construidos o reacondicionados de conformidad con las normas de seguridad y construcción vigentes, utilizando materiales resistentes, anti inflamables, anticorrosivos, de superficies lisas, de colores claros,

Técnicamente se requiere de un espacio de refrigeración, preparación, y despacho, con extractor de olores, y separación de desechos orgánicos e inorgánicos, protectores de polvo e insectos.

- ***Sanitaria***

En consideración a la actividad que desarrollará la nueva empresa, debe observar las siguientes normas sanitarias a efectos de garantizar que los productos que se expenden lleguen en condiciones óptimas al consumidor final:

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Requisitos restaurantes bar restaurantes o bar (incluye bares escolares) boîte grill cafeterías heladerías fuentes de soda – soda bar picantería

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Permiso de funcionamiento original del año anterior

- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo. (restaurantes, bar – restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Permiso Municipal de Funcionamiento

En general para otorgar el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario que constan en el Acuerdo ministerial N°4712 y que son competencia de la ARCSA se solicita los siguientes requisitos.

Requisitos para restaurantes, bares, cafetería, heladería, etc.

- Certificado de salud ocupacional por cada empleado.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad cuando corresponda.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Turismo cuando corresponda

Certificado del Cuerpo de Bomberos

Este certificado es emitido una vez realizada la visita de un inspector al local en donde se pondrá en ejecución el presente proyecto y dando cumplimiento a las observaciones dispuestas cancelando el valor respectivo.

Curso de manipulación y preparación de alimentos

Para que la empresa pueda funcionar, o a su vez entrar en procesos de licitación, el dueño de la empresa debe seguir un curso obligatorio de 6 meses dictado por el ministerio de Salud Publica de la Ciudad de Ibarra, en manipulación y preparación de

alimentos, con este curso aprobado si puede presentar los demás documentos para corroborar el trámite de implementación de la empresa

- **Comercial**

La empresa objeto del presente estudio debe poseer una marca, un slogan, de tal manera, que sea distintiva y se muestre interesante e identifique al consumidor.

La marca y slogan creada debe ser registrada en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), lo que garantizará que esta marca y slogan no sean utilizados por terceras personas. Este trámite demora aproximadamente 60 días.

1.3 Análisis de la Demanda.

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del presente estudio, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del negocio que se va a implementar con la aceptación del mercado.

El cambio en los gustos, preferencias en cada uno de los consumidores, ocasiona un cambio en la curva de la demanda. Todo ello a través de técnicas concretas de investigación de mercados, intentando recabar la máxima información posible, sobre la situación en la que se encuentra el mercado. (Beber, 2000)

Existe una relación inversamente proporcional entre precios y la cantidad demandada; es decir si los precios de un bien se incrementan la demanda del mismo disminuye, caso contrario si los precios de un bien disminuyen la demanda del bien se incrementa.

El análisis de la demanda está basado en datos estadísticos en base la aplicación de encuestas y datos provenientes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ministerio de Salud Pública y Ministerio de Educación.

1.3.1 Investigación de Mercados

La investigación de mercados consiste en la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing. (Malhotra, 2008, pág. 7)

En la presente investigación, el análisis de este tema permitirá determinar la conveniencia o no de implementar la nueva empresa e iniciar sus operaciones, estando en capacidad de conocer y reaccionar oportunamente a las evoluciones cambiantes del mercado.

1.3.2 Segmentación de Mercado

El objetivo general de la segmentación de mercados es dividir el mercado en grupos pequeños y homogéneos, en donde lo que realmente nos interesa conocer es a los consumidores reales, por lo que se deberá segmentar adecuadamente el mercado para obtener información relevante que permita tener un estudio de mercado con un alto grado de precisión.

1.3.3 Criterio de Segmentación

El presente estudio de mercado, se ubica en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, el mercado concentra a todas las instituciones educativas Fiscales en el área urbana y rural de la ciudad, ya que estos son los consumidores que demandarán por un servicio de comida saludable. Para la segmentación de mercado se ha tomado los criterios: geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales tal como se muestra en el Cuadro 1.2.

Cuadro 1.2:

Criterios de Segmentación de Mercados

CRITERIOS DE SEGMENTACION DE MERCADOS	
CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTACION DE MERCADOS
VARIABLES GEOGRAFICAS	
Pais del Mundo:	Ecuador
Region del Pais:	Sierra
Provincia:	Imbabura
Ciudad:	Ibarra
Densidad:	Urbana/Rural
VARIABLES DEMOGRAFICAS	
Ingreso:	Bajo/Medio/Alto
Edad:	5 años a 18 años
Genero:	Masculino/Femenino
Nivel de Estudios:	Primaria/Secundaria
VARIABLES DEMOGRAFICAS	
Clase Social	Alta/Media/Baja

Para la presente investigación se dirigirá a todas las instituciones educativas fiscales de la ciudad de Ibarra; además se considerará a toda la población ubicada en el área urbana y rural, sin importar su edad, nivel de ingresos, género y nivel económico o clase social, debido a que el presente estudio busca incorporar o extender el acceso a una alimentación adecuada.

1.3.3.1 *Tamaño del Universo*

Para determinar el tamaño del universo, se considero información proporcionada en la Base de Datos Estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC); referente al Censo Poblacional realizado en el año 2010.

Con esta información, se obtiene el tamaño del universo a ser estudiado, es el número total de estudiantes de escuelas y colegios fiscales de la ciudad de Ibarra tal como se muestra en La Tabla 1.1.

Tabla 1.1:**Tamaño Universo**

No. De planteles educativos fiscales	No. De Estudiantes
32	24.442
TOTAL UNIVERSO	24.442

De esta manera el universo estará compuesto de 24.442 niños y jóvenes comprendidas en edades pre escolar y escolar, de instituciones educativas fiscales, domiciliados en Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

1.3.4 Comportamiento histórico de la demanda

Se analiza el comportamiento histórico de la demanda, con el objeto de conocer como a evolucionado está en función del tiempo.

Para determinar la demanda histórica se tomó como referencia los datos otorgados por el INEC – Censo Nacional Económico 2010, y las proyecciones realizadas por provincias por parte del INEC, obteniendo lo siguiente información.

Tabla 1.2**Demanda Histórica de Estudiantes**

Años	2010	2011	2012	2013	2014
Estudiantes	23.171	23.489	23.807	24124	24,442
TOTAL ESTUDIANTES	23.171	23.489	23.807	24124	24,442

1.3.5 Demanda Actual

Demanda es el volumen de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado. Con un correcto análisis de la demanda se pueden fijar estrategias con los cuatro componentes del marketing: producto, precio, plaza, promoción.

Para determinar la demanda actual de estudiantes, se tomo como referencia los datos proporcionados por el Ministerio de Educación de la ciudad de Ibarra.

Cuadro 1.3

Demanda Actual

No.	INSTITUCIÓN	INSTITUCIÓN	# ESTUDIANTES
1	AGUSTIN CUEVA DAVILA	FISCAL	418
2	UNIDAD EDUCATIVA MEDARDO PROAÑO ANDRADE	FISCAL	525
3	COLEGIO NACIONAL ATAHUALPA	FISCAL	1.529
4	YAHUARCOCHA	FISCAL	519
5	AZAYA	FISCAL	113
6	ESCUELA FISCAL MIXTA RICARDO SANCHEZ	FISCAL	386
7	CRISTOBAL TOBAR SUBIA	FISCAL	110
8	CENTRO DE EDUCACION INICIAL CLARITA LEÓN VINUEZA	FISCAL	210
9	ANA LUISA LEORO	FISCAL	1.124
10	CEI MARIA MONTESSORI	FISCAL	219
11	BARTOLOME RUIZ	FISCAL	302
12	17 DE JULIO	FISCAL	1.022
13	GALAPAGOS	FISCAL	166
14	AMERICA	FISCAL	196
15	UNIVERSITARIO UTN	FISCAL	626
16	MARIA ANGELICA IDROBO	FISCAL	998
17	28 DE ABRIL	FISCAL	880
18	28 DE SEPTIEMBRE	FISCAL	1.000
19	PRESIDENTE VELASCO IBARRA	FISCAL	1.122
20	DR. ALFREDO PEREZ GUERRERO	FISCAL	507
21	RAFAEL LARREA ANDRADE	FISCAL	325
22	ALBERTINA FRANCO DE LEORO	FISCAL	276
23	PEDRO MONCAYO	FISCAL	1.115
24	MARIANO SUAREZ VEINTIMILLA	FISCAL	1.012
25	MERCEDES TROYA DE SUAREZ	FISCAL	404
26	ALEJANDRO PASQUEL MONGE	FISCAL	339
27	UNIDAD EDUCATIVA FISCAL EXPERIMENTAL TEODORO G	FISCAL	3.784
28	IBARRA	FISCAL	2.218
29	RAFAEL SUAREZ MENESES	FISCAL	1.049
30	VICTOR MANUEL GUZMAN	FISCAL	864
31	AIDA LEON DE RODRIGUEZ LARA	FISCAL	383
32	LUIS LEORO FRANCO	FISCAL	701
TOTAL ESTUDIANTES			24.442

La demanda actual de estudiantes de instituciones educativas fiscales es de 24.442 personas en edades comprendidas entre 5 a 18 años.

1.3.5.1 Metodología de la investigación de campo

La determinación del tipo de investigación determina los pasos a seguir, las técnicas y métodos que puedan emplear. En general determina todo el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recaudados.

Encuesta Piloto: cuestionario usado como prueba para determinar la claridad de las preguntas, así como una herramienta para determinar el p y q para la obtención de la muestra.

Encuesta Final: está conformada por diez preguntas de selección múltiple, y clasificadas de acuerdo al tema de interés como: descripción del servicio, gustos y preferencias, distribución del servicio, precio y finalmente intención de compra.

1.3.5.2 Estimación del universo

Para poder determinar el universo para implementar el proyecto empresa de catering de comida nutritiva para bares estudiantiles en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra se determinó que las personas encuestadas deberán ser todos los alumnos de instituciones educativas de planteles fiscales de Ibarra.

Con la prueba piloto se pudo determinar el tamaño del universo que dio un valor de 24.442 niños y jóvenes que acuden a planteles educativos.

1.3.5.3 Cálculo de la probabilidad de aceptación (P) y la probabilidad de rechazo (Q)

Para poder segmentar y obtener un tamaño de muestra adecuado, se procedió a realizar una prueba piloto, 30 encuestas a los estudiantes de escuelas y colegios fiscales al azar, determinando de esta forma el porcentaje de p (posibles clientes) y q (no clientes).

Los resultados obtenidos de la prueba piloto fueron los siguientes:

Tabla 1.3

Prueba Piloto-Proporciones P&Q

Variables	Encuestas	Porcentaje
P(p. éxito)	27	0,90
Q(p. Fracaso)	3	0,10
TOTAL	30	100

1.3.5.4 Determinación tamaño de la muestra

La muestra no es la población en su totalidad, es una parte representativa de la población donde se espera que los resultados se acerquen a lo que la población requiere.

Al tener una población de 24.442 estudiantes, la fórmula utilizada corresponde a poblaciones finitas ya que la población no es mayor a 100.000 habitantes, por lo que se procedió a realizar los siguientes cálculos:

Fórmula:

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

N = 24.442 (Dato obtenido del tamaño universo, numero de estudiantes)

Z = nivel de confianza deseado, que será del 95%, donde el valor que representa es de 1.96 en la tabla de la curva normal.

p = 0,90

q = 0,10

Reemplazando los datos en la formula mencionada obtenemos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.90 * 0.10 * 24.442}{0.05^2(24.442 - 1) + 1.96^2 * 0.90 * 0.10}$$

n: 125,6

n: 126 encuestados

1.3.5.5 Encuesta Final

Objetivo de la pregunta: Determinar el perfil de los usuarios.

1.- Información general

1.1 Género	1.2 Sector donde usted reside:	1.3 Edad
1) Femenino _____	1) Norte _____	1) 7-10 años _____
2) Masculino _____	2) Sur _____	2) 10-15 años _____
	3) Centro _____	3) 15-20 años _____
	4) Aledaños _____	4) mas de 20 años _____

Objetivo de la Pregunta: Investigar las costumbres alimenticias de los estudiantes.

2.- ¿Conoce usted la importancia de comer saludablemente?

1) Si _____

2) No _____

3.- ¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de brake en su Institución Educativa?

1) Poco Frecuente _____ 3) Frecuente _____

2) Muy Frecuente _____ 4) Nunca _____

Objetivo de la Pregunta: Determinar los productos de mayor consumo en los estudiantes dentro de los bares estudiantiles.

4.- ¿Qué alimentos componen su lunch diario?

1) Frutas _____ 4) Comida Rápida _____

2) Verduras _____ 5) Gaseosas _____

3) Jugo Natural _____ 6) Golosinas Varias _____

5.- ¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?

1) Siempre _____ 5) Nunca _____

2) Casi Siempre _____ 6) Golosinas Varias _____

3) Frecuentemente _____

6.- ¿Qué alimentos predominan mas en el bar estudiantil que usted compra?

1) Frutas _____ 4) Snack variados _____

2) Gaseosas _____ 5) Jugos frutales _____

3) Comida Rápida _____ 6) Golosinas _____

7.- ¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?

1) Siempre _____ 4) A veces _____

2) Casi Siempre _____ 5) Nunca _____

3) Frecuentemente _____

Objetivo de la Pregunta: Conocer la forma de expendio, preparación y distribución de los alimentos dentro del bar.

- 8.- ¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace su pedido? _____
- 1) Muy Frecuentemente _____ 3) Nunca _____
- 2) Frecuentemente _____
- 9.- ¿El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios? _____
- 1) Siempre _____ 4) A veces _____
- 2) Casi Siempre _____ 5) Nunca _____
- 3) Frecuentemente _____
- 10.- ¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes? _____
- 1) Siempre _____ 4) A veces _____
- 2) Casi Siempre _____ 5) Nunca _____
- 3) Frecuentemente _____
- 11.- ¿En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en su bar estudiantil? _____
- 1) Tarrinas de Plástico _____ 3) Fundas de Plástico _____
- 2) Fundas de Papel _____ 4) Vajilla de cerámica _____

Objetivo de la Pregunta: Conocer el precio más aceptado por los estudiantes por los productos ofertados dentro del bar.

- 12.- ¿En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos que se venden en el mismo? _____
- 1) 0,25ctv-\$0,50 _____ 4) \$2,01-\$3 _____
- 2) \$0,50-\$1 _____ 5) Más de \$3 _____
- 3) \$1,01-\$2 _____
- 13.- ¿Cuanto estaria dispuesto a pagar por dicho lunch? _____
- 1) 0,50ctv-\$1 _____
- 2) \$1,01-\$2 _____
- 3) \$2,01-\$3 _____

Objetivo de la Pregunta: Determinar el comportamiento de los potenciales clientes frente al producto a ofertarse.

14.- ¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?

- 1) Si _____
2) No _____

15.- ¿Qué alimentos le gustaría que se vendan en su bar estudiantil?

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| 1) Frutas _____ | 4) Gaseosas _____ |
| 2) Almuerzos, Meriendas _____ | 5) Jugo de frutas _____ |
| 3) Snack _____ | 6) postres _____ |

16.- ¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un alimento en el bar estudiantil?

- | | |
|-----------------------------|------------------|
| 1) Sabor _____ | 4) Higiene _____ |
| 2) Precio _____ | 5) Hambre _____ |
| 3) Rapidez de entrega _____ | |

17.- ¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1) Muy de acuerdo _____ | 3) Poco de acuerdo _____ |
| 2) De acuerdo _____ | 4) Desacuerdo _____ |

18.- ¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?

- 1) Si _____
2) No _____

				No.Enc. _____	
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA					
Está encuesta tiene como finalidad investigar el mercado potencial del servicio, si tendrá aceptación en el medio y como debe el producto ser presentado al público para evitar errores y calcular riesgos del emprendimiento del negocio.					
Instrucciones de Llenado Leer detenidamente las preguntas antes de señalar con X en los espacios en blanco					
1.- Información general					
1.1 Género		1.2 Sector donde usted reside:		1.3 Edad	
1) Femenino	<input type="checkbox"/>	1) Norte	<input type="checkbox"/>	1) 7-10 años	<input type="checkbox"/>
2) Masculino	<input type="checkbox"/>	2) Sur	<input type="checkbox"/>	2) 10-15 años	<input type="checkbox"/>
		3) Centro	<input type="checkbox"/>	3) 15- 20 años	<input type="checkbox"/>
		4) Aledaños	<input type="checkbox"/>	4) mas de 20 años	<input type="checkbox"/>
Información sobre Consumo.					
2.- ¿Conoce usted la importancia de comer saludablemente?					
1) Si	<input type="checkbox"/>				
2) No	<input type="checkbox"/>				
3.- ¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de brake en su Institución Educativa?					
1) Poco Frecuente	<input type="checkbox"/>	3) Frecuente	<input type="checkbox"/>		
2) Muy Frecuente	<input type="checkbox"/>	4) Nunca	<input type="checkbox"/>		
4.- ¿Qué alimentos componen su lunch diario?					
1) Frutas	<input type="checkbox"/>	4) Comida Rápida	<input type="checkbox"/>		
2) Verduras	<input type="checkbox"/>	5) Gaseosas	<input type="checkbox"/>		
3) Jugo Natural	<input type="checkbox"/>	6) Golosinas Varias	<input type="checkbox"/>		
5.- ¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?					
1) Siempre	<input type="checkbox"/>	4) Casi Nunca	<input type="checkbox"/>		
2) Casi Siempre	<input type="checkbox"/>	5) Nunca	<input type="checkbox"/>		
3) Frecuentemente	<input type="checkbox"/>				
6.- ¿Qué alimentos predominan más en el bar estudiantil que usted compra?					
1) Frutas	<input type="checkbox"/>	4) Snack variados	<input type="checkbox"/>		
2) Gaseosas	<input type="checkbox"/>	5) Jugos frutales	<input type="checkbox"/>		
3) Comida Rápida	<input type="checkbox"/>	6) Golosinas	<input type="checkbox"/>		
7.- ¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?					
1) Siempre	<input type="checkbox"/>	4) A veces	<input type="checkbox"/>		
2) Casi Siempre	<input type="checkbox"/>	5) Nunca	<input type="checkbox"/>		
3) Frecuentemente	<input type="checkbox"/>				
8.- ¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace su pedido?					
1) Muy Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	3) Nunca	<input type="checkbox"/>		
2) Frecuentemente	<input type="checkbox"/>				
9.- ¿El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios?					
1) Siempre	<input type="checkbox"/>	4) Casi Nunca	<input type="checkbox"/>		
2) Casi Siempre	<input type="checkbox"/>	5) Nunca	<input type="checkbox"/>		
3) Frecuentemente	<input type="checkbox"/>				
10.- ¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes?					
1) Siempre	<input type="checkbox"/>	4) Casi Nunca	<input type="checkbox"/>		
2) Casi Siempre	<input type="checkbox"/>	5) Nunca	<input type="checkbox"/>		
3) Frecuentemente	<input type="checkbox"/>				
11.- ¿En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en su bar estudiantil?					
1) Tarrinas de Plástico	<input type="checkbox"/>	3) Fundas de Plástico	<input type="checkbox"/>		
2) Fundas de Papel	<input type="checkbox"/>	4) Vajilla de cerámica	<input type="checkbox"/>		
12.- ¿En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos que se venden en el mismo?					
1) 0,25ctv-\$0,50	<input type="checkbox"/>	4) \$2,01-\$3	<input type="checkbox"/>		
2) \$0,50-\$1	<input type="checkbox"/>	5) Más de \$3	<input type="checkbox"/>		
3) \$1,01-\$2	<input type="checkbox"/>				
13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho lunch?					
1) 0,50ctv-\$1	<input type="checkbox"/>				
2) \$1,01-\$2	<input type="checkbox"/>				
3) \$2,01-\$3	<input type="checkbox"/>				
14.- ¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?					
1) Si	<input type="checkbox"/>				
2) No	<input type="checkbox"/>				
15.- ¿Qué alimentos le gustaría que se vendan en su bar estudiantil?					
1) Frutas	<input type="checkbox"/>	4) Gaseosas	<input type="checkbox"/>		
2) Almuerzo, Merienda	<input type="checkbox"/>	5) Jugo de frutas	<input type="checkbox"/>		
3) Snack	<input type="checkbox"/>	6) postres	<input type="checkbox"/>		
16.- ¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un alimento en el bar estudiantil?					
1) Sabor	<input type="checkbox"/>	4) Higiene	<input type="checkbox"/>		
2) Precio	<input type="checkbox"/>	5) Hambre	<input type="checkbox"/>		
3) Rapidez de entrega	<input type="checkbox"/>				
17.- ¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?					
1) Muy de acuerdo	<input type="checkbox"/>	3) Poco de acuerdo	<input type="checkbox"/>		
2) De acuerdo	<input type="checkbox"/>	4) Desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
18.- ¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?					
1) Si	<input type="checkbox"/>				
2) No	<input type="checkbox"/>				
Encuestadora: Maria Fernanda Flores					

Figura 1.2: Encuesta Final

1.3.5.6 Fuentes de Recolección de Información

La fuente de recolección de información es el objeto fundamental del proyecto, puesto que a partir de este se elaborarán las proyecciones y se establecerán los resultados de la investigación, razón por la cual se ha realizado la investigación de campo dirigidas a 126 estudiantes de un total de 24.442 estudiantes.

1.3.5.7 Procesar la Información

El paso siguiente a la realización de las encuestas personales, fue procesar la información utilizando el programa SPSS versión 19 para la tabulación y cruce de datos, generando resultados de la población estudiada, para analizarla y obtener alternativas viables para utilizarlas en el proyecto.

