



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACION
FINANCIERA**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora
de productos de la lonchera escolar para edad infantil del cantón
Ventanas. año 2014**

AUTOR

Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez

DIRECTOR DE TESIS

ING. DENNIS GUILLERMO AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.

Quevedo - Ecuador

2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACION
FINANCIERA

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE LA LONCHERA ESCOLAR
PARA EDAD INFANTIL DEL CANTÓN VENTANAS. AÑO 2014**

AUTOR

KERLYA NIVANY RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

DIRECTOR DE TESIS

ING. DENNIS GUILLERMO AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.

Quevedo - Ecuador

2014

AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez

CERTIFICACIÓN

El suscrito, **Ing. Dennis Guillermo Aguirre Valverde, MSc**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración Financiera, titulada **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de Productos de la Lonchera Escolar para Edad Infantil del Cantón Ventanas. Año 2014**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Dennis Aguirre Valverde, MSc
DIRECTOR DE TESIS

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO COMO REQUISITO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

APROBADO:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Quevedo - Ecuador

2014

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban.

A mis padres quienes me apoyaron todo el tiempo.

A mi hijo quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser un ejemplo para ella

A todas las personas que se cruzaron en este camino y que me dieron palabras de aliento y apoyo.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar siempre conmigo y permitirme que cumpla con uno de mis sueños.

A mis padres, que siempre están conmigo brindándome su apoyo en las buenas y las malas.

A mis catedráticos por quienes he llegado a obtener los conocimientos necesarios para poder desarrollar la tesis, y en especial al ing. Dennis Guillermo Aguirre Valverde, Msc, asesor de tesis, por su paciencia y colaboración quien estuvo guiándome académicamente son su experiencia y profesionalismo.

Finalmente y lo más importante en mi vida a mi hija que no tengo palabras para describir todo lo que han sacrificado para que pueda culminar con uno de mis sueños para el mil gracias por acompañarme en este proceso, por sobre todo, por su amor, comprensión, paciencia y fortaleza.

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN		
1	TÍTULO	Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de Productos de la Lonchera Escolar para Edad Infantil del Cantón Ventanas. Año 2014
2	CREADOR	Universidad Técnica Estatal de Quevedo: Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez
3	MATERIA	Facultad de Ciencias Empresariales: Carrera de Ingeniería en Administración Financiera
4	DESCRIPCIÓN	La presente investigación se desarrolló en el cantón Ventanas, el objetivo principal consistió en desarrollar un estudio de factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de Productos de la Lonchera Escolar para Edad Infantil del Cantón Ventanas. Año 2014. Se concluye que es recomendable desarrollar la inversión, toda vez que existe mercado suficiente y los indicadores financieros demuestran su viabilidad.
5	EDITOR	Facultad de Ciencias Empresariales: Carrera Ingeniería en Administración Financiera: Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez
6	COLABORADOR	Ninguno
7	FECHA	25/03/2014
8	TIPO	Tesis de Grado; Artículo
9	FORMATO	.doc MS Word 2010; pdf
10	IDENTIFICADOR	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	FUENTE	Administración Financiera (2013)
12	LENGUAJE	Español
13	RELACIÓN	Ninguno
14	COBERTURA	Dirección. Ubicación del proyecto
15	DERECHOS	Ninguno
16	AUDIENCIA	Tesis de Pregrado

DUBLIN CORE		
1	TITLE	Feasibility Study for the Establishment of a Trading Company Products School Age Kids Lunch Box for Windows Canton. 2014
2	CREATOR	State Technical University Quevedo Rodríguez Sánchez Kerlya Nivany
3	SUBJECT	Faculty of Business: Engineering Degree in Financial Management
4	DESCRIPTION	This research was conducted in the canton Windows, the main objective was to develop a feasibility study for the Creation of a Trading Company Products School Age Kids Lunch Box for Windows Canton. Year 2014. We conclude that it is advisable to develop investment, since there is enough market and financial indicators demonstrate its feasibility.
5	PUBLISHER	Faculty of Business: Engineering Career in Financial Administration: Kerlya Nivany Rodríguez Sánchez
6	CONTRIBUTOR	none
7	DATE	
8	TYPE	Thesis; Article
9	FORMAT	MS Word 2010 doc, pdf
10	IDENTIFIER	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	SOURCE	Financial Management (2013)
12	LANGUAJE	Spanish
13	RELATION	none
14	COVERAGE	Address. Project Location
15	RIGHTS	none
16	AUDIENCIA	Undergraduate Theses

INDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO.....	i
UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO.....	iii
AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	ix
DUBLIN CORE.....	x
INDICE GENERAL.....	xi
INDICE DE CUADRO.....	xv
INDICE DE GRAFICO.....	xvii
INDICE DE FIGURA.....	xviii
INDICE DE ANEXOS.....	xix
RESUMEN EJECUTIVO.....	xx
ABSTRAC.....	xxi
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1. Introducción.....	2
1.1 Problematización.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Diagnóstico.....	4
1.2.2 Pronóstico.....	5
1.2.3 Control del pronóstico.....	6
1.2.4 Formulación del problema.....	7
1.2.5 Sistematización del problema.....	7
1.2.6 Justificación.....	7
1.2 Objetivos.....	8
1.2.1 General.....	8
1.2.2 Específicos.....	8
1.3 Hipótesis.....	9
1.3.1 General.....	9
1.3.2 Específicas.....	9

CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1. Fundamentación Teórica	11
2.2. Fundamentación Conceptual	29
2.3. Fundamentación Legal	31
CAPITULO III.....	33
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	33
3.1. Materiales y Métodos.....	34
3.2. Tipo de Investigación.....	35
3.3. Diseño de Investigación.....	36
3.4. Población y Muestra	36
CAPITULO IV.....	38
RESULTADOS Y DISCUSION	38
4.1. Resultados	39
4.1.1. Investigación De Campo.....	39
4.1.2. Estudio De Mercado	50
4.1.2.1. Presentación.....	50
4.1.2.2. Identificación de los Productos o Servicios	50
4.1.2.3. Característica del Producto.....	51
4.1.2.4. Productos Sustitutivos	51
4.1.2.5. Normativa Sanitaria, Técnica y Comercial	51
4.1.2.6. Mercado	52
4.1.2.7. Análisis de la Demanda	52
4.1.2.7.1. Comportamiento Histórico de la Demanda	52
4.1.2.7.2. Demanda Actual	53
4.1.2.7.3. Proyección de la Demanda.....	53
4.1.2.8. Análisis de la Competencia.....	54
4.1.2.8.1. Análisis de la Oferta.....	54
4.1.2.9. Estructura del Mercado y Segmentación del Mercado	55
4.1.2.9.1. Estructura del Mercado.....	55
4.1.2.9.2. Segmentación del Mercado	55
4.1.2.9.3. Segmentación Geográfica	55
4.1.2.9.4. Segmentación Socio Demográfica de los Consumidores.....	56
4.1.2.10.1. Estrategias Empresarial.....	56
4.1.2.10.2. Competitividad.....	56

4.1.2.10.3	Crecimiento	56
4.1.2.10.4	Competencia	56
4.1.2.10.5	Operativa.....	57
4.1.3	Estudio Técnico	57
4.1.3.1	Localización del Proyecto	58
4.1.3.1.1	Macrolocalización	58
4.1.3.1.2	Microlocalización	58
4.1.3.2	Ingeniería del Proyecto.....	60
4.1.3.2.1	Diseño Arquitectónico.....	60
4.1.3.2.1.1	Área de Materia Prima.....	60
4.1.3.2.1.2	Área de Empacado.....	61
4.1.3.2.1.3	Área de Bodegas de Producto Terminados y Despacho.....	61
4.1.3.2.1.4	Área administrativa.....	62
4.1.3.2.2	Distribución Física por Área de la Microempresa	62
4.1.3.2.3	Flujograma de Proceso.....	63
4.1.3.2.4	Flujograma de Proceso de Producción	64
4.1.3.3	Presupuesto Técnico	65
4.1.3.4	La Empresa y su Organización	67
4.1.3.4.1	Estructura Estratégica	67
4.1.3.4.1.1	Nombre de la Empresa.....	67
4.1.3.4.1.2	Misión.....	67
4.1.3.4.1.3	Visión	67
4.1.3.4.1.4	Objetivos Empresariales.....	67
4.1.3.4.1.5	Políticas.....	68
4.1.3.4.2	Estructura Organizativa.....	69
4.1.3.4.2.1	Organigrama Organizacional	69
4.1.3.4.2.2	Orgánico Funcional.....	70
4.1.3	Estudio Economico Financiero	71
4.1.3.1	Inversiones Fijas	71
4.1.3.2	Inversiones Diferidas.....	72
4.1.3.3	Capital De Trabajo	72
4.1.3.4	Ingresos.....	74
4.1.3.5	Egresos del Proyecto.....	74
4.1.3.6	Flujo de Efectivo Neto Del Proyecto	76
4.1.3.7	Evolución Económica Financiera.....	76