Previa realización de las encuestas necesarias dentro de la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, su codificación y tabulación se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta 1.1 Género

Tabla 1.4

Género

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Femenino	68	52,3	54,0
Masculino	58	44,6	46,0
TOTAL	126	96,9	100

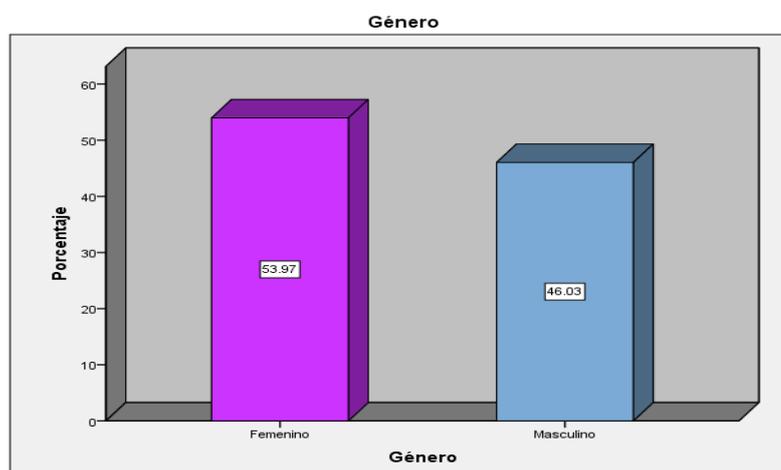


Figura 1.3: Género

Análisis Ejecutivo: La población de estudiantes de planteles fiscales de la ciudad de Ibarra en su gran mayoría son de género femenino, seguido de un porcentaje también alto el género masculino. En el proyecto se considerara al género femenino como el segmento más grande del mercado y los refrigerios se enfocaran a satisfacer las necesidades primordiales del género femenino en cuanto a una debida nutrición.

Pregunta 1.2 Sector donde usted reside

Tabla 1.5

Sector donde usted reside

Sector	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Norte	23	17,7	18,3
Sur	35	26,9	27,8
Centro	41	31,5	32,5
Aledaños	27	20,8	21,4
TOTAL	126	96,9	100

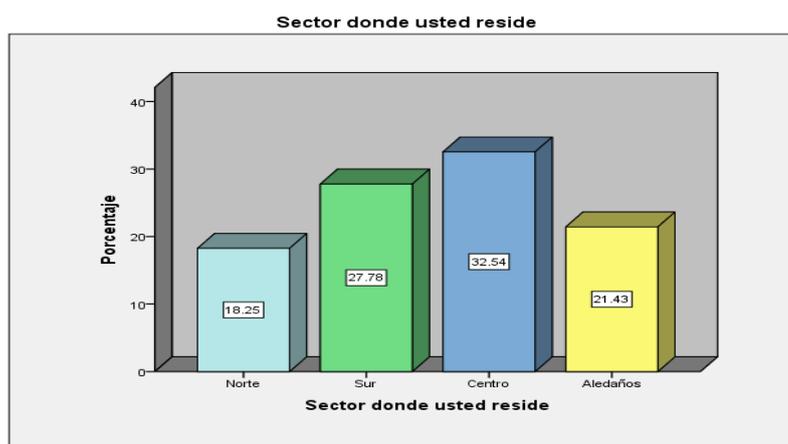


Figura 1.4: Sector donde usted reside

Análisis Ejecutivo: Los estudiantes en su mayoría residen en el sector Sur-Centro de la ciudad de Ibarra. Se debe considerar que si su domicilio es lejano a su institución educativa los alimentos que llevan preparados del hogar, no se conservaran de la misma forma que si su domicilio es cercano a su institución, los alimentos preparados tienen un tiempo de consumo y después dejan de tener un completo valor nutricional.

Pregunta 1.3 Edad

Tabla 1.6

Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
7-10 años	4	3,1	3,2
10-15 años	65	50,0	51,6
15-20 años	52	40,0	41,3
Más de 20 años	5	3,8	4,0
TOTAL	126	96,9	100

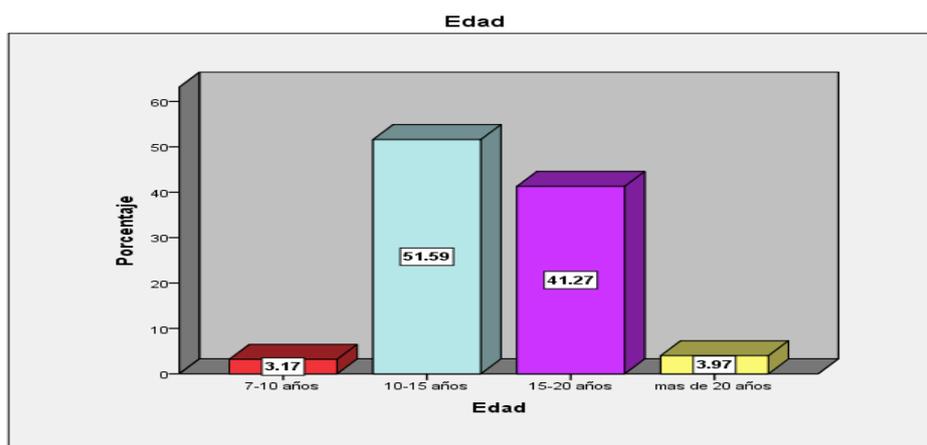


Figura 1.5: Edad

Análisis Ejecutivo: La edad de los encuestados en su mayoría están entre el rango de 10-20 años, cabe recalcar que la encuesta se aplicó solo a estudiantes de primaria y secundaria, que son los principales consumidores del servicio. Este dato ayuda a enfocarse en clasificar el menú para la primaria y secundaria debido a que los más pequeños necesitan alimentos más sustanciosos ya que se encuentran en desarrollo, y los estudiantes de secundaria un menú calórico.

Pregunta 2 ¿Conoce usted la importancia de comer saludablemente?

Tabla 1.7

¿Conoce usted la importancia de comer saludablemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	76	58,5	60,3
No	50	38,5	39,7
TOTAL	126	96,9	100

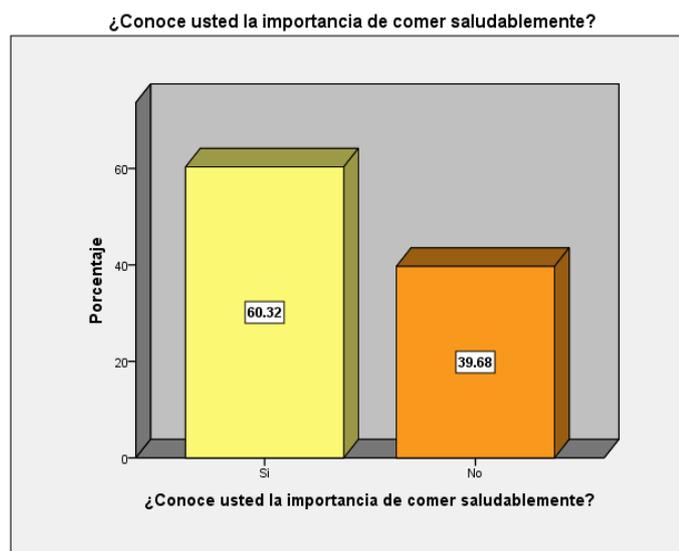


Figura 1.6: ¿Conoce usted la importancia de comer saludablemente?

Análisis Ejecutivo: La gran mayoría de los encuestados conocen la importancia de comer saludablemente y se tiene porcentaje alto de desconocimiento o poca conciencia al comer, debido principalmente a las malas condiciones alimenticias dentro de los bares escolares que hacen que los estudiantes consuman alimentos sin valor nutricional y también a la falta de tiempo en la preparación de alimentos.

Pregunta 3 ¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de brake en su Institución Educativa?

Tabla 1.8

¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de break en su Institución Educativa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Poco Frecuente	12	9,2	9,5
Muy Frecuente	25	19,2	19,8
Frecuentemente	72	55,4	57,1
Nunca	17	13,1	13,5
TOTAL	126	96,9	100

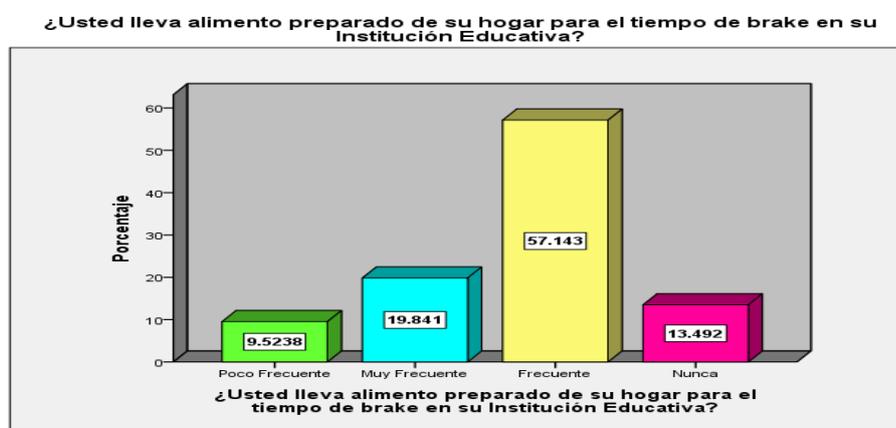


Figura 1.7: ¿Usted lleva alimento preparado de su hogar para el tiempo de break en su Institución Educativa?

Análisis Ejecutivo: Las costumbres alimenticias de los estudiantes, tienen bajo consumo de alimentos nutritivos, los encuestados en su gran mayoría frecuentemente llevan alimento preparado, es decir, que el resto de encuestados consumen solo los productos que el bar ofrece. Por esta razón debemos ofrecer refrigerios nutritivos, variedad y calidad de alimentos.

Pregunta 4 ¿ Qué alimentos componen su lunch diario?

Tabla 1.9

¿Qué alimentos componen su lunch diario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Frutas	53	40,8	42.1
Verduras	7	5.4	5.6
Jugo Natural	13	10.0	10.3
Comida Rápida	45	34.6	35.7
Gaseosas	2	1.5	1.6
Golosinas Varias	6	4.6	4.8
TOTAL	126	96.9	100

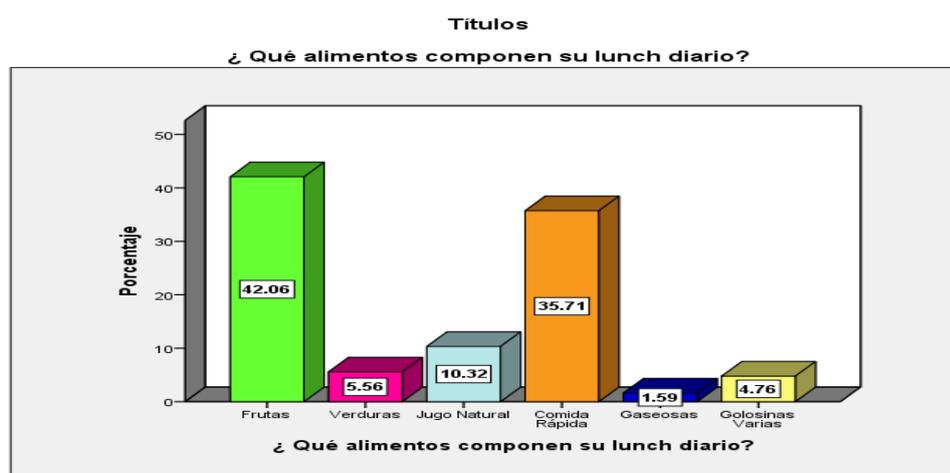


Figura 1.8: ¿Qué alimentos componen su lunch diario?

Análisis Ejecutivo: La gran mayoría de encuestados consumen fruta diariamente, y lo alternan con comida rápida que es poco nutritiva, el bajo consumo de verduras y jugo de frutas produce deficiencia de nutrientes en el cuerpo, debido a que los bares no cuentan con estos alimentos en su menú diario, se debe incrementar el consumo de verduras y jugo natural y bajar al mínimo el consumo la comida rápida.

Pregunta 5 ¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?

Tabla 1.10

¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Siempre	18	13,8	14,3
Casi Siempre	23	17,7	18,3
Frecuentemente	65	50,0	51,6
Casi Nunca	20	15,4	15,9
TOTAL	126	96,9	100

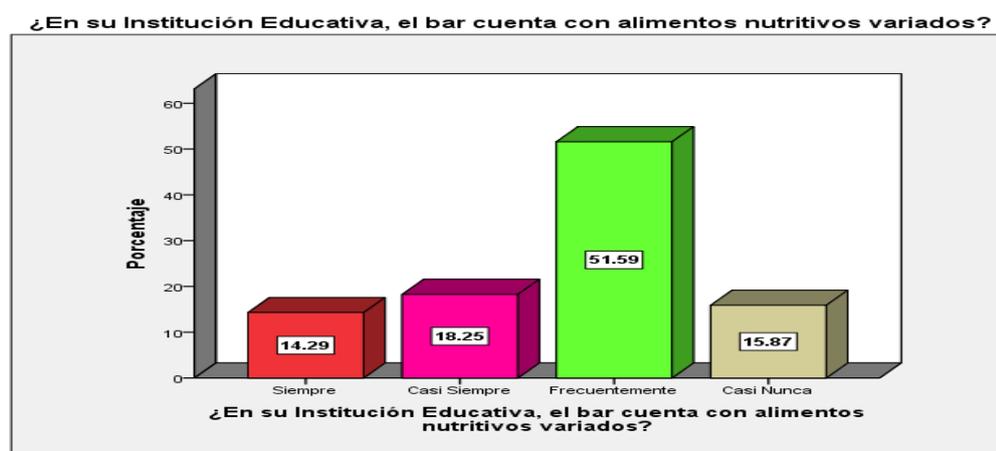


Figura 1.9: ¿En su Institución Educativa, el bar cuenta con alimentos nutritivos variados?

Análisis Ejecutivo: El mayor problema de la mala alimentación en el Ecuador es porque no se cuenta con bares estudiantiles en los cuales se expenda solamente comida con alto contenido nutricional, es por esta razón que la gran mayoría de encuestados consumen frecuentemente alimentos no nutritivos ya que no existe más opciones de consumo dentro de su bar estudiantil.

Pregunta 6 ¿Qué alimentos predominan más en el bar estudiantil que usted compra?

Tabla 1.11

¿Qué alimentos predominan más en el bar estudiantil que usted compra?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Frutas	54	41,5	42,9
Gaseosas	42	32,3	33,3
Comida Rápida	24	18,5	19,0
Snack Variados	5	3,8	4,0
Golosinas	1	0,8	0,8
TOTAL	126	96,9	100

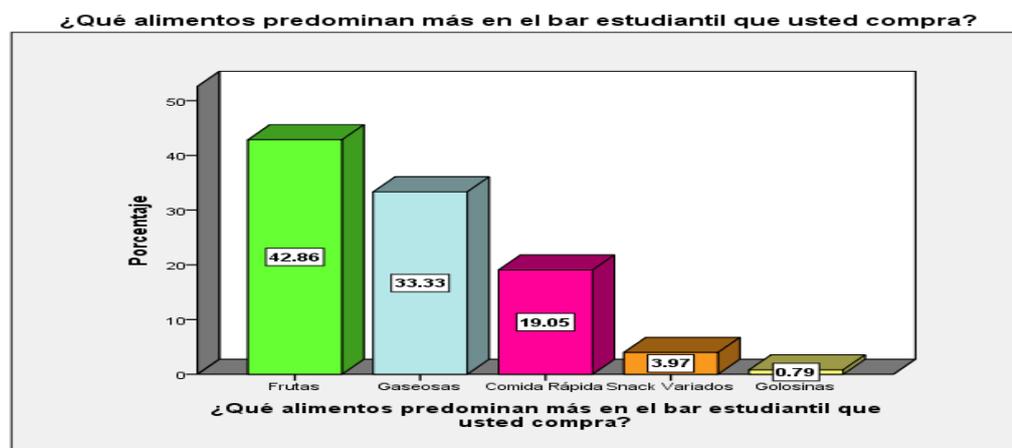


Figura 1.10: ¿Qué alimentos predominan más en el bar estudiantil que usted compra?

Análisis Ejecutivo: Los Bares estudiantiles en la ciudad de Ibarra expenden frutas diariamente debido a que son fáciles de comer, tiempo rápido de entrega y el sabor es agradable, pero los encuestados en su gran mayoría ratifican el consumo de comida rápida y gaseosas, que se debe reemplazar por jugo de fruta, y reducir el porcentaje de comida rápida por alimentos nutritivos.

Pregunta 7 ¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?

Tabla 1.12

¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Siempre	17	13,1	13,5
Casi Siempre	12	9,2	9,5
Frecuentemente	46	35,4	36,5
A veces	50	38,5	39,7
Nunca	1	0,8	0,8
TOTAL	126	96,9	100

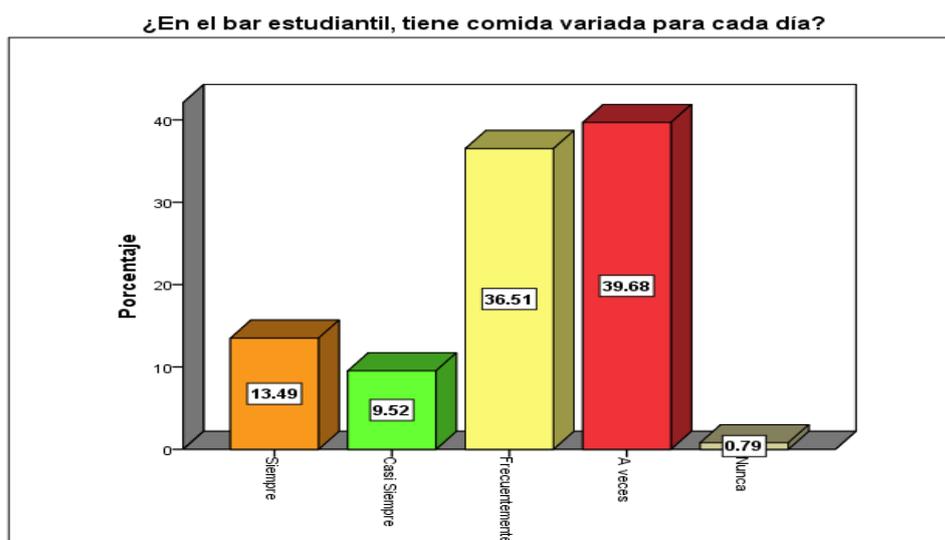


Figura 1.11: ¿En el bar estudiantil, tiene comida variada para cada día?

Análisis Ejecutivo: El consumo de comida rápida en los estudiantes de planteles educativos en su gran mayoría es debido a que no existe comida variada para cada día, es decir, los estudiantes optan por consumir los mismos alimentos poco nutritivos porque no existe variedad, lo cual es una oportunidad de negocio para el proyecto a fin de satisfacer estas necesidades insatisfechas de los estudiantes.

Pregunta 8 ¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace su pedido?

Tabla 1.13

¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace su pedido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Muy Frecuentemente	24	18,5	19
Frecuentemente	69	53,1	54,8
Nunca	33	25,4	26,2
TOTAL	126	96,9	100



Figura 1.12: ¿La comida de su bar estudiantil es preparada cuando usted hace su pedido?

Análisis Ejecutivo: la gran mayoría de encuestados manifiestan que la comida de sus bares estudiantiles frecuentemente se prepara cuando ellos hacen los pedidos, de acuerdo al reglamento de expendio de comida en bares estudiantiles, esto no es permitido ya que se debe precautelar la salud de los estudiantes, los alimentos por higiene y salubridad deben ser preparados el momento que se realiza la orden para mantener la frescura y buena calidad de los mismos.

Pregunta 9 ¿ El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios?

Tabla 1.14

¿El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Siempre	27	20,8	21,4
Casi Siempre	20	15,4	15,9
Frecuentemente	72	55,4	57,1
Casi Nunca	7	5,4	5,6
TOTAL	126	96,9	100

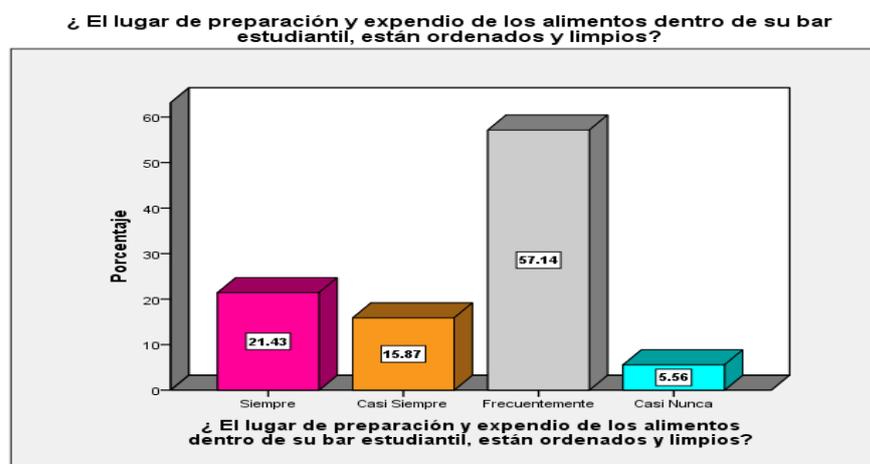


Figura 1.13: ¿El lugar de preparación y expendio de los alimentos dentro de su bar estudiantil, están ordenados y limpios?

Análisis Ejecutivo: La limpieza es un factor importante dentro de la preparación de alimentos para evitar posibles contagios de enfermedades por la mala preparación de los mismos, los encuestados en su mayoría manifiestan que frecuentemente los alimentos están ordenados y limpios, cabe recalcar que los estudiantes demandan calidad de preparación y servicio para satisfacer sus necesidades.

Pregunta 10 ¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes?

Tabla 1.15

¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Siempre	27	20,8	21,4
Casi Siempre	26	20,0	20,6
Frecuentemente	55	42,3	43,7
Casi Nunca	14	10,8	11,1
Nunca	4	3,1	3,2
TOTAL	126	96,9	100

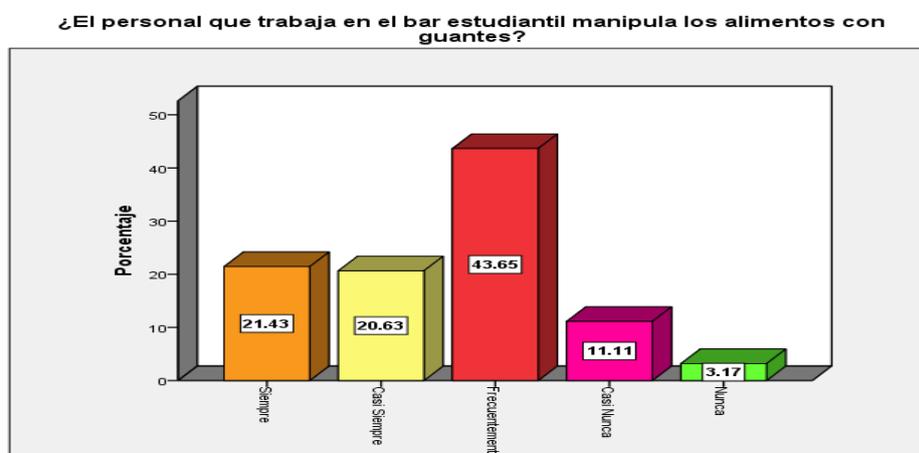


Figura 1.14: ¿El personal que trabaja en el bar estudiantil manipula los alimentos con guantes?

Análisis Ejecutivo: Por reglas de higiene se debe siempre manipular alimentos con todas las normas e insumos para prepararlos higiénicamente, uno de los errores en los bares estudiantiles es la poca atención que le brindan a la presentación del personal es por esta razón que la mayoría de los encuestados se dan cuenta que el personal no manipula higiénicamente los alimentos, ellos demandan una mejor servicio al cliente. .

Pregunta 11 ¿ En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en su bar estudiantil?

Tabla 1.16

¿En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en su bar estudiantil?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Tarrinas de Plástico	78	60	61,9
Fundas de Papel	9	6,9	7,1
Fundas de Plástico	36	27,7	28,6
Vajilla de cerámica	3	2,3	2,4
TOTAL	126	96,9	100

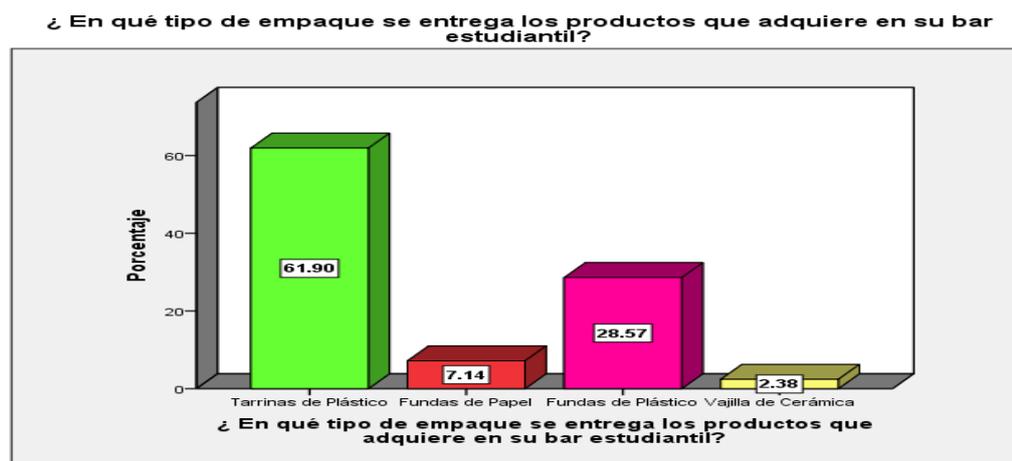


Figura 1.15: ¿En qué tipo de empaque se entrega los productos que adquiere en su bar estudiantil?

Análisis Ejecutivo: La gran mayoría de los encuestados manifiestan que sus alimentos son entregados en tarrinas de plástico, la presentación más óptima de los alimentos es en recipientes que no sean nuevamente reutilizables. Para dispensar la comida se lo hará en empaques biodegradables para ayudar a la conservación del medio ambiente.

Pregunta 12 ¿ En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos que se venden en el mismo?

Tabla 1.17

¿En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos que se venden en el mismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
0,25ctv-\$0,50	40	30,8	31,7
\$0,50-\$1	73	56,2	57,9
\$1,01-\$2	13	10,0	10,3
TOTAL	126	96,9	100



Figura 1.16: ¿En el bar estudiantil, cuál es el precio promedio de los alimentos que se venden en el mismo?

Análisis Ejecutivo: El precio en el cual la competencia oferta sus productos es muy importante para la empresa, los encuestados en su gran mayoría indican que el precio de los productos está entre 0,50\$ -\$1,0 es por esta razón que los productos de la nueva empresa deben tratar de mantener este rango de precios, considerando que los estudiantes no tienen una capacidad adquisitiva alta.

Pregunta 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho lunch?

Tabla 1.18

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho lunch?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
\$0,50-\$1	14	10,8	11,1
\$1,01-\$2	65	50,0	51,6
\$2,01-\$3	47	36,2	37,3
TOTAL	126	96,9	100

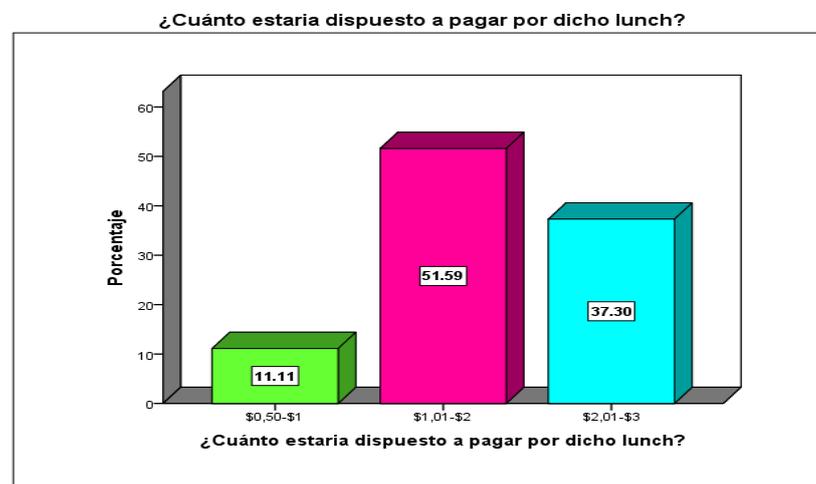


Figura 1.17: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho lunch?

Análisis Ejecutivo: El precio que los estudiantes están dispuestos a pagar es un dato importante del proyecto, la mayoría de encuestados manifiestan que cumpliendo con todos los requerimientos de higiene, salubridad, servicio al cliente y buena manipulación de alimentos el precio que estarían dispuestos a pagar sería de \$1 a \$2 dólares que es la máxima capacidad adquisitiva de los estudiantes.

Pregunta 14 ¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?

Tabla 1.19

¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	111	85,4	88,1
No	15	11,5	11,9
TOTAL	126	96,9	100

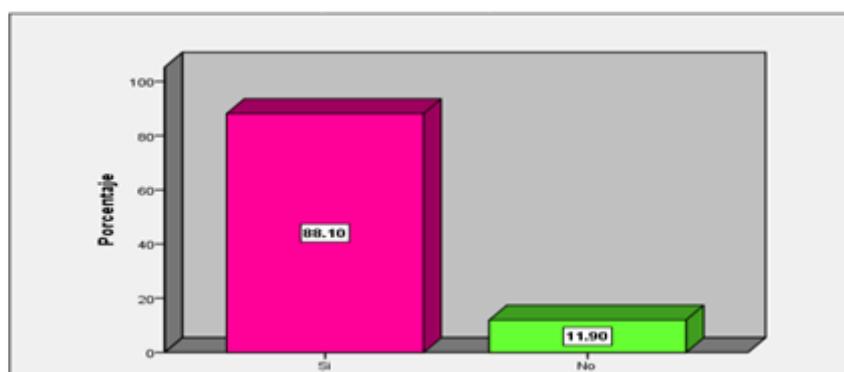


Figura 1.18: ¿Le gustaría que en su institución educativa se instale un bar con comida nutritiva y lunch variado para cada día?

Análisis Ejecutivo: Esta es la pregunta clave para el proyecto ya que ayuda a conocer si es bueno o no invertir en la implementación de un nuevo bar estudiantil con comida nutritiva, la gran mayoría de los estudiantes, manifiestan el interés por la implementación de un nuevo bar ya que antiguamente no cuentan con un servicio de catering saludable. Se puede asegurar la viabilidad del proyecto porque los estudiantes no están satisfechos con lo que consumen en el bar, y están prestos a cambiar sus costumbres alimenticias.

Pregunta 15 ¿Qué alimentos le gustaría que se vendan el su bar estudiantil?

Tabla 1.20

¿Qué alimentos le gustaría que se vendan el su bar estudiantil?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Frutas	64	21,1	50,8
Almuerzos, Meriendas	104	34,3	82,5
Snack	12	4,0	9,5
Gaseosas	7	2,3	5,6
Jugo de Frutas	74	24,4	58,7
Postres	42	13,9	33,3
TOTAL	303	100	240,5

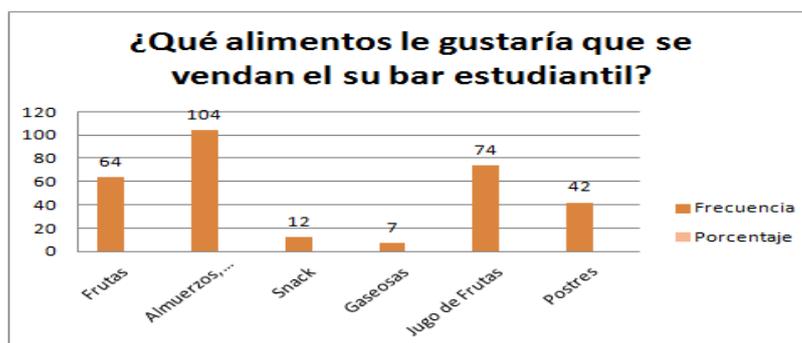


Figura 1.19: ¿Qué alimentos le gustaría que se vendan el su bar estudiantil?

Análisis Ejecutivo: La mayoría de encuestados hacen conocer sus preferencias por comida saludable que desearían consumir en sus bares estudiantiles, pero por el momento cuentan con este tipo de alimentos, lo cual los estudiantes están obligados a consumir solo lo que se oferta en el bar, ésta es una de las causas de la mala alimentación. Este proyecto se enfoca en satisfacer las necesidades no cubiertas de los estudiantes, como son el expendio de frutas, jugos frutales, postres de frutas, y almuerzos y meriendas entre otros alimentos nutritivos.

Pregunta 16 ¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un alimento en el bar estudiantil?

Tabla 1.21

¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un alimento en el bar estudiantil?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Sabor	49	37,7	38,9
Precio	40	30,8	31,7
Rapidez de Entrega	27	20,8	21,4
Higiene	10	7,7	7,9
TOTAL	130	100	100

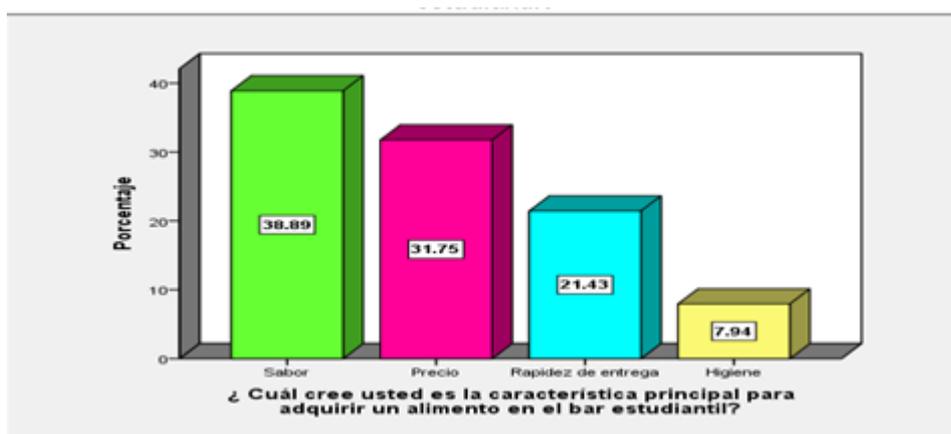


Figura 1.20: ¿Cuál cree usted es la característica principal para adquirir un alimento en el bar estudiantil?

Análisis Ejecutivo: Los encuestados en su gran mayoría manifiestan que el factor importante cuando realizan la compra en su bar estudiantil, primordialmente es el sabor de la comida seguido del precio y rapidez de entrega, ya que su receso no excede de los 30 minutos, por esta razón, la comida debe ser rica, barata y de entrega rápida para cubrir las necesidades de los estudiantes.

Pregunta 17 ¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?

Tabla 1.22

¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Muy de acuerdo	31	23,8	24,6
De acuerdo	57	43,8	45,2
Poco de acuerdo	29	22,3	23,0
Desacuerdo	9	6,9	7,1
TOTAL	130	100	100

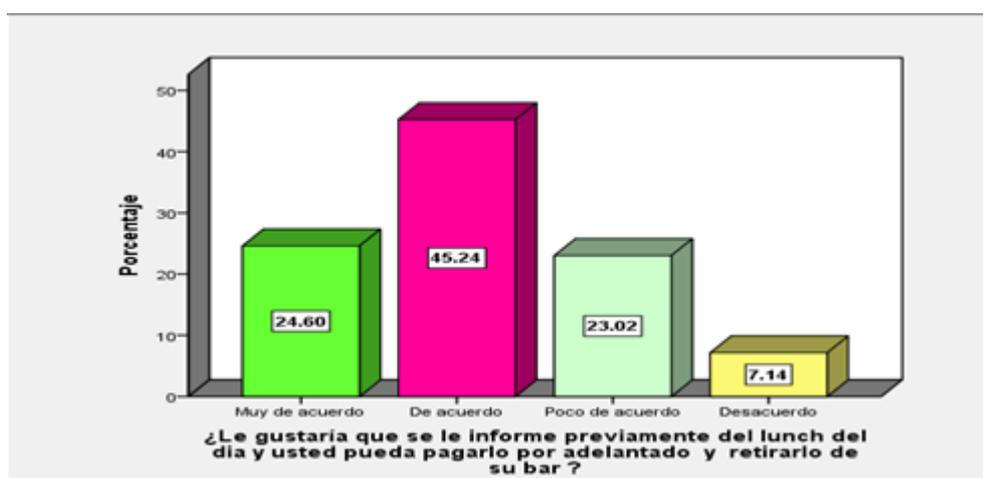


Figura 1.21: ¿Le gustaría que se le informe previamente del lunch del día y usted pueda pagarlo por adelantado y retirarlo de su bar ?

Análisis Ejecutivo: La gran mayoría de encuestados manifiestan su interés en saber previamente el menú del día pagar por adelantado su lunch y retirarlo del bar de esta forma se tiene clientes fieles a los alimentos que se expenden en el bar y así se realizaría una entrega más rápida debido a que previamente se conoce el menú.

Pregunta 18 ¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?

Tabla 1.23

¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	101	77,7	80,2
No	25	19,2	19,8
TOTAL	126	96,9	100

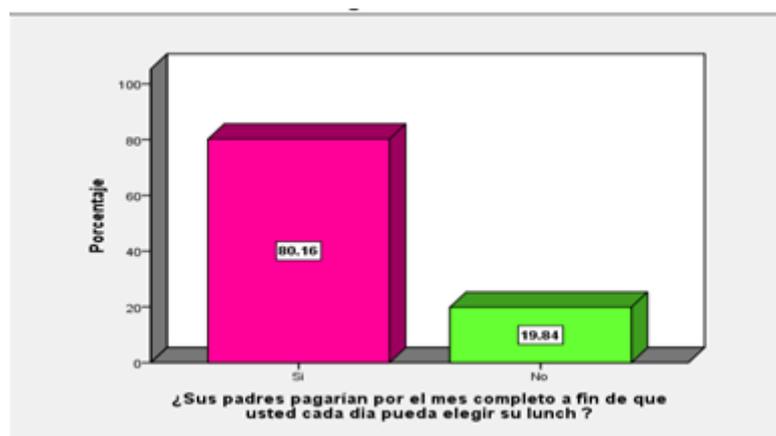


Figura 1.22: ¿Sus padres pagarían por el mes completo a fin de que usted cada día pueda elegir su lunch ?

Análisis Ejecutivo: La gran mayoría de encuestados manifiestan que sus padres pagarían por un mes completo de lunch para que sus hijos retiren del bar, ésta es una buena estrategia para la empresa ya que se manejaría en preparar comida bajo pedido lo cual se convierte en algo muy rentable e incurre a menos pérdidas y desperdicio de la comida, y para los padres es ahorro de tiempo dinero y sus hijos contarán con los refrigerios durante todo el mes.

1.3.5.8 Conclusiones del Estudio de Mercado

El perfil de los encuestados, se resume a que son estudiantes, de instituciones educativas fiscales, de género masculino y femenino equitativamente, de edades de oscilan entre 7 y 18 años, es decir, de primaria y secundaria, y que residen en el sector centro sur de la ciudad de Ibarra.

Los estudiantes en su mayoría conocen lo importante que es la salud, pero debido a la falta de tiempo y al expendio inadecuado de alimentos por parte de los bares escolares hacen que las costumbres alimenticias cambien ya que se dedican a consumir productos como comida rápida y gaseosas, ya que es lo que más se expende en los bares, el bajo contenido nutricional de los mismos hacen que a largo plazo se produzcan enfermedades como desnutrición, colesterol, diabetes, hipertensión entre otras.

En los bares estudiantiles, el expendio de comida muchas veces no es preparada al momento, es decir se expende comida guardada, y la forma de atención del personal que prepara los alimentos muchas veces no ponen atención a la buena manipulación de alimentos, la higiene y atención al cliente, el personal no manipula los alimentos con guantes ni uniforme, y muchas veces el personal de los bares es grosero y enojado con los estudiantes. Los alimentos se expenden en tarrinas de plástico.

El precio de los alimentos que se expenden en los bares estudiantiles oscila entre 0,50ctv- \$1 dólar, pero la gran mayoría de encuestados manifiestan su interés en incrementar este valor y poder adquirir los alimentos en un precio entre \$1-2\$ siempre y cuando se satisfaga sus necesidades con alimentos nutritivos, en los cuales predominen el buen sabor, y que tengan una forma de entrega rápida de los mismos, ya que al ser alumnos no cuentan con mas de 30 minutos de su receso.

Los estudiantes manifiestan masivamente su interés en la implantación de un nuevo bar de comida nutritiva, en el cual predominen los alimentos como: frutas, almuerzos, meriendas, jugo de frutas, postres, en los cuales predominen las características como buen sabor, higiene precio que varíe entre \$1-\$2, y que tenga un

tiempo rápido de entrega. Los alimentos deben ser manipulados adecuadamente rigiéndose en normas de salubridad para el expendio de comida, la misma se debe entregar en tarrinas de plástico de material biodegradable preparado en el momento que realicen su pedido.

Los estudiantes tienen gran interés en que se maneje un menú mensual a fin de poder presentarles a sus padres y que los mismos cancelen previamente sus refrigerios para el mes completo, y ellos solo lo retiren del bar evitando pérdida de tiempo y dinero en consumo de alimentos poco nutritivos

1.3.5.9 Proyección de la Demanda

El método de las tasas de crecimiento, tanto promedio anual cuando global de una serie de datos históricos, se puede calcular en base de la siguiente expresión:

$$TC = \sqrt[n]{\frac{UV}{VA}} - 1$$

Donde:

TC: Tasa de crecimiento.

UV: Valor más cercano.

VA: Valor más antiguo.

n: Número de años o periodos.

Para determinar la proyección de la demanda se utilizo las consideraciones de crecimiento poblacional de la Ciudad de Ibarra que es del 1,63% según datos obtenidos en el último censo de población y vivienda 2010.

Tabla 1.24

Proyección de la Demanda de Estudiantes

ANOS	2015	2016	2017	2018	2019
Estudiantes	24.840	25,239	25.637	26.036	26.434
TOTAL ESTUDIANTES	24.840	25,239	25.637	26.036	26.434

1.4 Análisis de la Oferta

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros. (Hair, 2005)

1.4.1 Clasificación de la Oferta

Considerando que el estado se encuentra en un ambiente libre de mercado el servicio y los productos propuesto se encaja a este de igual manera que los demás productos de tipo alimenticio o bienes en sí, que es dentro de una clasificación de OFERTA COMPETITIVA Y DE MERCADO LIBRE.

Oferta competitiva o de mercado libre: Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado.

Oferta oligopólica: Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su

actividad. Intentar la penetración en este tipo de mercados es no sólo riesgoso, sino en ocasiones muy complicado.

Oferta monopólica: Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único.

1.4.2 Factores que afectan a la oferta

Los factores determinantes de la oferta son los siguientes:

Precio de los factores productivos: se refiere al precio del factor trabajo y del factor capital. Estos dos influyen en los costes de producción de las empresas ya que si disminuye el capital, a las empresas les cuesta menos producir y el nivel de beneficios aumenta.