4.1.3.8	Punto de Equilibrio	80
4.1.3.9	Contribucion Del Proyecto A La Sociedad	82
4.1.4	Analisis de Impacto.....	83
4.1.4.1	Herramienta de Valoración de Impactos	83
4.1.4.2	Impacto Económico	83
4.1.4.3	Impacto Social.....	84
4.1.4.4	Impacto Empresarial.....	85
4.1.4.5	Impacto Ambiental.....	85
4.1.4.6	Resumen de Matriz de Impacto	86
4.2	Discusión.....	87
CAPITULO V.....		90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		90
5.1	Conclusiones.....	91
5.2	Recomendaciones.....	92
CAPÍTULO VI.		93
BIBLIOGRAFIA.....		93
6.1	Bibliografía	94
6.2	Linkografía	95
CAPITULO VII.		96
ANEXOS.....		96

INDICE DE CUADRO

Cuadro 1. Población y Muestra	37
Cuadro 2. Lonchera escolar esencial	39
Cuadro 3. Nutrientes Necesarios	40
Cuadro 4. Adquisición de la lonchera escolar	41
Cuadro 5. Alimentación Adecuada	42
Cuadro 6. Comercialización de Producto	43
Cuadro 7. Precio de Productos	44
Cuadro 8. Contenido de la Lonchera.	45
Cuadro 9. Precio	46
Cuadro 10. Comercialización del Producto	47
Cuadro 11. Adquisición del Producto	48
Cuadro 12. Medios de Comunicación	49
Cuadro 13. Demanda actual	53
Cuadro 14. Demanda consumidores.....	53
Cuadro 15. Proyección de la demanda total	54
Cuadro 16. Maquinarias y Equipos.....	65
Cuadro 17. Muebles-Enseres	65
Cuadro 18. Equipos de Computación	65
Cuadro 19. Vehiculó	66
Cuadro 20. Inversión Diferida	66
Cuadro 21. Presupuesto de Materia Prima	66
Cuadro 22. Gatos General	66
Cuadro 23. Presupuesto de Mano de Obra.....	67
Cuadro 24. Inversiones Fijas. Año 2014	71
Cuadro 25. Inversión Diferida. Año 2014	72
Cuadro 26. Capital de trabajo. Año 2014	72
Cuadro 27. Inversiones Fija Total. Año 2014	73
Cuadro 28. Fuente y Formas de Financiamiento. Año 2014	73
Cuadro 29. Ingresos del Proyecto. Año 2015-2024.....	74
Cuadro 30. Egresos del Proyecto. Año 2015-2024	75
Cuadro 31. Egresos del Proyecto. Año 2015-2024	76
Cuadro 32. Flujos de acumulados para obtención del período de recuperación de la inversión.....	80

Cuadro 33. Punto de equilibrio del proyecto. Año 2015	81
Cuadro 34. Importancia económica de la investigación. Años 2014-2024.....	82
Cuadro 35. Valoración de Impactos	83
Cuadro 36 de Matriz Económica.....	83
Cuadro 37. Matriz Social.....	84
Cuadro 38. Matriz Empresarial	85
Cuadro 39. Matriz Ambiental.....	85
Cuadro 40. Matriz de Impacto General	86

INDICE DE GRAFICO

Grafico 1.....	39
Grafico 2.....	40
Grafico 3.....	41
Grafico 4.....	42
Grafico 5.....	43
Grafico 6.....	44
Grafico 7.....	45
Grafico 8.....	46
Grafico 9.....	47
Grafico 10.....	48
Grafico 11.....	49
Gráfico 12. Punto de equilibrio. Año 2015.....	81

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Organigrama Organizacional.....	69
Figura 2. Organico Funcional	70

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de Encuesta.....	97
Anexo 2. Depreciacion anual de los bienes y valor de rescate.....	98
Anexo 3. Renumeraciones Mensuales, Anual y Beneficio Sociales	99
Anexo 4. Plan de Publicidad.....	100
Anexo 5. Foto de Encuestas Realizada a los Padres de Familia del Canton Ventanas.....	101

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto “**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de Productos de la Lonchera Escolar para Edad Infantil del Cantón Ventanas**”. Está compuesto por: Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Evaluación Económica Financiera, Organización Empresarial y Análisis de Impactos, finalizando con conclusiones con sus respectivas recomendaciones.

Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio de mercado donde se logró conocer los gustos y preferencias de padres de familia que tienen hijos en educación básica y mostraron su acuerdo en la implementación de este emprendimiento, el cual vendría a solucionar el problema que se tiene de todos los días el no saber que pueden enviar a sus hijos como refrigerio y que sea nutricional.

Posteriormente, se procedió a realizar estudio técnico donde se estableció la macro y micro localización del proyecto, el cual estará ubicado en el centro del Cantón Ventanas en las calles Sucre y Luis Florencia, lugar considerado un punto estratégico en consideración a los criterios analizados y además por la alta concurrencia de los padres de familia.