El precio de bienes relacionados desde un punto de vista productivo: se refiere a que los productores pueden desplazarse a producir otro bien.

Tecnología existente: una mejora tecnológica disminuye los costes de producción de una empresa y por lo tanto hay variaciones en la oferta.

Impuestos y regulaciones del Estado: a través de los impuestos el Estado puede influir en el comportamiento de las empresas. También existen leyes a través de las cuales el Estado influye en los costes de producción de las empresas.

Expectativas: se refiere a lo que los productores que pase sobre los precios de los productos que aparecen en su proceso de producción. También se refiere a las expectativas sobre el precio de los productos de los bienes relacionados.

1.4.3 Comportamiento histórico de la oferta

Para determinar la oferta histórica se tomó como referencia los datos otorgados por el INEC – Censo Nacional Económico 2010.

El incremento de Instituciones educativas año a año en la ciudad de Ibarra genera que las mismas cuenten con un bar estudiantil cada uno, es decir por cada escuela o colegio existe un bar, cabe recalcar que bares con comida saludable existe 2 en la ciudad de Ibarra.

Tabla 1.25

Comportamiento Histórico de la oferta

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Número de estudiantes de Bares Escolares Nutritivos	0	1115	1122	2237	3359
TOTAL ESTUDIANTES	0	1115	1122	2237	3359

1.4.4 Oferta Actual

Se a considerado por cada institución educativa fiscal existe 2 bares, administrados por una misma persona.

La ciudad de Ibarra tiene 32 Escuelas y Colegios Fiscales, pero solo tres bares nutritivos que atienden a tres planteles educativos.

Tabla 1.26

Oferta Actual

Instituciones	Estudiantes
Bar estudiantil (PRESIDENTE VELASCO IBARRA)	1.122
Bar estudiantil PEDRO <u>MONCAYO</u>	1.115
Bar estudiantil Teodoro	1.122

1.4.5 Proyección de la Oferta

El método de las tasas de crecimiento, tanto promedio anual cuando global de una serie de datos históricos, se puede calcular en base de la siguiente expresión:

$$TC = \sqrt[n]{\frac{UV}{VA}} - 1$$

Donde:

TC: Tasa de crecimiento.

UV: Valor más cercano.

VA: Valor más antiguo.

n: Número de años o periodos.

El acuerdo manifiesta que cada año debe incrementar en un 80% el número de estudiantes beneficiados de bares nutritivos, para de esta forma a corto plazo unificar los bares con comida nutritiva en toda la ciudad de Ibarra como se muestra en la Tabla 1.27.

Tabla 1.27

Proyección de la oferta

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Número Estudiantes favorecidos con Bares nutritivos	6046,2	8733,4	11420,6	14107,8	16795
TOTAL ESTUDIANTES	6046,2	8733,4	11420,6	14107,8	16795

1.5 Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha

determinado que ninguna productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (Hernandez, 2006).

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda y oferta, como se detalla en la Tabla 1.28.

Tabla 1.28

Demanda Insatisfecha

AÑOS	Total Demanda Proyectada	Total Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	24.840 estudiantes	6046,2 estudiantes	18.794 estudiantes
2016	25.239 estudiantes	8733,4 estudiantes	16.506 estudiantes
2017	25.637 estudiantes	11420,6 estudiantes	14.216 estudiantes
2018	26.036 estudiantes	14107,8 estudiantes	11.928 estudiantes
2019	26.434 estudiantes	16795 estudiantes	9.639 estudiantes

Se puede observar que existe una demanda insatisfecha para todos los años de vida útil del proyecto.

1.6 Comercialización

Hay dos tipos de marketing que se pueden realizar en una empresa: el marketing estratégico y el marketing operativo (táctico). El primero, analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Al igual que el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales; permite orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa. Se deberá aplicar correctamente las cuatro estrategias del marketing: precio, producto, plaza y promoción que se dan a continuación:

1.6.1 Estrategia de precios

Como el mercado es competitivo, lo recomendable después de analizar los datos de las encuestas, se tomara un promedio entre los precios de la competencia, ofreciendo un precio atractivo para atraer clientes al negocio. Cabe recalcar que los estudiantes manifestaron que están dispuestos a pagar hasta dos dólares por un refrigerio nutritivo variado.

Se va a realizar un día de descuentos en refrigerios seleccionados, a fin de promocionar nuevas alternativas de refrigerio nutritivo, para que de esta forma los estudiantes la conozcan y así introducirlos al bar.

1.6.2 Estrategias de promoción

La estrategia que se empleara es primeramente realizar conferencias en cada institución educativa, haciéndoles conocer la importancia de comer saludablemente y las proporciones adecuadas de consumo según la edad, de esta manera ofrecer un menú nutritivo completo en el cual se elimine la comida rápida y las bebidas no nutritivas.

Se realizara folletos informativos para que los estudiantes hagan llegar a sus padres y de esta forma hacer conocer los alimentos permitidos en el reglamento de regulación de bares escolares.

La buena atención, higiene, rapidez, servicio y buena preparación de los alimentos será algo fundamental para que los clientes se sientan satisfechos con este proyecto y de esta forma puedan recomendar a los demás, el consumo de los productos ofertados creando buenas referencias del mismo.

1.6.3 Estrategias de servicio

Los empleados deben portar un uniforme adecuado que consta de: camiseta, pantalón, mandil, cobertor de cabello y botas plásticas industriales.

Manipular los alimentos siempre con guantes, la preparación de los alimentos debe ser inmediata a fin de precautelar la frescura de los alimentos.

Las instalaciones deben siempre estar ordenadas, limpias y personal dispuesto a colaborar para brindar un servicio correcto.

En esta estrategia intervendrá el cajero quien se encargará de coordinar el trabajo y capacitar a los trabajadores, para que se desarrollen con los principios de buen trato y aplicar en el mejor de los casos el lema del “cliente tiene la razón”

1.6.4 Estrategias de producto

La estrategia por la cual se optará es la diversificación de producto con lo que se busca ofertar amplias gamas de productos alimenticios como lo requieren los consumidores.

El fin que se busca con esta estrategia es la de colocar la mayor cantidad de alimentos nutritivos posibles dentro de un mismo punto de venta y al alcance de los consumidores.

Los productos serán preparados en ese momento, serán productos frescos y controlando los niveles de ingesta diaria.

1.6.5 Estrategias de plaza

Se llegará al cliente por medio de la influencia de campanas de salud realizadas por el ministerio de salud y educación, con respecto al debido expendio de alimentos dentro de los bares estudiantiles, con los cuales se crearan alianzas estratégicas tal como la recomendación mutua, en donde las empresas en alianza se ofertaran recíprocamente.

1.7 Análisis de precios.

El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. (BACA, 2000)

El análisis de los precios del servicio de catering de comida saludable es muy importante ya que de esta manera se puede observar la tendencia de los precios a través de una línea de tiempo que dará la pauta para poder determinar el precio para el servicio que se pretende ofrecer, siendo este precio competitivo dentro del mercado al cual se dirige.

1.7.1 Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Los factores que influyen en el comportamiento de los precios son:

- Precio existente en el mercado (Precio de mercado),
- Precio de Productos similares importados,
- Precios fijados por el sector público,
- Precio estimado en función del costo de producción. (Como el producto de un coeficiente dado por el Costo)
 - Precio estimado en función de la demanda,
 - Precios del mercado internacional,
 - Precios regionales, diferenciando entre países que participan de un acuerdo regional y el resto del mundo.

1.7.2 Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen, forma de pago.

Estacionalidad de precios: La estacionalidad de los precios es un patrón de comportamiento que se repite regularmente completándose una vez cada doce meses. Tal comportamiento regular puede originarse por estacionalidad de la demanda, de la oferta y del mercadeo, o de una combinación de ambas.

Para el servicio de catering nutritivo se tiene una estacionalidad entre los meses de Septiembre a Julio que es el periodo escolar cada año, es decir estos meses son los mas demandados del año.

Volumen: La nueva empresa presentará opciones y descuentos a sus clientes de acuerdo al número de refrigerios que se sirvan, es decir si se cancela el refrigerio para un mes es mucho mas económico que cancelar cada día

Forma de Pago: Los potenciales clientes de la nueva empresa deberán cancelar el servicio en efectivo, es decir el momento de ordenar ese momento se cancela, también se maneja otro tipo de pago que es anticipado para todo el mes, el cual es mas económico que comprar cada día.

1.7.3 Precios Actuales

El análisis de precios permite conocer a que precio esta ofertando la competencia sus productos, para de esta forma poder colocar un precio promedio el cual sea accesible a todo bolsillo.

En los bares estudiantiles los precios oscilan de 0,25 ctv a 3 dólares, ya que es la máxima capacidad adquisitiva del estudiante, predominando en mayor parte la comida chatarra y las gaseosas.

1.8 Canales de Distribución

Al tratarse de un servicio directo sin intermediarios, el canal de distribución de este también será directo, es decir el estudiante realiza la compra y el bar entrega la orden.

CAPÍTULO 2

2 Estudio Técnico

Este capítulo tiene como objetivo establecer el tamaño óptimo de la empresa e identificar la localización adecuada de la misma, tomando como base los requerimientos tecnológicos, infraestructura, mano de obra, materiales e insumos que se utilizarán para ofrecer a la ciudad de Ibarra, productos de calidad, a precios relativamente bajos.

2.1 Tamaño del Proyecto

El estudio de este punto tiene gran importancia al momento de estructurar la empresa para un adecuado funcionamiento, puesto que permite establecer los niveles de inversión y el financiamiento requeridos, para determinar el nivel de rentabilidad que se pueden alcanzar.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

2.1.1 Factores determinantes del tamaño

2.1.1.1 Condiciones del mercado

Al realizar el estudio de una empresa se debe considerar las limitaciones que debe enfrentar, principalmente en el mercado en el que se va a ofrecer sus productos, para lo cual se debe tomar en cuenta la demanda insatisfecha.

Para el presente estudio, la demanda insatisfecha es la condicionante de mercado, la cual podrá cubrirse mediante el expendio de comida saludable en los bares estudiantiles que propone la nueva empresa.

2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

Para su funcionamiento la nueva empresa requerirá de un capital que será cubierto en un 40% con aportes de capital de los socios, y el 60% restante provendrá de un crédito que se obtendrá de una institución financiera que ofrezca las mejores condiciones del mercado.

Para este efecto se procedió a analizar las condiciones que ofrece el Banco Pichincha cuyas tasas de interés son del 13.50 %; y de la Corporación Financiera Nacional que ofrece una tasa de interés 9.6%, por lo que la mejor constituye la segunda entidad financiera. Esto demuestra que no existe mayor inconveniente para acceder al financiamiento requerido.

2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de obra

En la Ciudad de IBARRA se cuenta con personal altamente capacitado para los diferentes trabajos en la elaboración de venta de alimentos, se cuenta con universidades de gran prestigio que capacitan a nuestros futuros trabajadores y ellos aportan con sus conocimientos y experiencias a la nueva empresa.

Para su adecuado funcionamiento, la empresa requerirá del siguiente personal: 1 Administrador; 1 Contador; 3 cocineros; 6 Ayudantes de Cocina; 1 Chofer, 2 Asistentes para atención al cliente

2.1.1.4 Disponibilidad de materia prima

Bajo los estándares que la empresa se va a administrar, las materias primas seleccionadas serán de alta calidad, considerando el segmento de mercado a atender y las expectativas generadas por el mismo.

La empresa siempre se aprovisionará de materia prima en buen estado y que cumpla con los requerimientos de los clientes, en vista de ello, se realizará una evaluación bimensual de la cartera de proveedores

Las materias primas serán las autorizadas por el acuerdo Interministerial 0001-10 del Ministerio de Educación y Ministerio de Salud Pública que regula el funcionamiento de Bares Escolares del Sistema Educativo Nacional.

2.1.1.5 Disponibilidad de tecnología

En razón de que la nueva empresa se dedicará a la producción y comercialización de alimentos, el desarrollo de esta actividad no requiere de la utilización de tecnología avanzada, sino de ciertos equipos informáticos para llevar un registro y control de materia prima e insumos que va a necesitar la nueva empresa.

2.1.2 Definición de las capacidades de servicio

Como se indicó en el estudio de mercado, el porcentaje que captará la nueva empresa será aproximadamente del 80 % tomando en consideración los siguientes criterios:

- ✓ Tamaño de la nueva empresa.
- ✓ Expectativas de crecimiento en los próximos años
- ✓ Aparición de nuevas empresas dedicadas a la misma actividad
- ✓ Empresas existentes que buscan crecer en los próximos años.
- ✓ El nivel de operaciones que generen ingresos que permitan cubrir costos de operación y márgenes de utilidad razonables.

2.1.3 Definición de las capacidades de producción

Se refiere a la capacidad instalada que constituye el nivel máximo de atención que puede llegar a tener la empresa con base en los recursos con los que cuenta, refiriéndose principalmente a Recursos Humanos, equipo e instalaciones físicas.

Es necesario determinar las necesidades de recursos humanos, equipos, muebles y enseres, pues estos nos darán una idea clara de cuál debe ser el tamaño físico de la empresa, es necesario establecer que equipos y enseres se van a asignar a cada área de la empresa pueda laborar y desarrollar sus actividades sin ningún inconveniente.

El éxito de un proyecto depende en gran medida de la demanda que tenga en el mercado el bien o servicio a producir.

2.2 Localización del Proyecto

El presente estudio debe tomar en consideración varios factores que inciden en su éxito o fracaso; de la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e, incluso, de preferencias emocionales. (Chain, 2007, pág. 202)

Para este propósito se requiere determinar la macro y micro localización tomando en cuenta ciertas variables que permitan definir la mejor opción.

La ubicación del proyecto se sujeta a variables como disponibilidad de los activos fijos en este caso el inmueble para bodegas y oficinas, así como la cercanía al mercado, servicios básicos, entre otras cosas, de forma que se optimice los recursos ya disponibles tanto como aquellos en los que se invertirá.

2.2.1 Macro localización

Luego de un análisis preliminar se determinó que la ubicación más acertada es en la ciudad de Ibarra Sector sur, en razón de que existe una mayor concentración poblacional y mejor ubicación geográfica.



Figura 2.1: Ubicación Macrológica en la Provincia de Imbabura, Ciudad Ibarra

2.2.2 Micro localización

Para la micro localización, se tomó en cuenta 3 alternativas para su análisis: Norte, Centro y Sur de la ciudad de Ibarra; para cada una de las cuales, se aplicó algunos criterios orientados a determinar el óptimo funcionamiento de las actividades de la nueva empresa tales como: canon de arrendamiento, disponibilidad de servicios básicos, facilidades de acceso, seguridad, mayor circulación de personas, cercanía con proveedores, comunicación con otras poblaciones.

2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas

Los factores como transporte y comunicación, cercanía del mercado, factores ambientales y disponibilidad de servicios básicos son factores relevantes que se pueden considerar para realizar la evaluación, asignar un porcentaje al que se le denomina peso relativo o factor de ponderación dependerá exclusivamente del criterio del investigador.

Para la instalación de la empresa se consideran importantes los siguientes factores:

Transporte y Comunicaciones

En lo referente al transporte y comunicación cabe recalcar que es un factor muy importante para la determinación del sitio, en la ciudad existe vías de excelente calidad, y accesos rápidos tanto para el sur centro y norte de la ciudad.

Cercanía al Mercado

La cercanía de el mercado es muy importante, ya que se debe seleccionar un lugar en el cual sea de fácil acceso para abastecimiento, preparación y entrega de los alimentos.

La planta está ubicada cerca del Mercado Mayorista de Ibarra, lo que nos facilitaría la compra constante de productos en la mejor calidad, directamente a los mayoristas.

Disponibilidad de Servicios Básicos

Para que el proyecto pueda ejecutarse es necesario que cuente con servicios indispensables para su normal desarrollo.

La ciudad de Ibarra cuenta con todos los servicios básicos como son:

- ✓ Agua potable
- ✓ Alcantarillado

- ✓ Energía eléctrica
- ✓ Servicio telefónico

Posibilidad de Eliminación de Desechos

El material orgánico como: restos de comida, lácteos, frutas, etc., y hierbas del jardín se colocan en el tacho verde. Los recolectores de basura retiran los martes y jueves esta clase de desechos. En los tachos negros, en cambio, se arroja el material inorgánico como cartón y vidrio. Los inorgánicos se recolectan los lunes, miércoles y viernes.

Eso posibilita la correcta eliminación de desechos, este sistema se utiliza en todas las parroquias de la ciudad.

2.2.2.2 Matriz Locacional

“El diseño de la matriz Locacional toma como referencia el Método Cualitativo de evaluación por puntos, que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignar valores ponderados, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, dependerá del criterio del evaluador, ver en Tabla 2.1

Cuadro 2.1

Matriz Locacional

FACTORES DETERMINANTES	PONDERACIÓN	NORTE DE IBARRA		CENTRO DE IBARRA		SUR DE IBARRA	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Transporte y Comunicación	0.25	8	2	5	1.25	8	2
Cercanías del Mercado	0.40	7	2.8	6	2.4	8	3.2
Disponibilidad de Servicios Básicos	0.20	9	1.8	9	1.8	9	1.8
Eliminación de desechos	0.15	9	1.35	8	1.2	9	1.35
TOTAL	1.00		7.95		6.65		8.35

2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima

De acuerdo a los resultados de la matriz anterior, la ubicación más contundente es en el sector Sur de Ibarra, ya que se registra una mayor puntuación en relación a las demás alternativas de micro localización; siendo los factores más relevantes: transporte y comunicación, cercanías del mercado, disponibilidad de servicios básicos, posibilidad de eliminación de derechos, tener una mayor circulación o afluencia de personas, la disponibilidad de servicios básicos y la cercanía con los proveedores.

2.2.2.4 Plano de la Micro localización

En consecuencia la nueva empresa desarrollará sus actividades en el barrio Azaya entre Isla San Salvador 249 y Latacunga, planta baja; debido a su alto impacto comercial.



Figura 2.2: Plano de Micro localización

2.2.3 Ingeniería del Proyecto

El estudio de la ingeniería de la empresa ayudará a determinar la utilización óptima de los recursos, a través de procesos eficientes, y de proporcionar al consumidor productos de calidad, en cantidades suficientes y a precios competitivos.

La nueva empresa producirá y comercializará variedad de alimentos nutritivos, cuyo canal de distribución será directo empresa-consumidor.

2.2.4 Diagrama de flujo del Servicio

“Consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos, relaciones o fenómenos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación entre diferentes factores y/o unidades administrativas, así como la relación causa – efecto que prevalece entre ellos”. (Enrique, 2007). En la siguiente figura se detalla los elementos del diagrama de flujo.

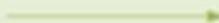
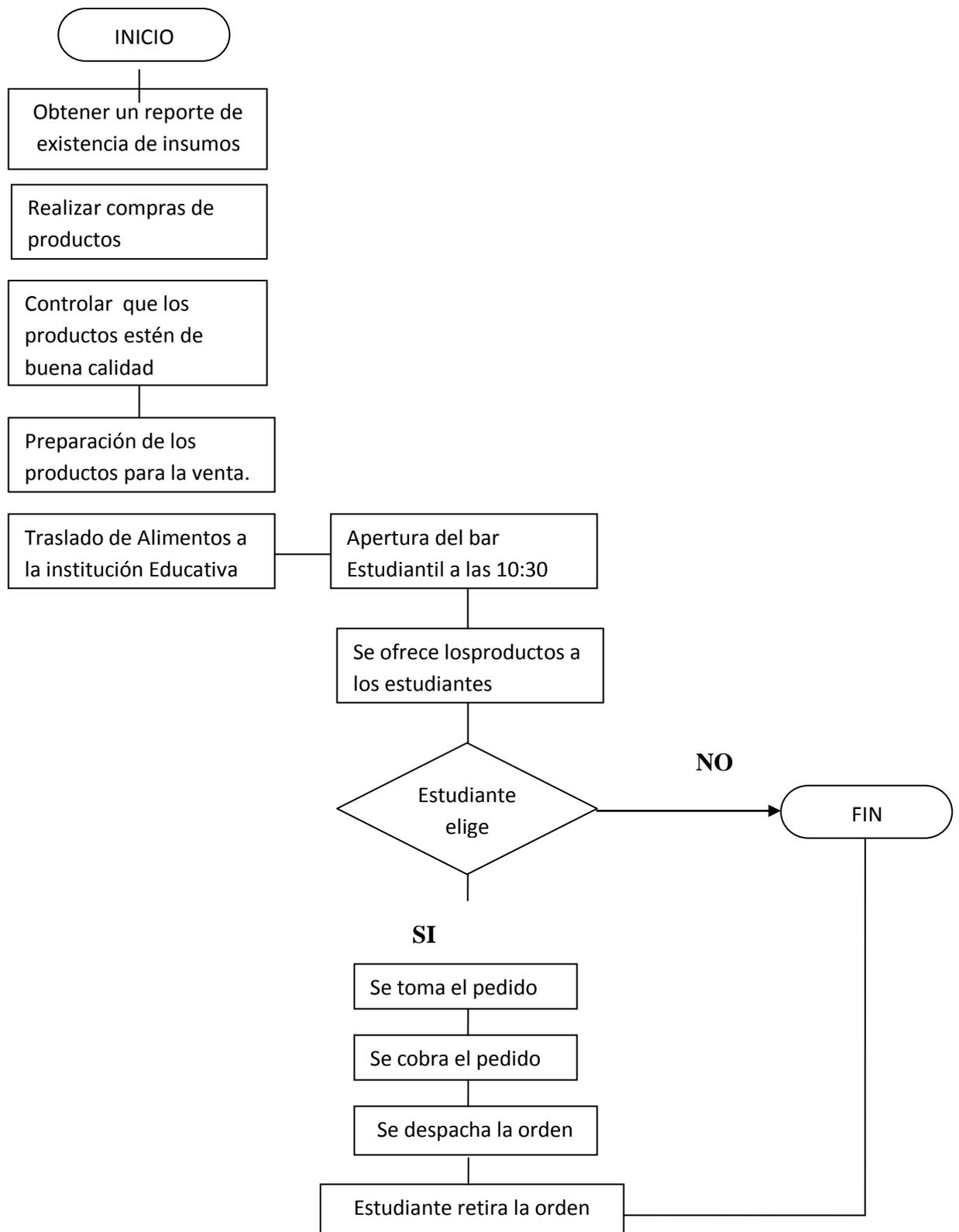
Elemento	Descripción	Símbolo
Terminal	Se utiliza para determinar el inicio y final del proceso.	
Proceso	Representa una etapa del proceso.	
Decisión	Representa el punto del proceso donde se debe tomar una decisión.	
Documento	Simboliza el documento resultante de la operación respectiva	
Línea de Dirección	Representa el orden secuencial de los proceso	
Mensaje al Usuario	Se utiliza para representar el envío de información usuario o cliente	

Figura 2.3: Elementos del Diagrama de Flujo

Diagrama de flujo de la Empresa



2.2.5 Cadena de valor

La cadena de valor empresarial, o cadena de valor, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.



Figura 2.4: Cadena de Valor

2.2.6 Distribución de Planta

Para el adecuado funcionamiento de la nueva empresa se dispondrá de un local de distribuido en la forma que consta a continuación.

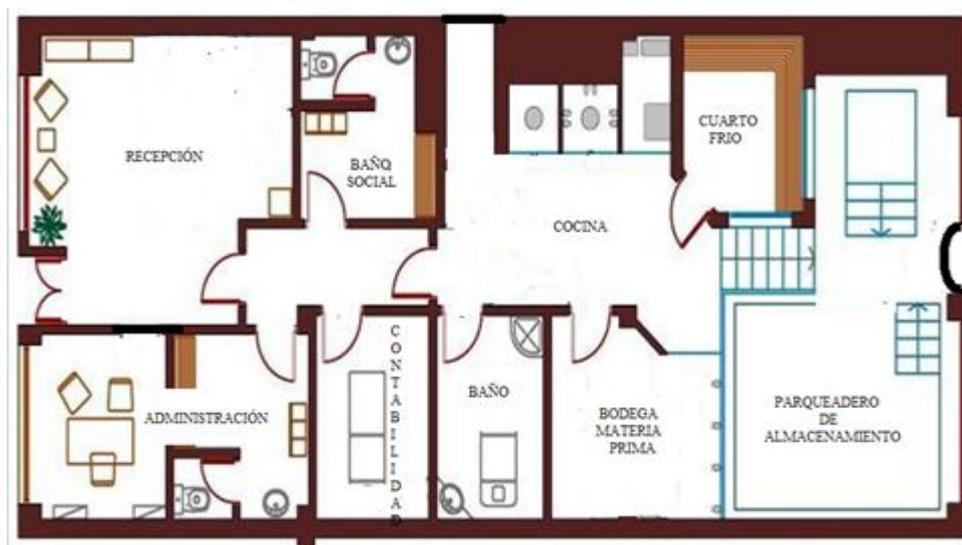


Figura 2.5: Distribución de la Planta

El diseño del local se encuentra estructurado y distribuido en las siguientes áreas: área administrativa que comprende (administración 10 m² y contabilidad 5m²) área de producción (cocina 20 m², bodega 10 m² y cuarto frio 5 m²) una área de recepción 3 m² y servicio al cliente 5 m² , una área de embarque y parqueadero para transporte de los productos 20 m², área para los servicios higiénicos (baño social 3 m² y baño interno para el personal 3 m²).

2.2.7 Requerimiento de mano de obra

El Recurso Humano con el que la empresa debe contar al inicio de sus actividades se detalla a continuación en la nomina que la empresa deberá manejar. Los sueldos y salarios fueron establecidos en base a las necesidades y ofertas del mercado actual, además bajo la normativa legal vigente previstos en las respectivas leyes laborales en el Ecuador; tal como se muestra en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1

Requerimiento de Recursos Humanos

PERSONAL REQUERIDO	CANT. RRHH.	RUBROS MENSUALES				BENEFICIOS DE LEY ANUALES				TOTAL ANUAL AÑO 1	
		SUELO MENSUAL	H. EXTRAS	A. PERSONAL 9.35%	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	A.PATRONAL 11.15%	VACACIONES	D. TERCER SUELDO		D. CUARTO SUELDO
Gerente Administrativo	1	650,00	0,00	60,78	589,23	7070,70	72,48	325,00	650,00	356,00	8474,18
Contador	1	500,00	0,00	46,75	453,25	5439,00	55,75	250,00	500,00	356,00	6600,75
Recepcionista	1	360,00	0,00	33,66	326,34	3916,08	40,14	180,00	360,00	356,00	4852,22
Cocineros	3	390,00	0,00	36,47	353,54	4242,42	43,49	195,00	390,00	356,00	5226,91
Ayudantes de Cocina	6	356,00	0,00	33,29	322,71	3872,57	39,69	178,00	356,00	356,00	4802,26
Chofer Motorizado - Mensaje	1	356,00	0,00	33,29	322,71	3872,57	39,69	178,00	356,00	356,00	4802,26
TOTAL MONETARIO EN RECURSOS HUMANOS AL AÑO					2367,78	28413,336					34758,57

2.2.8 Requerimiento De insumos y servicios

Como se mencionó anteriormente, la empresa es productora y comercializadora de alimentos para bares estudiantiles por lo cual requiere de materias primas para la producción, algunos insumos para el embalaje y entrega del producto al consumidor tales como: fundas plásticas, cucharas, cubiertos, servilletas, tarrinas y contenedores que serán adquiridos en el mercado local y en una cantidad estimada en función del nivel de ventas previsto.

El bar estudiantil ofrece cada día un menú variado, preparado con alimentos que se pueden expender dentro de el reglamento de regulación de bares estudiantiles.

Según el menú diario se realizara las compras, es por esta razón que no se tiene materia prima de desecho, ya que como se conoce el menú del día se adquiere materia prima en función a este menú, y los costes de materia prima están ya incluidos en los costes de cada menú.

Además se debe considerar los gastos que incurre la empresa en los empaques desechables para el despacho, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 2.2

Requerimiento de Empaques

REQUERIMIENTO DE EMPAQUES Mensual				
Producto	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Cucharas plásticas grandes	x100	152	0,5	76
Cubiertos Plasticos	x100	515	1	515
Servilletas	x100	667	0,4	266,8
Platos grandes	x100	545	0,5	272,5
Platos Soperos	x100	95	0,5	47,5
Vasos plasticos 6 onzas	x100	667	0,6	400,2
Vasos plásticos 16 onzas	x100	31	0,8	24,8
TOTAL REQUERIMIENTO DE EMPAQUES				1602,8

Además se consideró un rubro por insumos indirectos a la actividad comercial que desarrollará la nueva empresa, como implementos de oficina y limpieza que contribuirán al normal desarrollo de las operaciones de la empresa.

Tabla 2.3

Requerimiento de Suministros de Oficina

REQUERIMIENTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA			
SUMINISTRO	CANTIDAD	COSTO (US \$)	TOTAL ANUAL (US \$)
Papel Membretado	4000	0,0075	30,00
Papel Bond	4000	0,007	28,00
Facturas Continuas	27243	0,02	544,86
Retención	4000	0,04	160,00
Corrector	4	0,9	3,60
Clips	6000	0,001	6,00
Grapas	4000	0,003	12,00
Archivadores	5	3	15,00
Esferograficos	30	0,2	6,00
TOTAL ANUAL EN SUMINISTROS DE OFICINA			805,46

Tabla 2.4

Requerimiento de Materiales de Limpieza

REQUERIMIENTOS DE MATERIALES DE LIMPIEZA				
MATERIAL	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO (US \$)	TOTAL ANUAL (US \$)
Desinfectante para pisos y baños	frasco de 1000 ml	25	3,5	87,50
Trapeadores	unidad	16	1,5	24,00
Escobas	unidad	11	3,98	43,78
Fundas de basura	Paquete x 100 unidades	21	5	105,00
Recogedores de basura	unidad	7	4,1	28,70
Guantes de manejo	Paquete x 100 unidades	25	6,2	155,00
Mandiles	unidad	24	6,5	156,00
Limpiones	unidad	24	3,51	84,24
Lavavajillas	unidad	15	4	60,00
Esponjas lavaplatos	unidad	20	0,7	14,00
Arranca grasa	frasco de 1000 ml	12	5,3	63,60
Gel de manos	frasco de 1000 ml	12	4,5	54,00
Gorras recojedoras de cabello	unidad	48	2,5	120,00
TOTAL ANUAL EN MATERIALES DE LIMPIEZA				995,82

2.2.9 Requerimiento de Muebles y Enseres, Equipo de Oficina y Computación

Comprende todo el mobiliario que la nueva empresa requiriere para el normal desarrollo de sus operaciones, mismos que han sido clasificados en muebles

destinados para el montaje de una oficina y muebles destinados exclusivamente para la preparación de alimentos; y que se detallan en la tabla.

MUEBLES DE OFICINA

Como se especificó anteriormente, esta nueva empresa se va a dedicar a la producción y comercialización de alimentos para bares estudiantiles, por lo tanto se requiere de maquinaria y equipos especializados destinados para la producción de los refrigerios.

Tabla 2.5

Requerimiento de Muebles de Oficina y Cocina

Muebles de Oficina				
Mobiliario Oficina	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Escritorio tipo L gerencial	10 años	1	150,00	150,00
Escritorio tipo L Multifunción	10 años	2	80,00	160,00
Archivadores Madera	10 años	2	65,00	130,00
Sillas Normales	10 años	3	27,00	81,00
Sillón Tipo Secretaria	10 años	8	67,00	536,00
TOTAL INVERSIÓN EN MOBILIARIO DE OFICINA				1.057,00
Mobiliario Producción	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Cocinas Industriales	10 años	3	700,00	2.100,00
Mesa de producción	10 años	2	400,00	800,00
Horno Industrial	10 años	1	700,00	700,00
Batidora Industrial	8 años	1	300,00	300,00
Refrigerador industrial	10 años	1	900,00	900,00
Parrilla a Gas	10 años	1	680,00	680,00
Freidora Industrial	10 años	1	500,00	500,00
Licuada Industrial	10 años	1	150,00	150,00
Ollas Industriales	10 años	8	100,00	800,00
Set de cuchillos, Tramontina X 8	10 años	2	200,00	400,00
Set de Cucharas Industriales X 12	10 años	3	150,00	450,00
Balanza de Cocina	10 años	1	100,00	100,00
Recipientes Metálicos varios Tamaños)	5 años	2	150,00	300,00
Menaje completo de cocina (escurridores, espátulas, tablas de	5 años	2	150,00	300,00
Estanterias	10 años	8	80,00	640,00
Estaciones de Venta	10 años	1	80,00	80,00
Estanteria Autoservicio	10 años	2	72,00	144,00
Sillas Normales	10 años	6	27,00	162,00
TOTAL INVERSIÓN EN MOBILIARIO PRODUCCIÓN				9.506,00
REQUERIMIENTO TOTAL DE INVERSIÓN EN MUEBLES DE OFICINA Y PRODUCCIÓN				10.563,00

2.2.10 Requerimiento de enseres de Oficina

Tabla 2.6

Requerimiento de Enseres de Oficina y Producción

REQUERIMIENTO TOTAL DE INVERSIÓN EN ENSERES DE OFICINA Y PRODUCCIÓN				
Enseres	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Tachos de basura pequeño plástico	10 años	6	3,45	20,70
Tachos de basura Grandes	10 años	6	4,50	27,00
Archivadores Grandes	10 años	4	3,56	14,24
Archivadores Pequeños	10 años	4	2,49	9,96
Grapadora	10 años	3	2,80	8,40
Calculadora	3 años	2	2,90	5,80
Teléfono	3 años	2	50,00	100,00
Perforadora	10 años	3	4,12	12,36
Carpetas	10 años	10	0,60	6,00
Dispensador de agua	10 años	2	20,00	40,00
REQUERIMIENTO TOTAL DE INVERSIÓN EN ENSERES DE OFICINA Y PRODUCCIÓN				244,46

2.2.11 Equipos de Oficina y Computación

Constituye todas las máquinas, equipos tecnológicos y demás dispositivos necesarios para poder desarrollar satisfactoriamente todas las tareas dentro de una oficina; además se debe considerar el equipo requerido para proporcionar un servicio de calidad a los consumidores que acudan a la empresa.

Tabla 2.7

Requerimiento de Equipos de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Equipo Oficina	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Equipo de computo completo	3 años	1	458,50	458,50
Impresora Multifuncional	3 años	1	67,00	67,00
Regulador de Voltaje	3 años	1	13,75	13,75
TOTAL INVERSIÓN DE EQUIPO PARA LA OFICINA				539,25
Equipo para Bar	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Laptop	3 años	1	600,00	600,00
Regulador de voltaje	3 años	3	13,75	41,25
TOTAL INVERSIÓN DE EQUIPO PARA EL BAR				641,25
REQUERIMIENTO TOTAL DE INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA				1.180,50

2.2.12 Requerimiento de Terreno

Tabla 2.8

Requerimiento de Terreno

TERRENO Y CONSTRUCCION	
CONCEPTO	Valor Total
TERRENO	\$ 30.000,00
CONTRUCCION TERRENO	\$ 15.000,00
TOTAL	\$ 45.000,00

2.2.13 Requerimiento de movilidad

Se considera la adquisición de un camión frigorífico, con el objetivo de poder trasladar los alimentos en optimas condiciones, la inversión que se requiriere se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 2.9

Requerimiento de Movilidad

REQUERIMIENTO TOTAL DE INVERSIÓN EN MOVILIDAD				
Concepto	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Camión con Frigorifico	5 años	1	20.000,00	20.000,00
REQUERIMIENTO TOTAL DE INVERSIÓN EN MOVILIDAD				20.000,00

Requerimiento de Combustible

Tabla 2.10

Requerimiento de Combustible

REQUERIMIENTO DE COMBUSTIBLE					
CONCEPTO	Recorridos mensuales Km	Cantidad/ galones mes	Valor Unitario (US \$)	Valor mensual	Valor anual
COMBUSTIBLE	800	20	1,48	29,60	355,2
REQUERIMIENTO DE COMBUSTIBLE				29,60	355,2

Requerimiento de mantenimiento Camión

Tabla 2.11

Requerimiento Mantenimiento Camión

REQUERIMIENTOS DE MANTENIMIENTO DE CAMIÓN				
Concepto	Manteni miento Km.	# Veces al año	Valor Unitario (US \$)	Total (US \$)
Cambio de aceite y filtros	7200	2	35	70
ABC	10000	0,72	50	36
Frenos	10000	1	50	50
Llantas	70000	0,11	800	88
REQUERIMIENTO ANUAL TOTAL EN MANTENIMIENTO				244

2.2.14 Requerimiento en seguridad

Agrupar a todo equipo y dispositivo utilizado para montar un sistema de seguridad interna del establecimiento, a continuación se detalla los requerimientos.

Tabla 2.12

Requerimiento de Seguridad

REQUERIMIENTO TOTAL EN INVERSION DE EQUIPO PARA SEGURIDAD				
CONCEPTO	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)
Sirena	3 años	1	50,00	50,00
Sistema Interno de Alarma	3 años	1	250,00	250,00
REQUERIMIENTO TOTAL EN INVERSION DE EQUIPO PARA SEGURIDAD				300,00

2.2.15 Requerimiento de servicios básicos

Tabla 2.13

Requerimiento Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS						
Nº	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL (dólares)	VALOR ANUAL (dólares)
1	Agua	m ³	0,77	36	27,68	332,16
2	Luz	Kw/h	0,09	120	10,8	129,6
3	Teléfono	Minutos	0,1	140	14	168
4	Internet	Mbps	24,9	1	24,9	298,8
TOTAL SERVICIOS BASICOS					\$ 506,20	\$ 928,56

2.2.16 Requerimiento en otros gastos

Tabla 2.14

Requerimiento de Otros Gastos

REQUERIMIENTO OTROS GASTOS					
Concepto			Valor		valor Anual
	Patentes	1	\$	159,00	\$ 159,00
	Permiso	2	\$	20,00	\$ 40,00
	Mantenimiento Equipos de Computo	3	\$	30,00	\$ 90,00
TOTAL					\$ 289,00

2.3 Estimación de Costos de Inversión

Consiste en considerar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha de la prestación del servicio de la hostería, para lo cual se tendrá:

Activos Fijos: Aquellos que no varían durante el ciclo de vida de la empresa. El cuadro resumen de los activos fijos de la empresa serán:

Tabla 2.15

Inversión de Activos Fijos

ACTIVO FIJO	Monto	%
Terreno	30.000,00	38,82%
Construcción de Terreno	15.000,00	19,41%
Muebles de oficina y Producción	10.563,00	13,67%
Enseres de oficina	244,46	0,32%
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.180,50	1,53%
Camión con Frigorífico	20.000,00	25,88%
Equipos Tecnológicos para seguridad	300,00	0,39%
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	77.287,96	100,00%

Activos Diferidos: Son todos los recursos que son pagados para obtener un beneficio a futuro, y una vez pagados no son reembolsables, estos gastos se efectúan al constituir una empresa y son un valor considerable por lo cual se amortizan hasta 5 años. Para la nueva empresa los activos diferidos considerados son:

Tabla 2.16

Inversión en Activos Diferidos

INVERSIÓN EN ACTIVO DIFERIDO				
CONCEPTO	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)	%
Elaboración del proyecto	1	760,00	760,00	35,19%
Constitución de la compañía	1	400,00	400,00	18,52%
Registro de Marcas	1	100,00	100,00	4,63%
Publicidad	1	300,00	300,00	13,89%
G. de Instalación y adecuación de lc	1	600,00	600,00	27,78%
REQUERIMIENTO TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS			2.160,00	100,00%

Capital de Trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación de la Empresa durante un ciclo productivo.

Tabla 2.17

Inversión de Capital de Trabajo

INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de Trabajo 30 Días	Monto	%
Insumos Empaques	1.602,80	33,39%
Suministros de Oficina	67,12	1,40%
Materiales de Limpieza	82,99	1,73%
Sueldos y salarios RR.HH.	2.896,55	60,33%
Combustibles	29,60	0,62%
Mantenimiento de vehículo	20,33	0,42%
Servicios Básicos	77,38	1,61%
Otros Gastos	24,08	0,50%
CAPITAL DE TRABAJO	4.800,85	100,00%

INVERSIÓN TOTAL

La inversión que se deberá realizar para llevar a cabo el proyecto se detalla a continuación, el capital de trabajo calculado para un periodo de 30 días, es decir 20 días laborables.

Al ser institución educativa el periodo laborable solo es de Lunes a Viernes, por lo tanto son 20 días al mes.

Tabla 2.18

Total Costo de Inversión

TOTAL COSTO DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	Monto
Terreno	\$ 30.000,00
Construcción de Terreno	\$ 15.000,00
Muebles de oficina y Producción	\$ 10.563,00
Enseres de oficina	\$ 244,46
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.180,50
Camión con Frigorífico	\$ 20.000,00
Equipos Tecnológicos para seguridad	\$ 300,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	77287,96
ACTIVO DIFERIDO	Monto
Elaboración del proyecto	\$ 760,00
Constitución de la compañía	\$ 400,00
Registro de Marcas	\$ 100,00
Publicidad	\$ 300,00
G. de Instalación y adecuación de local	\$ 600,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDO	2160
CAPITAL DE TRABAJO	Monto
Capital de trabajo 30 días	\$ 4.800,85
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.800,85
TOTAL INVERSIÓN	\$ 84.248,81

CAPÍTULO 3

3 LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

La empresa en estudio está dedicada al servicio de preparación y venta de refrigerios nutritivos dentro de los bares estudiantiles de escuelas y colegios fiscales de la ciudad de Ibarra, razón por la cual ofrece un producto tangible al consumidor, satisfaciendo la necesidad los estudiantes.

El tipo de empresa al que corresponden el giro del negocio es de servicios, subdividido dentro del sector de alimentación.

La Empresa pretende cumplir todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la Ciudad de Ibarra.

3.1 Base legal

3.1.1 Nombre o Razón Social

El establecimiento de un nombre o razón social para la empresa constituye un factor importante, ya que incide en gran medida al posicionamiento que la misma logre alcanzar en el mercado y que sea fácilmente identificable por los consumidores.

La nueva empresa será constituida y registrada en la Superintendencia de Compañías bajo la denominación de **NutriSalud** nombre que refleja entre sus características primordiales a una empresa que se enfoca mantener y cuidar la salud de los estudiantes.

3.1.2 Logotipo

Para lograr posicionarse en el mercado es conveniente crear un logotipo que representa un distintivo visual que ayuda a identificar la empresa, sus productos y servicios que ésta ofrece.

El logo de la empresa NutriSalud, se dedicará a la preparación y expendio de alimentos, consiste en enfatizar a una alimentación saludables acorde a la edad de los estudiantes.



Figura 3.1: Logotipo

3.1.3 Slogan

Además la nueva empresa debe contar un slogan que reafirme la idea principal que desea crear en la mente de los consumidores, el slogan dice:

La salud es lo primero
 La salud es lo primero

Figura 3.2: Slogan

3.1.4 Titularidad de propiedad de la empresa

Conforme al artículo 1 de la Ley de Compañías vigente en el Ecuador, existen cinco tipos de compañías de comercio, y son las siguientes:

La **compañía en nombre colectivo** se contrae entre dos o más personas para ejercer actividades económicas bajo una razón social y con la terminación “y compañía”; el capital se compone por los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar y deben pagarse al menos el 50% del capital suscrito. Su responsabilidad es solidaria e ilimitada por los actos que realicen los socios bajo la razón social.

La **compañía en comandita simple y dividida por acciones** se conforma por uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otros u otros, simples suministradores de fondos llamados socios comanditarios con responsabilidad limitada al monto de sus aportes y actúan bajo una razón social.

Las responsabilidades de los accionistas según el artículo 73 de la misma Ley, menciona que todos los socios colectivos y los socios comanditados estarán sujetos a responsabilidad solidaria e ilimitada por todos los actos que ejecutaren ellos o cualquiera de ellos bajo la razón social, siempre que la persona que los ejecutare estuviere autorizada para obrar por la compañía.

La **compañía de responsabilidad limitada** se contrae entre tres o más socios sin excederse de quince, el comercio lo realizan bajo la utilización de una razón social añadida de las palabras “Compañía Limitada”; el monto mínimo es de US \$400 dólares y los socios solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones

La **compañía anónima** es una sociedad formada por uno o más personas, cuyo capital mínimo es de US \$800 dólares dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas “S.A.”.

La **compañía de economía mixta** las conformadas por El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, y con el capital privado, el capital mínimo para su constitución es de US \$800 dólares y su responsabilidad es subsidiaria, solidaria e ilimitada de las obligaciones sociales.

La nueva empresa adoptará la personería jurídica de una Compañía de Responsabilidad Limitada, será constituida por tres socios, y se iniciará con un capital social suscrito de US \$ 2000,00 dólares.

De acuerdo a las leyes vigentes para la constitución de este tipo de empresa, se requiere realizar los siguientes trámites legales:

- a) Aprobación de constitución
- b) Publicación del extracto
- c) Certificación Municipal

- d) Afiliación a Cámara de Industrias
- e) Registro Mercantil
- f) Notaría; anotación marginal
- g) S.R.I, Obtención del R.U.C.
- h) Inscripción en el Registro Societario

Además según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU Ecuador, se lo cataloga dentro de:

Tabla 3.1

Clasificación CIIU

CÓDIGO	SECTOR
I	Actividades de Alojamiento y servicio de Comidas
I56	Servicio de Alimento y Bebidas
I561	Actividades de Restaurantes y Servicio Móvil de Comidas

3.2 Base filosófica de la empresa

La base Filosófica constituye la plataforma sobre la cual se asentará la empresa para que pueda desarrollarse en el mercado

3.2.1 Misión

Misión es una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares, es un compendio de la razón de ser de una empresa, esencial para determinar objetivos y formular estrategias. (Vasquez, 2007, pág. 114)

Para la elaboración de la misión de la organización es necesario aplicar ciertos elementos:

Naturaleza del Negocio: brindar servicios de alimentación nutritiva a estudiantes de escuelas y colegios.

Razón de existir: satisfacer la necesidad de los clientes.

Mercado al que sirve: Escuelas y Colegios Fiscales de la ciudad de Ibarra.

Características generales del servicio: Satisfacer la necesidades de los estudiantes ofreciendo alimentos nutritivos variados cada día.

Posición deseada en el mercado: líder.

Principios y valores: honestidad, responsabilidad y puntualidad, rapidez

MISIÓN

Satisfacer las necesidades de los estudiantes de escuelas y colegios fiscales de la ciudad de Ibarra , con un servicio diferenciado de comida nutritiva con el fin de fomentar el consumo adecuado de comida saludable dentro de los bares estudiantiles.

3.2.2 Visión

Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su organización este dentro de 5 o 10 años. Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización es y quiere ser en el futuro. (Vasquez, 2007, pág. 115)

La visión tendrá las siguientes características:

- Breve y concisa.
- Fácil de captar y recordar.
- Alta credibilidad.
- Flexible y creativa.

Elementos básicos de la visión:

Posición en el Mercado: Líder

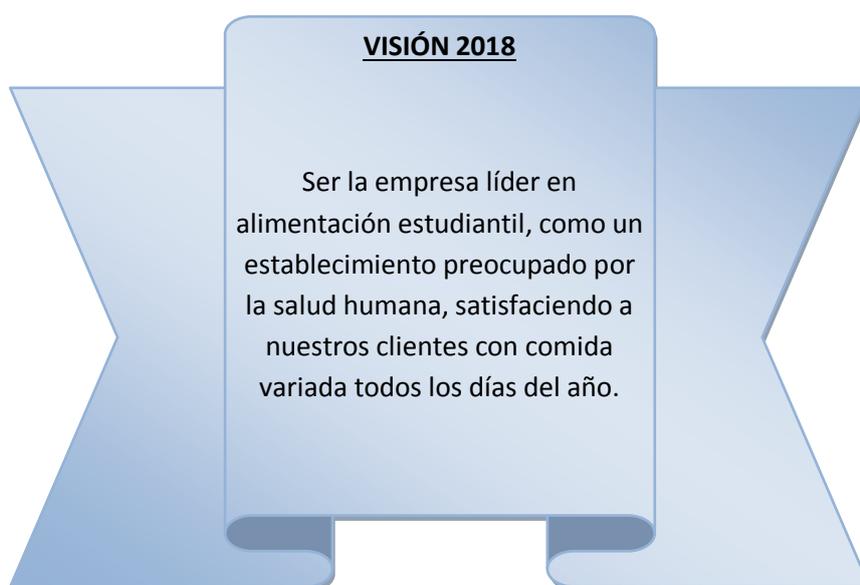
Tiempo: 5 años

Ámbito del Mercado: Ciudad de Ibarra

Servicio: Alimentación para bares estudiantiles.

Valores: honestidad, responsabilidad y puntualidad.

Principio Organizacional: Servicio de Calidad y Diferenciado.



3.2.3 Principios y valores corporativos

Toda empresa debe establecer como parte de su filosofía empresarial principios y valores, de tal manera que todos quien forman parte de la empresa adquieran hábitos apropiados para la generación de un buen ambiente de trabajo, de esta manera fomentando una cultura organizacional.

3.2.4 Principios

Los principios en los cuales se basará la empresa NutriSalud Cía. Ltda., serán los siguientes:

Trabajo en Equipo: Inclusivo y participativo entre todos los niveles organizacionales de la empresa, alcanzando un ambiente laboral transparente y colaborativo.

Innovación y Creatividad: se desarrollarán ideas frescas para mejorar el servicio y la atención al cliente, preparando una alta gama de alimentos para evitar que los clientes se cansen de la comida tradicional.

Eficacia y eficiencia: En la preparación de alimentos, el despacho en forma rápida es uno de los puntos que mas nos demandan los estudiantes, debido al poco tiempo de brake que tienen, los alimentos deben ser preparados en un timepo no mayor a 10 minutos.

Compromiso: Hacia la empresa y los clientes; siempre aportando lo mejor de cada uno, en el desarrollo de sus diferentes actividades y proporcionando al cliente la mejor de las atenciones mientras realiza sus compras.

3.2.5 Valores

Los integrantes de la empresa NutriSalud Cía. Ltda., se comprometen a practicar dentro y fuera del lugar de trabajo los siguientes valores:

Responsabilidad: En el cumplimiento de todas las actividades asignadas, demostrando profesionalismo, confianza, higiene y buen trata a los clientes.

Honestidad: En todas las actividades que desarrolle dentro y fuera de la empresa.

Respeto: Mutuo para todos los integrantes de la empresa, respetando creencias, personalidad, gustos, y demás preferencias.

Puntualidad: Cumplir con los horarios establecidos, responsabilidades asignadas y obligaciones adquiridas.

3.2.6 Objetivos estratégicos

“Los objetivos estratégicos representan los resultados deseados, a largo plazo, hacia los cuales se lanzan o dirigen nuestras acciones”

La empresa NutriSalud Cía. Ltda., se ha planteado los siguientes objetivos estratégicos:

- Poner a disposición del mercado productos de calidad, que satisfaga las necesidades y expectativas del consumidor, a precios razonables.
- Evaluar continuamente el desempeño de los empleados de la empresa, con el objeto de conocer sus debilidades, y convertirlas en fortalezas ofreciéndoles una capacitación oportuna, de esta manera mejorando la productividad de la misma.
- Conocer las expectativas de satisfacción de los clientes mediante la evaluación continua, además mantener información actual de mercado, para actuar positivamente a futuros cambios y evaluando la implementación de nuevos servicios o la posibilidad de incursionar en nuevos mercados.

3.2.7 Estrategias empresariales

Las estrategias son las grandes acciones o los caminos a seguirse para el logro de los objetivos de la organización y así hacer realidad los resultados esperados. (Vasquez, 2007, pág. 118)

La Estrategia Empresarial de “NutriSalud ” es la de ofrecer un servicio de calidad y diferenciado al cliente, diversificando a posterior en nuevos servicios, para de esta manera poder llegar a nuevos mercados .

3.2.7.1 Estrategia de competitividad

Para lograr que la empresa sea competitiva se aplicarán dos estrategias, la primera la de ejercer un liderazgo en costos en el sector, pretendiendo ofrecer a los consumidores productos ligeramente bajos, a los que registra la competencia; esta estrategia se desarrollará debido a la ventaja competitiva que posee la empresa al momento de adquirir sus productos directamente a los productores.

3.2.7.2 Estrategia de competencia

Orientadas a incentivar la competencia leal ofreciendo a los consumidores diferentes promociones, descuentos especiales y degustaciones de comida que se va a introducir al bar estudiantil, con el fin de atraer al consumidor y el de general fidelidad hacia la nueva empresa.

3.2.7.3 Estrategia de crecimiento

Para lograr que la empresa crezca en el mercado se aplicarán 2 estrategias; la penetración de mercados que consiste en crecer dentro del mismo mercado y con la misma variedad de productos; y la estrategia de desarrollo de nuevos mercados, refiriéndonos a un crecimiento a la apertura de nuevas sucursales de comida para bares estudiantiles inicialmente dentro de la mismo provincia, para posteriormente expandirse por los demás Provincias de Ecuador.

3.2.7.4 Estrategia operativa

Administrar y controlar los costos de operación constantemente conforme al comportamiento de la demanda, con el propósito de racionalizar los mismos, evitando incurrir en el aumento de los costos operacionales, y disminuir los niveles de utilidades que la empresa requiere.

3.2.8 La organización

El diseño de una organización en un proyecto juega un papel muy importante dentro del mismo, ya que ayudará a enrumbar al talento humano hacia una sola dirección, mediante la asignación de responsabilidades a los distintos cargos con el objeto de agilizar los procesos para el servicio de atención al cliente.

La estructura jerárquica será lo mas horizontal posible ya que esta permite un mejor cumplimiento de los objetivos organizacionales a través de una comunicación más fluida generando confianza entre los empleados y la gerencia general.

3.2.8.1 Estructura Orgánica

La estructura orgánica dependerá del tamaño, así como también del ámbito geográfico y la clase de industria.

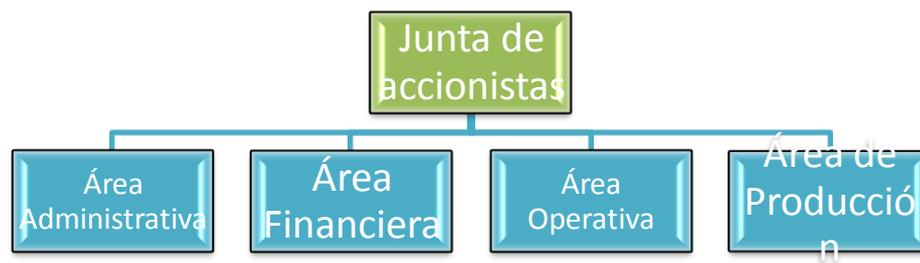
La estructura orgánica de presente proyecto estará conformado por:

- Junta de accionistas
- Área Administrativa y Financiera
- Área Operativa

- Área de Producción

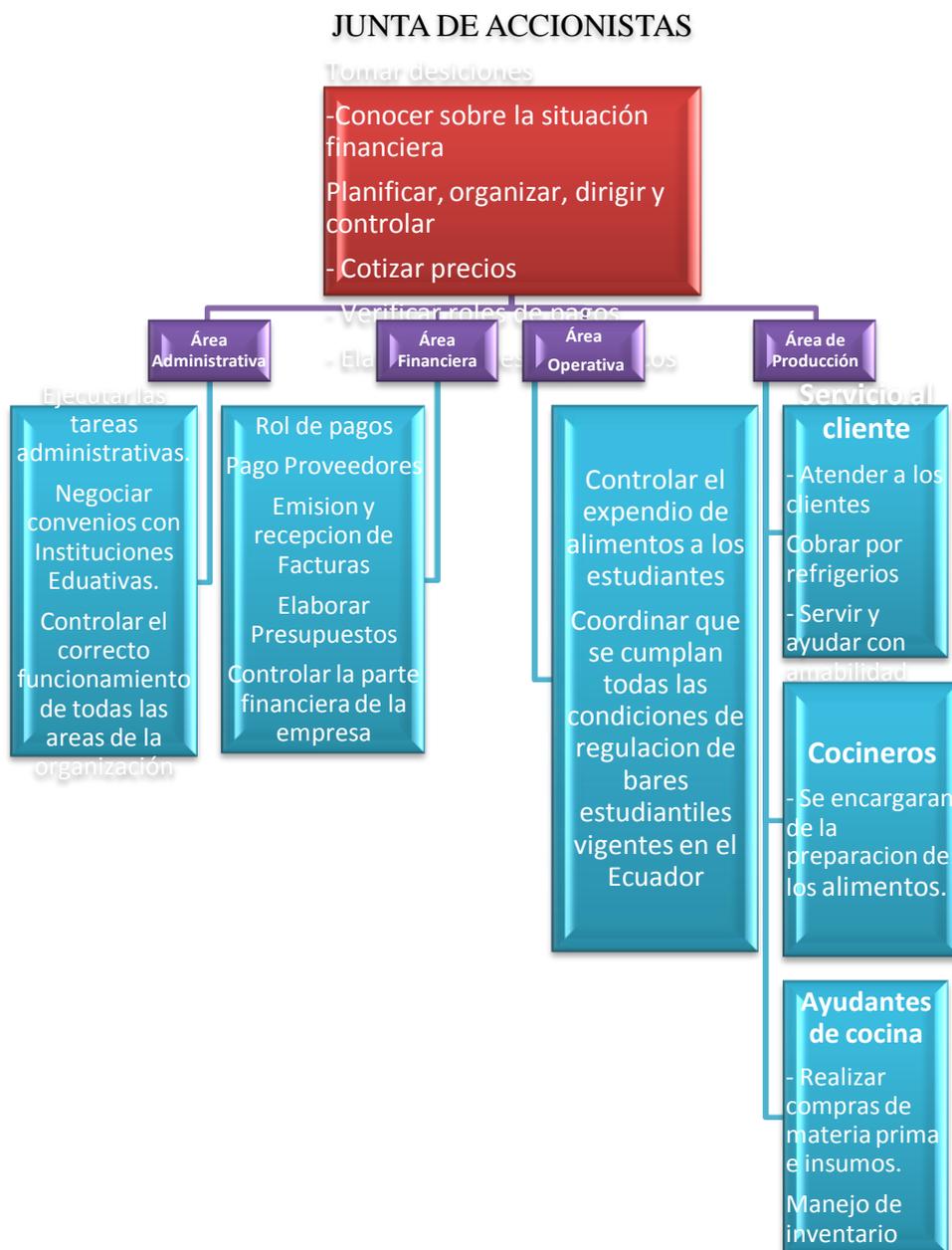
3.2.8.2 *Organigrama Estructural*

Un organigrama es un esquema que muestra gráficamente como está constituida la organización en cuanto a sus puestos de trabajo.



3.2.8.3 *Estructura Funcional y Posicional*

Una estructura organizativa funcional está enmarcada en función de su cadena de valor, donde cada una de las gestiones reporta directamente al personal directivo. Este tipo de estructura simple brinda líneas de reporte claras.



3.2.8.4 Descripción de Funciones

Esta es una estrategia empresarial que subraya la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre directivos y trabajadores, en cada una de sus funciones con dirección a las metas de la hostería, lo cual permite un crecimiento de y fortaleza de la organización.

La empresa ha distribuido su personal de acuerdo a las funciones y procesos que posee la misma, lo cual permite que cada uno se especialice en cada una de sus áreas.

CARGO: ADMINISTRADOR

RESPONSABILIDAD: Garantizar el normal funcionamiento de la empresa, de tomar las mejores decisiones empresariales, y el de guiar y mantener el orden en el personal.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Representar legal y judicialmente a la Empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de ley y las asignadas por la Junta General de Accionistas.
- Planificar, organizar, evaluar y controlar las metas alcanzadas por la organización.
- Reclutar y seleccionar el personal, así como evaluará su desempeño.
- Elaborar Contratos de Trabajo
- Fomentar la cultura organizacional
- Desarrollar programas de capacitación y mantener informado al personal de todos los cambios en la empresa
- Presentar informes económicos a los accionistas con base efectuado por el contador.
- Cotizar precios, buscar y negociar con proveedores, y realizar pedidos a tiempo
- Realizar las compras de productos y demás insumos necesarios para la empresa.

- **PERFIL:**
- Estudio Superior especializado en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos directivos en empresas afines
- Dinámico, emprendedor y creativo.
- Poseedor de liderazgo para asumir retos
- Conocimientos de sistemas informáticos
- Conocimientos financieros en la elaboración de balances y presupuestos.
- Multifuncional
- Conocimientos sólidos en marketing

- Conocimientos de tributación y leyes.

Departamento Financiero:

CARGO: CONTADOR

RESPONSABILIDAD: se encargará de manejar los libros contables de la empresa y de mantener al día las obligaciones adquiridas, cumpliendo con las obligaciones tributarias y controlar los ingresos y egresos de la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Manejar los libros contables de la empresa
- Elaborar presupuestos
- Elaborar estados financieros
- Manejo de Pagaduría
- Cobros de carteras vencidas
- Pago y declaración de impuestos
- Elaborar roles de pagos

PERFIL:

- Estudio Superior especializado en Contabilidad y Auditoría (CPA), en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- Conocimientos de sistemas informáticos y paquetes contables.
- Conocimientos de tributación y leyes.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos directivos en empresas afines.
- Habilidad para relacionarse con las personas

NOTA: Inicialmente el Gerente General, cumplirá con estas funciones específicas en la empresa.

Departamento Administrativo

CARGO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO AL CLIENTE

RESPONSABILIDAD: Colaborar directamente con el nivel gerencial y prestar su apoyo a los demás departamentos de la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Atender a las personas que acuden a las oficinas de la Empresa, a su cargo estará la atención de las llamadas telefónicas, manejo del correo.

- Archivar toda la documentación enviada y recibida, en las respectivas carpetas, manteniendo toda la información ordenada y clasificada para facilitar las consultas
- Manejar y controlar inventarios de bodega de materia prima y suministros.
- Brindar la ayuda solicitada por el/o la Contador/a.
- Toma de pedidos y recaudación de cajas.
- Realizar cuadros de caja
- Otras funciones asignadas por el Gerente

PERFIL:

- Estudiantes de últimos niveles especializados en Contabilidad y Auditoría (CPA), en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- Conocimientos de sistemas informáticos y paquetes contables.
- Conocimientos de tributación y leyes.
- Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares.
- Habilidad para relacionarse con las personas
- Sólidos conocimientos de redacción y archivo
- Manejo de Inventarios

NOTA: Inicialmente el Gerente General, cumplirá con estas funciones específicas en la empresa.

Departamento de Ventas

CARGO: Ayudantes de Cocina

RESPONSABILIDAD: Elaboración de los alimentos para disponerlos en las vitrinas de los bares estudiantiles..

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Atender, recomendar a los clientes sobre los diferentes productos.
- Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Realizar la venta.
- Entrega de pedidos a la cajera para los cobros respectivos.
- Entrega del producto al cliente previo al pago correspondiente
- Mantener el registro de ventas.

- Elaborar una base de datos de clientes
- Manejo de cajas

PERFIL:

- Instrucción Formal, mínimo bachiller.
- Conocimientos sólidos en manejo y preparación de alimentos
- Certificados de cursos en ventas y relaciones humanas.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Dinámico.
- Experiencia mínima de 2 años en actividades similares.

CARGO: Bodeguero-Asistente

RESPONSABILIDAD: Controlar la disponibilidad de inventarios, mantener la bodega en óptimas condiciones físicas y sanitarias.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Controlar la disponibilidad de inventarios.
- Toma física de inventarios
- Llenar hojas de requerimientos de inventarios
- Perchar los productos
- Realizar la limpieza de las instalaciones

PERFIL:

- Bachiller General
- Conocimientos medios o bajos en farmacología.
- Certificados de honorabilidad
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Dinámico.
- Experiencia mínima en actividades similares.

CARGO: Chofer - mensajero

RESPONSABILIDAD: Realizar la entrega de pedidos a domicilio y labores normales de mensajería.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Realizar la entrega de pedidos
- Apoyo a todas las aéreas o departamentos de la empresa
- Mensajería

PERFIL:

- Bachiller General
- Disponer de licencia para conducir motocicletas
- Certificados de honorabilidad
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Dinámico.
- Conocer a cabalidad las direcciones del cantón.
- Experiencia mínima.

CAPÍTULO 4**4 Estudio Financiero**

El estudio de este capítulo tiene por objeto cuantificar la magnitud de la inversión, ordenar y sistematizar la información monetaria proporcionada en el estudio técnico, además de analizar la viabilidad financiera del proyecto de inversión.

4.1 Presupuesto

Es el cálculo anticipado de los ingresos y egresos que se van a incurrir al momento de ejercer una actividad económica, para poner en marcha el negocio.

4.1.1 Presupuestos de Inversión

El presupuesto de inversión comprende la adquisición de activos necesarios para realizar las operaciones de la nueva empresa, además del capital de trabajo.

4.1.1.1 Activo fijo

Son todos los bienes que la empresa requiere para su funcionamiento, estos no pueden convertirse en dinero líquido al corto plazo y no se destinan para la venta.

Para elaborar el presupuesto total de activos fijos se considero todos aquellos requerimientos que encajan en esta clasificación.

En la tabla que se muestra a continuación se detallan los activos fijos que la Empresa NutriSalud Cía. Ltda., requiere para su normal operación económica.

Tabla 4.1
Inversión de Activos Fijos

INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS		
ACTIVO FIJO	Monto	%
Terreno	30.000,00	38,82%
Construcción de Terreno	15.000,00	19,41%
Muebles de oficina y Producción	10.563,00	13,67%
Enseres de oficina	244,46	0,32%
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.180,50	1,53%
Camión con Frigorifico	20.000,00	25,88%
Equipos Tecnológicos para seguridad	300,00	0,39%
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	77.287,96	100,00%

4.1.1.2 Activos Diferidos

Son el conjunto de bienes intangibles, representados en derechos, que contribuyen a un aumento de los ingresos o utilidades; mediante su uso en el desarrollo de la actividad económica. Estos activos son objeto de amortización gradual durante su vida útil.

A continuación se detalla todos los gastos necesarios que la empresa debe incurrir para iniciar sus operaciones económicas, y dar cumplimiento a la normativa legal vigente en el Ecuador.

Tabla 4.2
Inversión en Activo Diferido

INVERSIÓN EN ACTIVO DIFERIDO				
CONCEPTO	Cantidad	Valor Unitario (US \$)	Total Inversión (US \$)	%
Elaboración del proyecto	1	760,00	760,00	35,19%
Constitución de la compañía	1	400,00	400,00	18,52%
Registro de Marcas	1	100,00	100,00	4,63%
Publicidad	1	300,00	300,00	13,89%
G. de Instalación y adecuación de local	1	600,00	600,00	27,78%
REQUERIMIENTO TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS			2.160,00	100,00%

4.1.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo está conformado por los recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. (Miranda, 2008, pág. 158). Para el cálculo del Capital de Trabajo de la empresa NutriSalud Cía. Ltda., se tomará en cuenta todos los costos y gastos anuales requeridos por la misma para su normal desarrollo económico; esta suma será dividida para 360 días y multiplicada por 30 días, periodo en el cual se obtendrá los recursos propios de actividad necesarios para continuar con su normal operación

Tabla 4.3
Inversión de Capital de Trabajo

INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de Trabajo 30 Días	Monto	%
Insumos Empaques	1.602,80	33,39%
Suministros de Oficina	67,12	1,40%
Materiales de Limpieza	82,99	1,73%
Sueldos y salarios RR.HH.	2.896,55	60,33%
Combustibles	29,60	0,62%
Mantenimiento de vehículo	20,33	0,42%
Servicios Básicos	77,38	1,61%
Otros Gastos	24,08	0,50%
CAPITAL DE TRABAJO	4.800,85	100,00%

4.1.3 Cronograma de Inversiones

Este cronograma es un detalle de las inversiones detalladas por cada uno de los conceptos básicos en función del tiempo en que se van a realizar desde que se toma la decisión de crear el proyecto y su puesta en marcha y durante la vida estimada de funcionamiento del mismo.

Tabla 4.4
Cronograma de Inversiones

CRONOGRAMA DE INVERSIONES						
DETALLE	AÑO					
	PREOPERACIÓN	OPERACIÓN				
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO FIJO	77.287,96					
Terreno	30.000,00					
Construcción de Terreno	15.000,00					
Muebles de oficina y Producción	10.563,00					
Enseres de oficina	244,46					
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.180,50				1.321,84	
Camión con Frigorífico	20.000,00					
Equipos Tecnológicos para seguridad	300,00					
ACTIVO DIFERIDO	2.160,00					
Elaboración del proyecto	760,00					
Constitución de la compañía	400,00					
Registro de Marcas	100,00					
Publicidad	300,00					
G. de Instalación y adecuación de local	600,00					
CAPITAL DE TRABAJO	4.800,85					
Insumos Empaques	1.602,80					
Suministros de Oficina	67,12					
Materiales de Limpieza	82,99					
Sueldos y salarios RR.HH.	2.896,55					
Combustibles	29,60					
Mantenimiento de vehículo	20,33					
Servicios Básicos	77,38					
Otros Gastos	24,08					
TOTAL INVERSIONES	84.248,81				1.321,84	

4.1.4 Presupuesto de Operación

4.1.4.1 Presupuesto de ingresos

Es una proyección de los ingresos que la empresa va a generar por la venta de sus productos en un periodo determinado de tiempo.

El presupuesto de ingresos se elaboró en función de la gama de productos que la empresa va a ofrecer, y del porcentaje obtenido en las encuestas referente a los gustos y preferencias de compra que los consumidores tienen al momento de adquirir sus refrigerios, durante el primer año de operaciones; para la proyección de ingresos de los próximos 5 años, se consideró un porcentaje de crecimiento; en función del porcentaje de incremento de la población anual previsto (1,63%), así como de la proyección de ventas de empresas existentes dedicadas a la misma actividad, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4.5
Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS								
(dólares)								
CONCEPTO	UNDADES	P.V.P UNITARIO	TOTAL MENSUAL (US \$)	AÑOS				
				2015	2016	2017	2018	2019
3027 MENÚS Dianos	3.027	24,00	72.648,00	653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88
INGRESOS ANUALES			72.648,00	653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88

4.1.4.2 Presupuesto de egresos

Es una proyección de todas las salidas de dinero que la empresa va a incurrir en su normal funcionamiento económico en un periodo determinado de tiempo.

4.1.4.3 Depreciación de Activos Fijos

Es la pérdida del valor nominal del activo fijo, sea este por su uso, abuso o desuso, en un determinado tiempo.

4.1.4.5 Mantenimiento de activos fijos

Son todos los gastos que la empresa debe incurrir para mantener funcionales sus activos fijos, manteniendo así su operatividad.

Tabla 4.8

Mantenimiento de Activo Fijo

MANTENIMIENTO DE ACTIVO FIJO					
CONCEPTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Mantenimiento Vehiculo	244,00	264,16	285,99	309,63	335,22
Mantenimiento de Eq. Computo	60,00	64,96	70,33	76,14	82,43
TOTAL					
MANTENIMIENTO	304,00	329,12	356,32	385,77	417,65

4.1.5 Costos y gastos

4.1.5.1 Costos generales

Para el presente estudio, el **costo de venta o adquisición** de los menús a comercializarse en la Empresa Nutrisalud. En la Tabla 4.9 se detalla los costos de ventas de los menús diarios que se van a vender.

Tabla 4.9

Costo de Venta

COSTOS DE VENTA - ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS								
CONCEPTO	UNIDADES	Costo Menú	TOTAL MENSUAL (US \$)	AÑOS				
				2015	2016	2017	2018	2019
3027 MENÚS Diarios	3.027	20,29	61.411,78	552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
			61.411,78	552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15

Costos Operacionales o directos son todos aquellos relacionados directamente con el proceso de comercialización del bien y prestación del servicio; que en su magnitud permanecen constantes independientemente de las variaciones en los volúmenes de producción o venta.

Los **costos no operacionales variable** son todos aquellos que tienden a variar en razón al volumen total de la producción, de venta del bien o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa.

Tabla 4.10
Costos Operacionales y No Operacionales

COSTOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES					
CONCEPTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
A. COSTO OPERACIONAL - DIRECTO					
Costo de Ventas	552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
Sueldos y Salarios	34.758,57	40.861,64	44.678,84	48.732,72	53.416,32
Servicios Básicos Luz, Internet y Agua	760,56	823,42	856,77	891,47	927,57
TOTAL COSTO OPERACIONAL (A)	588.225,12	624.900,41	660.944,45	699.003,60	739.569,04
B. COSTO NO OPERACIONAL - INDIRECTO					
Mantenimiento Camión	244,00	264,16	274,86	285,99	297,58
Mantenimiento Eq. De Computo	60,00	64,96	70,33	76,14	82,43
Combustible Camión	355,20	355,20	355,20	355,20	355,20
Insumos Embalaje	14.425,20	15.617,30	16.249,80	16.907,92	17.592,69
Servicios Básicos Teléfono	168,00	181,88	189,25	196,91	204,89
TOTAL COSTOS NO OPERACIONAL (B)	15.252,40	16.483,51	17.139,44	17.822,17	18.532,79
COSTO TOTAL (A)+(B)=1	603.477,52	641.383,92	678.083,89	716.825,76	758.101,83

4.1.5.2 Gastos generales

A continuación se detallan los gastos operacionales y no operacionales que la empresa incurre anualmente en la venta de los productos.

Tabla 4.11
Gastos Operativos y no Operativos

GASTOS OPERATIVOS Y NO OPERATIVOS					
CONCEPTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
A. GASTO OPERATIVO					
Otros Gastos	219,00	237,10	246,70	256,69	267,09
Depreciación	5.628,82	5.628,82	5.628,82	5.671,22	5.671,22
Amortización	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
TOTAL GASTO OPERATIVO	6279,82	6297,92	6307,52	6359,91	6370,31
B. GASTO NO OPERATIVO					
Gasto financiero	4852,73	4051,51	3173,37	2210,93	1156,10
Suministros de Oficina	805,46	872,02	907,34	944,09	982,32
Materiales de Limpieza	995,82	1078,11	1121,78	1167,21	1214,48
Publicidad	300,00	324,79	337,95	351,63	365,87
TOTAL GASTO NO OPERATIVO	6954,01	6326,44	5540,44	4673,86	3718,78
GASTO TOTAL	\$ 13.233,83	\$ 12.624,36	\$ 11.847,96	\$ 11.033,78	\$ 10.089,09

En la tabla que a continuación se presenta, muestra el presupuesto de egresos consolidado, con todos los costos y gastos anuales y proyectados para los subsiguientes 5 años, utilizando para su proyección la fórmula de valor futuro y el porcentaje de inflación anual previsto para el 2015 de 4,05% según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 4.12
Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS (US \$)					
CONCEPTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
A. COSTO DIRECTO	588.225,12	624.900,41	660.944,45	699.003,60	739.569,04
Costo de De Venta	552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
Sueldos y Salarios	34.758,57	40.861,64	44.678,84	48.732,72	53.416,32
Servicios Básicos Luz, Internet y .	760,56	823,42	856,77	891,47	927,57
Arriendo Local	-	-	-	-	-
B. COSTO INDIRECTO	15.252,40	16.483,51	17.139,44	17.822,17	18.532,79
Mantenimiento Camión	244,00	264,16	274,86	285,99	297,58
Mantenimiento Eq. Computo	60,00	64,96	70,33	76,14	82,43
Combustible Camión	355,20	355,20	355,20	355,20	355,20
Insumos Embalaje	14.425,20	15.617,30	16.249,80	16.907,92	17.592,69
Servicios Básicos Teléfono	168,00	181,88	189,25	196,91	204,89
C. GASTO OPERATIVO	6.279,82	6.297,92	6.307,52	6.359,91	6.370,31
Otros Gastos	219,00	237,10	246,70	256,69	267,09
Depreciación	5.628,82	5.628,82	5.628,82	5.671,22	5.671,22
Amortización	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
D. GASTO NO OPERATIVO	6.954,01	6.326,44	5.540,44	4.673,86	3.718,78
Gasto financiero	4.852,73	4.051,51	3.173,37	2.210,93	1.156,10
Suministros de Oficina	805,46	872,02	907,34	944,09	982,32
Materiales de Oficina	995,82	1.078,11	1.121,78	1.167,21	1.214,48
Publicidad	300,00	324,79	337,95	351,63	365,87
TOTAL EGRESOS	\$ 616.711,36	\$ 654.008,28	\$ 689.931,85	\$ 727.859,54	\$ 768.190,92

4.1.6 Punto de equilibrio

Identifica el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, haciendo que la empresa no gane, ni pierda.

4.1.6.1 Punto de equilibrio económico

Para el **punto de equilibrio económico** se utilizo la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{INGRESOS TOTALES}}$$

Tabla 4.13

Punto de Equilibrio Económico

PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos Fijos	41.798,96	47.982,98	51.843,13	55.984,10	60.714,20
Costos Variables	570.059,66	601.973,79	634.915,35	669.664,51	706.320,62
Ingresos Totales	653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 326.235,35	\$ 353.677,67	\$ 359.596,36	\$ 366.911,35	\$ 377.329,25

4.1.6.2 Punto de equilibrio de comercialización

Para el **punto de equilibrio en unidades** se utilizo la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

Tabla 4.14

Punto de equilibrio de Comercialización

PUNTO DE EQUILIBRIO DE COMERCIALIZACIÓN					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos Fijos	41798,96	47982,98	51843,13	55984,10	60714,20
Precio Unitario	24,00	25,98	27,04	28,13	29,27
Costo Variable Unitario	1,05	1,10	1,17	1,23	1,30
PUNTO DE EQUILIBRIO	1821,01	1928,69	2003,95	2081,07	2170,41

4.1.7 Estado de origen y aplicación de recursos

Es un informe en el cual se estima como van a ser distribuidos los recursos económicos obtenidos, en cada uno de los activos y de más inversiones que la empresa deberá realizar para poner en marcha su actividad económica.

A continuación se presenta la distribución o asignación de recursos que la empresa Nutrisalud Cía. Ltda., realizará:

Tabla 4.15
Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Estado de origen y aplicación de recursos					
CONCEPTO	VALOR	CURSOS PROPIOS		RECURSOS EXTERNOS	
		VALOR (US \$)	%	VALOR (US \$)	%
ACTIVO FIJO					
Terreno	\$ 30.000,00			30.000,00	59,29%
Construcción de Terreno	\$ 15.000,00			15.000,00	29,64%
Muebles de oficina y Producción	\$ 10.563,00	10.563,00	31,39%		0,00%
Enseres de oficina	\$ 244,46	244,46	0,29%		0,00%
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.180,50	\$ 1.180,50	1,40%		0,00%
Camión con Frigorífico	\$ 20.000,00	\$ 14.400,00	17,09%	5600	11,07%
Equipos Tecnológicos para seguridad	\$ 300,00	\$ 300,00	0,36%		0,00%
ACTIVO DIFERIDO					
Elaboración del proyecto	\$ 760,00	760,00	0,90%		0,00%
Constitución de la compañía	\$ 400,00	400,00	0,47%		0,00%
Registro de Marcas	\$ 100,00	100,00	0,12%		0,00%
Publicidad	\$ 300,00	300,00	0,36%		0,00%
G. de Instalación y adecuación de lo	\$ 600,00	600,00	0,71%		0,00%
CAPITAL DE TRABAJO					
Capital de trabajo 30 días	\$ 4.800,85	4.800,85	0,14%		0,00%
TOTAL INVERSION REQUERIDA	\$ 84.248,81	33.648,81	39,94%	50.600,00	60,06%

4.1.8 Estructura de financiamiento

La empresa Nutrisalud Cía. Ltda., va a financiar su inversión total mediante el uso de fondos propios en un 39,94% y el restante 60,06% financiado mediante un préstamo bancario con el Corporación Financiera Nacional de Fomento con una tasa de interés del 9,60%, pagaderos en dividendos fijos en un plazo de cinco años.

Tabla 4.16
Estructura de Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
CONCEPTO	VALOR (US \$)	PORCENTAJE %
Recursos Propios	33.699,52	40,00%
Recursos Externos	50.549,29	60,00%
Total	84.248,81	100,00%

4.1.9 Amortización de deuda

Se muestra la amortización del préstamo realizado con un plazo de cinco años, a una tasa del 9,60% anual con dividendos de pagos fijos.

Tabla 4.17
Amortización del Préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
	DIVIDENDO FIJO			
Monto	50.549,29			
Plazo	5 Años			
Tasa	9,60% Anual			
Dividendo	13.198,79			
Periodos	Dividendos	Interes	Capital	Saldo
0				50.549,29
1	13.198,79	4.852,73	8.346,05	42.203,23
2	13.198,79	4.051,51	9.147,28	33.055,96
3	13.198,79	3.173,37	10.025,41	23.030,54
4	13.198,79	2.210,93	10.987,85	12.042,69
5	13.198,79	1.156,10	12.042,69	0,00

4.2 Estados financieros proforma

4.2.1 Estados de resultados

Informe en el cual se muestra el resultado de las operaciones de la empresa, con el fin de determinar si obtuvo pérdida o ganancia en un periodo contable determinado.

Se continuación se presenta el Estado de Resultados del Proyecto, informe proyectado para los cinco años de vida de la empresa.

4.2.1.1 Estado de resultado del proyecto

El Estado de Resultados desde el punto de vista del proyecto se presenta a continuación:

Tabla 4.18
Estado de Resultados del Proyecto

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Dòlares)					
CONCEPTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas Brutas	653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88
Costo de Adquisición	552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
(=) UTILIDAD BRUTA	101.126,02	113.246,49	126.462,32	140.861,75	156.539,73
COST. Y GAST. OPERACIONALES	41.798,96	47.982,98	51.843,13	55.984,10	60.714,20
Sueldos y Salarios	34.758,57	40.861,64	44.678,84	48.732,72	53.416,32
Servicios Básicos Luz, Internet, Agua	760,56	823,42	856,77	891,47	927,57
Otros Gastos	219,00	237,10	246,70	256,69	267,09
Depreciación	5.628,82	5.628,82	5.628,82	5.671,22	5.671,22
Amortización	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
COST. Y GAST. NO OPERACIONAL	17.353,68	18.758,44	19.506,51	20.285,10	21.095,47
Mantenimiento Camión	244,00	264,16	274,86	285,99	297,58
Mantenimiento Eq. Computo	60,00	64,96	70,33	76,14	82,43
Combustible Camión	355,20	355,20	355,20	355,20	355,20
Insumos Embalaje	14.425,20	15.617,30	16.249,80	16.907,92	17.592,69
Servicios Básicos Teléfono	168,00	181,88	189,25	196,91	204,89
Suministros de Oficina	805,46	872,02	907,34	944,09	982,32
Materiales de Oficina	995,82	1.078,11	1.121,78	1.167,21	1.214,48
Publicidad	300,00	324,79	337,95	351,63	365,87
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	41.973,38	46.505,07	55.112,68	64.592,55	74.730,06
15% Participación a Trabajadores	6.296,01	6.975,76	8.266,90	9.688,88	11.209,51
(=) UTILIDAD OP. ANTES DE IMPUES	35.677,37	39.529,31	46.845,78	54.903,67	63.520,55
22% Impuesto a la Renta	7.849,02	8.696,45	10.306,07	12.078,81	13.974,52
(=) UTILIDAD OPERATIVA NETA	\$ 27.828,35	\$ 30.832,86	\$ 36.539,71	\$ 42.824,86	\$ 49.546,03

4.2.1.2 Estado de resultado del inversionista

El Estado de Resultados desde el punto de vista del inversionista se presenta a continuación:

Tabla 4.19
Estado de Resultados del Inversionista

ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA					
CONCEPTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas Brutas	653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88
Costo de Adquisición	552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
(=) UTILIDAD BRUTA	101.126,02	113.246,49	126.462,32	140.861,75	156.539,73
COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES	41.798,96	47.982,98	51.843,13	55.984,10	60.714,20
Sueldos y Salarios	34.758,57	40.861,64	44.678,84	48.732,72	53.416,32
Servicios Básicos Luz e Internet	760,56	823,42	856,77	891,47	927,57
Arriendo Local	-	-	-	-	-
Otros Gastos	219,00	237,10	246,70	256,69	267,09
Depreciación	5.628,82	5.628,82	5.628,82	5.671,22	5.671,22
Amortización	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
COSTOS Y GASTOS NO OPERACIONALES	22.206,41	22.809,95	22.679,88	22.496,03	22.251,57
Mantenimiento Camión	244,00	264,16	274,86	285,99	297,58
Mantenimiento Eq. Computo	60,00	64,96	70,33	76,14	82,43
Combustible Camión	355,20	355,20	355,20	355,20	355,20
Insumos Embalaje	14.425,20	15.617,30	16.249,80	16.907,92	17.592,69
Servicios Básicos Teléfono	168,00	181,88	189,25	196,91	204,89
Suministros de Oficina	805,46	872,02	907,34	944,09	982,32
Materiales de Oficina	995,82	1.078,11	1.121,78	1.167,21	1.214,48
Gasto Financiero	4.852,73	4.051,51	3.173,37	2.210,93	1.156,10
Publicidad	300,00	324,79	337,95	351,63	365,87
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	37.120,64	42.453,56	51.939,31	62.381,62	73.573,96
15% Participación a Trabajadores	5.568,10	6.368,03	7.790,90	9.357,24	11.036,09
(=) UTILIDAD OPERATIVA ANTES DE IMI	31.552,55	36.085,53	44.148,41	53.024,37	62.537,87
22% Impuesto a la Renta	6.941,56	7.938,82	9.712,65	11.665,36	13.758,33
(=) UTILIDAD OPERATIVA NETA	\$ 24.610,99	\$ 28.146,71	\$ 34.435,76	\$ 41.359,01	\$ 48.779,54

En el Estado de Resultados del Proyecto como del Inversionista se obtiene utilidad durante los cinco años de vida del proyecto.

En el Estado de Resultados del Inversionista se observa que el pago de los intereses del préstamo constituye un escudo fiscal debido a que reducen la base para el cálculo de impuestos.

4.2.2 Flujos netos de fondos

El flujo de caja es un informe contable que presenta en forma condensada y clasificada, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios, efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en el uso racional del efectivo y proyectar la capacidad empresarial en función de su liquidez. (Zapata, 2009, pág. 77)

4.2.2.1 Flujo neto de fondos del proyecto

Para este flujo de caja no se toma en cuenta préstamos, el pago de los intereses y de capital; debido a que se pretende mostrar el dinero real que un proyecto obtendría cuando se realiza con recursos propios.

Tabla 4.20
Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
DESCRIPCION	AÑOS					
	0	2015	2016	2017	2018	2019
INVERSIONES						
Cápital de Trabajo	(4.800,85)	-	-	-	-	-
Activos Fijos	(77.287,96)	-	-	-	(1.321,84)	-
Activo Diferido	(2.160,00)	-	-	-	-	-
(=) TOTAL INVERSIONES	(84.248,81)	-	-	-	(1.321,84)	-
INGRESOS						
Ventas Brutas		653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88
Valor de desecho del proyecto						20.380,89
(=) TOTAL INGRESOS		653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	862.145,77
EGRESOS						
Costo de Ventas		552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
Costos y Gastos Operativos		41.798,96	47.982,98	51.843,13	55.984,10	60.714,20
Costos y Gastos No Operativos		17.353,68	18.758,44	19.506,51	20.285,10	21.095,47
(=) TOTAL EGRESOS		611.858,62	649.956,77	686.758,48	725.648,61	767.034,82
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PAR		41.973,38	46.505,07	55.112,68	64.592,55	95.110,95
(-) 15% Participación Trabajadores		6.296,01	6.975,76	8.266,90	9.688,88	11.209,51
(-) 22% Impuesto a la Renta		7.849,02	8.696,45	10.306,07	12.078,81	13.974,52
(+) Depreciaciones		5.628,82	5.628,82	5.628,82	5.671,22	5.671,22
(+) Amortizaciones		432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
(-) Inversión Inicial	(84.248,81)					
(-) Inversión de Reemplazo Activos					1.321,84	
Recuperacion KT						4.800,85
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	(84.248,81)	\$ 33.889,17	\$ 36.893,69	\$ 42.600,53	\$ 47.606,25	\$ 80.830,99

La empresa Nutrisalud Cía. Ltda., obtendrá los flujos de caja necesarios durante toda su operación, se asegura que la misma podrá operar de manera normal durante toda la vida del proyecto.

4.2.2.2 Flujo neto de fondos del inversionista

Para este flujo de caja se toma en consideración el préstamo, el pago de los intereses y del capital.

Tabla 4.21
Flujo de Caja del Inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
DESCRIPCION	0	AÑOS				
		2015	2016	2017	2018	2019
INVERSIONES						
Cápital de Trabajo	(4.800,85)	-	-	-	-	-
Activos Fijos	(77.287,96)	-	-	-	(1.321,84)	-
Activos Diferido	(2.160,00)	-	-	-	-	-
(=) TOTAL INVERSIONES	(84.248,81)	-	-	-	(1.321,84)	-
INGRESOS						
Ventas Brutas		653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	841.764,88
Valor de desecho del proyecto						20.380,89
(=) TOTAL INGRESOS		653.832,00	696.461,85	741.871,16	790.241,16	862.145,77
EGRESOS						
Costo de Ventas		552.705,98	583.215,35	615.408,84	649.379,41	685.225,15
Costos y Gastos Operativos		41.798,96	47.982,98	51.843,13	55.984,10	60.714,20
Costos y Gastos No Operativos		17.353,68	18.758,44	19.506,51	20.285,10	21.095,47
Gastos financieros		4.852,73	4.051,51	3.173,37	2.210,93	1.156,10
(=) TOTAL EGRESOS		616.711,36	654.008,28	689.931,85	727.859,54	768.190,92
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.		37.120,64	42.453,56	51.939,31	62.381,62	93.954,85
(-) 15% Participación Trabajadores		5.568,10	6.368,03	7.790,90	9.357,24	11.036,09
(-) 22% Impuesto a la Renta		6.941,56	7.938,82	9.712,65	11.665,36	13.758,33
(+) Depreciaciones		5.628,82	5.628,82	5.628,82	5.671,22	5.671,22
(+) Amortizaciones		432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
(+) Préstamo	50.549,29					
(-) Pago de capital del préstamo		8.346,05	9.147,28	10.025,41	10.987,85	12.042,69
(-) Inversion Inicial	(84.248,81)					
(-) Inversión de Reemplazo Activos					1.321,84	
(+) Recuperacion KT						4.800,85
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	(33.699,52)	\$ 22.325,75	\$ 25.060,26	\$ 30.471,17	\$ 35.152,54	\$ 68.021,81

De la misma manera la empresa Nutrisalud Cía. Ltda., cuenta con los recursos necesarios para poder operar normalmente durante la vida del proyecto, inclusive con los costos del préstamo.

4.3 Evaluación financiera

4.3.1 Costo Promedio Ponderado Tmar

Es la tasa mínima aceptable de rendimiento que se espera obtener con la implementación o puesta en marcha de un proyecto, en relación a otras inversiones.

4.3.1.1 Tmar del proyecto

Para determinar la tasa del costo promedio ponderado del capital del proyecto (TMAR), se consideró las tasa anual de inflación a Febrero 2015 de 4,05%, la tasa pasiva mínima actual del 5,31% y la tasa del riesgo país situada al 30 de marzo en 5,69%; datos del Banco Central del Ecuador que es la tasa mínima que el B.C.E. paga por los bonos de estabilidad monetaria.

Tabla 4.22
Determinación TMAR del Proyecto

DETERMINACIÓN TMAR DEL PROYECTO	
DETERMINACIÓN DEL RIESGO	VALOR
Inflación	4,05%
Tasa Pasiva	5,31%
Tasa de Riesgo	5,69%
TASA AJUSTADA POR RIESGO	15,05%

FUENTE: Indicadores Económicos BCE

4.3.1.2 Tmar del inversionista

El costo promedio ponderado del capital del inversionista (TMAR), se ha estimado en función de la tasa de interés activa del préstamo realizado a la institución financiera y la tasa de interés estimada de rendimiento sobre el capital aportado por los socios, tal como se ilustra en la siguiente tabla.

Tabla 4.23
Determinación TMAR Inversionista

DETERMINACIÓN TMAR INVERSIONISTA			
RECURSOS	PROPORCIÓN	%	PONDERACIÓN
Recursos Propios	39,94%	13,00%	5,19%
Recursos Externos	60,06%	9,60%	5,77%
TOTALES	100,00%	CPK=	10,96%

4.3.2 Valor Actual Neto VAN

Es el método más conocido, y generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresado en el momento cero. (Chain, 2007, pág. 228).

El VAN es aceptable cuando su valor es igual o superior a cero

4.3.2.1 VAN del proyecto

Tabla 4.24
Van del Proyecto

VAN DEL PROYECTO				
TMAR PROYECTO			15,05%	
AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE INTERES	FLUJO DESCONTADO	
0	0		(84.248,81)	
1	2015	33.889,17	1,15	29.456,04
2	2016	36.893,69	1,32	27.872,68
3	2017	42.600,53	1,52	27.974,04
4	2018	47.606,25	1,75	27.171,74
5	2019	80.830,99	2,02	40.100,04
VAN DEL PROYECTO			\$ 68.325,72	

4.3.2.2 VAN del inversionista

Tabla 4.25

Van del Inversionista

VAN DEL INVERSIONISTA				
TMAR INVERSIONISTA			10,96%	
AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE INTERES	FLUJO NETO ACTUALIZADO	
0	0		(33.699,52)	
1	2015	22.325,75	1,11	20.120,91
2	2016	25.060,26	1,23	20.354,89
3	2017	30.471,17	1,37	22.305,60
4	2018	35.152,54	1,52	23.191,19
5	2019	68.021,81	1,68	40.444,18
VAN DEL INVERSIONISTA			\$ 92.717,24	

El VAN obtenidos del proyecto y del inversionista son mayores a cero, esto quiere decir que la inversión conseguirá un rendimiento mayor al costo promedio ponderado del capital, siendo rentable la implementación del proyecto.

4.3.3 Tasa Interna de Retorno TIR

Se define como la tasa de descuento que hace que le valor actual neto VAN se a cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo sea exactamente igual a la inversión inicial neta realizada. (Lara, 2009, pág. 81).

La TIR tiene que ser mayor o igual al costo promedio del capital (TMAR).

4.3.3.1 TIR del proyecto

La TIR del proyecto es de 25,28%, tasa superior a la TMAR de 15,05%, significando que la implementación del proyecto tiene la capacidad de generar una mayor rentabilidad que en inversiones alternativas.

Tabla 4.26

Tir del Proyecto

TIR DEL PROYECTO			
TMAR PROYECTO			15,05%
AÑO	FLUJO NETO	FLUJOS ACTUALIZADOS	
0	0	-84248,81	-84248,81
1	2015	33889,17	29456,04
2	2016	36893,69	27872,68
3	2017	42600,53	27974,04
4	2018	47606,25	27171,74
5	2019	80830,99	40100,04
TIR DEL PROYECTO			22,60%

4.3.3.2 TIR del inversionista

La TIR del inversionista es de 61,51%, tasa superior a la TMAR de 10,96%, significando que la implementación del proyecto tiene la capacidad de generar una mayor rentabilidad que en otras inversiones.

Tabla 4.27

Tir del Inversionista

TIR DEL INVERSIONISTA			
TMAR INVERSIONISTA			10,96%
AÑO	FLUJO NETO	FLUJOS ACTUALIZADOS	
0	0	-33699,52	-33699,52
1	2015	22325,75	20120,91
2	2016	25060,26	20354,89
3	2017	30471,17	22305,60
4	2018	35152,54	23191,19
5	2019	68021,81	40444,18
TIR DEL INVERSIONISTA			59,33%

4.3.4 Período de Recuperación

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de fondos o efectivo del proyecto recuperen la inversión inicial. Para que un proyecto

sea aceptado, el periodo de recuperación de la inversión debe ser menor o igual al tiempo de vida del proyecto.

4.3.4.1 Período de recuperación del proyecto

Tabla 4.28

Periodo de Recuperación del Proyecto

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO				
TMAR PROYECTO				15,05%
AÑO	FLUJO NETO	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO	
0	0,00	-84248,81	-84248,81	-
1	2015	\$ 33.889,17	\$ 29.456,04	\$ 29.456,04
2	2016	\$ 36.893,69	\$ 27.872,68	\$ 57.328,72
3	2017	\$ 42.600,53	\$ 27.974,04	\$ 85.302,76
4	2018	\$ 47.606,25	\$ 27.171,74	\$ 112.474,50
5	2019	\$ 80.830,99	\$ 40.100,04	\$ 152.574,53
FACTOR PAGO DE LA INVERSIÓN				0,25
PERIODO RECUPERACIÓN DEL PROYECTO				2,25

El periodo de recuperación del proyecto será de 3 años, y 2 meses y 27 días, tiempo en el cual la inversión inicial será recuperada.

4.3.4.2 Período de recuperación del inversionista

Tabla 4.29

Periodo de Recuperación del Inversionista

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL INVERSIONISTA				
TMAR INVERSIONISTA				10,96%
AÑO	FLUJO NETO	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO	
0	0	-33699,52	-33699,52	-
1	2015	\$ 22.325,75	\$ 20.120,91	\$ 20.120,91
2	2016	\$ 25.060,26	\$ 20.354,89	\$ 40.475,80
3	2017	\$ 30.471,17	\$ 22.305,60	\$ 62.781,39
4	2018	\$ 35.152,54	\$ 23.191,19	\$ 85.972,58
5	2019	\$ 68.021,81	\$ 40.444,18	\$ 126.416,76
FACTOR REPAGO				0,17
PERIODO RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN				1,17

Para el inversionista el periodo de recuperación de la inversión será de 1 año, 9 meses y 18 días, tiempo en el cual la inversión inicial será recuperada.

4.3.5 Relación Beneficio Costo R B/C

La relación beneficio/costo, muestra el rendimiento monetario que el proyecto obtiene por cada dólar invertido en el mismo.

4.3.5.1 R B/C del proyecto

Tabla 4.30

Relación Beneficio Costo del Proyecto

RELACIÓN BENEFICIO COSTO DEL PROYECTO			
AÑO	FLUJOS DESCONTADOS	INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	RELACIÓN BENEFICIO COSTO DEL PROYECTO
1	29.456,04		
2	27.872,68		
3	27.974,04		
4	27.171,74		
5	40.100,04		
∑ Flujos Descontados	152.574,53	84.248,81	\$ 1,81

La relación beneficio/costo del proyecto es de US \$ 1,81; es decir que por cada dólar invertido se obtendrá un rendimiento de 0,81ctv..

4.3.5.2 R B/C del inversionista

Tabla 4.31

Relación Beneficio Costo del Inversionista

RELACION BENEFICIO COSTO DEL INVERSIONISTA			
AÑO	FLUJOS DESCONTADOS	INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	RELACION COSTO-BENEFICIO DEL PROYECTO
1	20.120,91		
2	20.354,89		
3	22.305,60		
4	23.191,19		
5	40.444,18		
∑ Flujos Descontados	126.416,76	84.248,81	\$ 1,50

La relación beneficio/costo del proyecto es de US \$ 1,50 es decir que por cada dólar invertido se obtendrá un rendimiento de US \$ de 0,50.

4.3.6 Análisis de sensibilidad

Este análisis permite simular las posibles tendencias que pueden presentarse en el mercado por diferentes factores, propios o ajenos a la actividad que desarrollará la empresa Nutrisalud Cía. Ltda., para lo cual se ha tomado dos posibles escenarios que pueden afectar la factibilidad de implementar la organización.

En el primer escenario se tomo en cuenta un incremento en el nivel de ventas globales del proyecto desde el 5% y un aumento del 3% en los costos de ventas; y un segundo escenario con una disminución del 3% en el nivel de ventas y un incremento del 5% en el costo de ventas; de esta manera permitiéndose analizar el comportamiento de cada uno de los indicadores financieros y la sensibilidad que esta disminución de ventas y aumento de los costos causan en la rentabilidad de la empresa.

Una vez aplicados estas variaciones, se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 4.32

Análisis de Sensibilidad del Proyecto

TABLA 4.32 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO				
Escenario	VAN	TIR	R B/C	TMAR
Normal del proyecto	\$ 68.325,72	22,60%	1,81	15,05%
Ingresos Aumento 5%	\$ 54.723,30	16,34%	1,65	15,50%
C.Venta Aumento 3%				
Ingresos Disminución 3%	\$ 9.379,42	2,89%	1,11	15,50%
C.Venta Aumento 5%				

Tabla 4.33

Análisis de Sensibilidad del Inversionista

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL INVERSIONISTA				
Escenario	VAN	TIR	R B/C	TMAR
Normal del proyecto	92.717,24	59,33%	1,50	10,96%
Ingresos Aumento 5%	81910,74	42,77%	1,37	10,96%
C.Venta Aumento 3%				
Ingresos Disminución 3%	30710,67	15,77%	0,76	10,96%
C.Venta Aumento 5%				

Como se puede observar en el análisis de sensibilidad, los indicadores financieros ante un incremento del nivel de ingreso y un leve aumento de los costos, hacen que la factibilidad de su implementación sea atractivo para los inversionistas.

Del mismo modo ante una disminución del nivel de ingresos y un aumento de los costos, los indicadores financieros no muestran la viabilidad de su implementación y no es un proyecto atractivo para los inversionistas.

Esto quiere decir que el proyecto es muy sensible en el escenario de una disminución del nivel de ingresos y es poco sensible al incremento de los costos generales.

4.3.7 Resumen de la Evaluación Financiera

Tabla 4.34

Resumen de indicadores Financieros

CUADRO RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS				
INDICADOR FINANCIERO	PROYECTO	INVERSIONISTA	TIEMPO	
TMAR	15,05%	10,96%		
VAN	68.325,72	92.717,24		
TIR	22,60%	59,33%		
RB/C	1,81	1,50		
	2	1	1	Años
P. RECUPERACIÓN	2	1	1	Meses
	5	7	7	Días

5 CAPÍTULO V

5.1.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.1.1 Conclusiones

El estudio de mercado nos indica que se tiene una demanda insatisfecha es de 18.794 estudiantes, y el proyecto va a satisfacer al 16% es decir a 3027 estudiantes.

El estudio técnico nos indica que la mejor ubicación de la empresa es en el sector Sur de La Ciudad de Ibarra, en el barrio Azaya, calles Latacunga y San Salvador

La empresa será constituida con la Razón Social de NutriSalud. CIA.LTDA, conformada por dos socios., y clasificada en CIU, bajo el código I561 Actividades de Restaurantes y Servicio Móvil de Comidas.

La Inversión para la implementación de la empresa es de \$ 84248,81, y será financiando con el 60% con Préstamo a la CFN a una tasa de interés de 9,6% anual y un 40% con capital propio, el periodo de recuperación de la inversión será 1 año 1 mese 7 días, con un TIR de inversionista de 59,3

5.1.1.2 Recomendaciones

Se recomienda la ejecución de este proyecto, puesto que se demostró su factibilidad en base a los resultados obtenidos en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero realizados en la presente investigación.

Es indispensable aplicar un plan de marketing para lograr un adecuado posicionamiento de la marca en el mercado.

Para el mejor desempeño de la empresa se procurará poner en práctica todos los principios y valores señalados o establecidos en el capítulo del estudio organizacional.

Es necesario efectuar evaluaciones periódicas con respecto a la satisfacción del cliente sobre el servicio ofrecido, a efectos de implementar los correctivos que fueran necesarios para el mejoramiento de la empresa.

Es recomendable analizar la posibilidad que la empresa amplie su nicho de negocio a otras instituciones educativas en la ciudad de Ibarra para lo cual se debe elaborar y analizar un nuevo plan de inversiones.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

BACA, G. (2000). EVALUACIÓN DE POYECTOS. En B. U. Gabriel, EVALUACIÓN DE POYECTOS (pág. 41). Mexico: Mc Graw Hill.

Beber, M. (2000). Elementos de micro y macroeconomía. En M. Beber, Elementos de micro y macroeconomía. Santiago de Chile.

Chain, N. S. (2007). En N. S. Chain, PREPARACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS (pág. 202). Mexico: McGrawn- Hill Interamericana.

Hair, B. (2005). En Investigacion de mercados. Mexico: Mc Graw Hill.

HAIR, J. (2005). En O. D. BUSH Robert, Investigacion de Mercados (pág. 42). Mexico: Mc Graw Hill.

Hernández, F. y. (2003). Investigacion de mercados. En F. y. Hernández.

Lara, J. (2009). Curso Práctico de Análisis financiero. Quito.

Malhotra, N. (2008). En Investigación de Mercados (pág. 7). Mexico: Person Education.

Miranda, J. J. (2008). Gestión de Proyectos.

Sapag, C. N. (2007). Preparación y Evaluación de Proyectos. En S. C. Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos (pág. 43). Mexico: Mc Gra Hill.

Vasquez, V. H. (2007). ORGANIZACIÓN APLICADA. Quito: Graficas Vasquez.

Zapata, P. (2009). Contabilidad General. Quito.

SAPAG, CHIANG NASSIR, Preparación y evaluación de proyectos, MacGrawHill, Cuarta edición 2002.

VILLAVICENCIO JORGE Ing. Carpeta virtual de proyectos, Año 2009.

DE LA TORRE JOAQUIN AMARRON BERENICE, Evaluación de proyectos de inversión Prentice Hall. 2002 256p.

CERDA, G. HUGO, Cómo elaborar proyectos, Colección ISBN, Tercera Edición, 1995.

ALCAZAR RODRIGUEZ RAFAEL, El Emprendedor de Éxito, McGrawhill, Segunda Edición, 2001

CANELOS SALAZAR RAMIRO, UIDE, Formulación y evaluación de un plan de negocio LERC impr. 2003 216p

Otros:

Multimanías Economía. (27 de julio 2012 <http://usuarios.lycos.es/economiasil/cap2.htm>). Recuperado el 27 de Julio de 2012, de <http://usuarios.lycos.es/economiasil/cap2.htm>

American Marketing Association. (2006). www.marketingpower.com.

INEC: Censo Nacional Económico: Tipos de negocios en el país. Consultado de 23 de Noviembre de 2012. Sitio web:

<http://www.inec.gov.ec/cenec/>

Banco Central del Ecuador: Indicadores Económicos. Consultado el 30 de Marzo de 2013. Sitio web:

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

Portal ERUDITOS: Población provincial, cantonal y por área de residencia. Consultado el 15 de Diciembre de 2012. Sitio web:

http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_de_Sucumb%C3%ADos_por_grupos_de_edad

Vertice organización: congreso nacional de la Republica del Ecuador 2006, quito, consultado 22 de febrero del 2012. Ley organica de salud. Sitio web:

[ttp://www.vertic.org/media/National%20Legislation/Ecuador/EC_Ley_Organica_de_Salud.pdf](http://www.vertic.org/media/National%20Legislation/Ecuador/EC_Ley_Organica_de_Salud.pdf)

Organización Mundial de la Salud (OMS), The World Health Report 2003— Shaping the Future (Ginebra: OMS, 2003). Principales enfermedades. Sitio web:

OMS, Preventing Chronic Disease: A Vital Investment (Ginebra: OMS, 2005).
El 30% de las muertes anuales a nivel mundial se deben a enfermedades infecciosas,
mientras que el 9% corresponde a lesiones.