En el estudio económico y financiero permitió definir la rentabilidad y viabilidad del proyecto en base a proyecciones de ventas y análisis de los indicadores financieros como el VAN, TIR, Rb/c en diferentes escenarios. En lo referente a la organización de la empresa se ha estructurado un organigrama con el que se demuestra sus niveles organizativos y competencias del personal con el que operara la microempresa propuesta, por último se realizó el análisis de impactos que generaría la implantación de este proyecto.

Finalmente se logra concluir con todo lo expuesto anteriormente que el proyecto es viable y rentable.

ABSTRAC

The Project "Feasibility Study for the Establishment of a Trading Company Products School Age Kids Lunch Box for Windows Canton." It consists of: Theoretical Framework, Market Research, Technical Study, Economic Assessment Financial, Business Organization and Impact Analysis, ending with conclusions with their recommendations.

For the project a market study that managed to meet the tastes and preferences of parents who have children in basic education and their agreement on the implementation of this project, which would solve the problem that has held every day not knowing they can send their children as a snack and is nutritional.

Subsequently, we proceeded to a technical study where macro and micro localization project, which will be located in the center of Canton windows on the streets Sucre and Luis Florence, place considered a strategic point in consideration of the criteria analyzed and also established by the high turnout of parents.

In the economic and financial study allowed defining the profitability and viability of the project based on sales projections and analysis of financial indicators such as NPV, IRR, Rb / c in different scenarios. Regarding the organization of the company is structured a flowchart with their organizational and staff skills with which to operate the micro levels demonstrates proposal finally impact analysis would generate the implementation of this project took place.

Finally able to complete all the above that the project is viable and profitable.

CAPÍTULO I.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El cantón Ventanas es esencialmente agrícola, su población asciende a 66551 habitantes, según el censo del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se encuentra asentada sobre un área de 282 km².

Ventanas es conocida como la capital maicera del Ecuador, puesto que en ella se produce, comercializan y se exportan varios productos como: café, cacao, arroz, soya, maracuyá, gandul y su principal producto el banano del cual depende el sustento de la mayoría de sus habitantes, también el comercio se ha convertido en fuente de trabajo y prosperidad en esta ciudad.

Ventanas es una de las ciudades más progresistas, de la provincia de Los Ríos.

En el cantón existen las siguientes escuelas fiscales: 13 de abril, Marina Castillo de Yépez, Rumiñahui, Dr. Adolfo Jurado González, Isidro Ayora Cueva, Laura Carbo, 10 de Noviembre, República del Ecuador, Ati Il Pilahuaso, Real Audiencia de Quito y Unidad Educativa Ciudad de Ventanas. Entre las escuelas particulares se identifican: Cristiana Luz del Mundo, María Auxiliadora, Cepcry "Yireh" y 5 de Junio.

A nivel nacional el Gobierno, otorga de manera inicial en los primeros meses del año, el refrigerio bajo la modalidad de desayuno escolar, destacándose campañas dirigidas al cuidado de la salud, a través del consumo de frutas y alimentos nutritivos para los pequeños en edad escolar, al interior de las escuelas.

El desayuno escolar es proporcionado por el gobierno, quien a través de concurso público, se asigna a determinadas empresas para su distribución en el cantón Ventanas y la provincia de Los Ríos de manera general.

El capítulo uno de esta investigación describe el marco contextual de la tesis, su problematización, justificación, objetivos: general, específicos y las hipótesis de investigación.

El capítulo dos exhibe el marco teórico de toda la investigación y es la base que sustenta la tesis.

En el capítulo tres se precisa la metodología utilizada, el cálculo del tamaño de la muestra, los métodos empleados, entre otros.

El capítulo cuatro constituye la esencia de la tesis, pues en él se exponen los resultados, destacándose el estudio de mercado, técnico, de ingeniería y la evaluación económica y financiera de la inversión.

En el capítulo cinco se pueden apreciar las conclusiones y las recomendaciones.

La bibliografía se la puede encontrar en el capítulo seis.

En el capítulo siete se exponen los anexos de la tesis.

1.1 Problematización

1.2 Planteamiento del problema

Ventanas es una ciudad ecuatoriana, es la cabecera del Cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos, localizada en la región litoral de Ecuador, se encuentra a dos horas de Guayaquil y a seis horas de la capital Quito. Está dividida por 2 parroquias Urbanas; Ventanas (centro-sur) y 10 de Noviembre (norte), y Rural que es zapotal. Ciudad bañada por el majestuoso río Sibimbe ubicado en el centro del Ecuador con un clima tropical, es una ciudad netamente agrícola, se la conoce como la capital maicera.

El cantón Ventanas tiene aproximadamente 66.551 habitantes de los cuales 14.077 son niños de 3 a 7 años de edad según el censo INEC 2010, quienes se encuentran en plena actividad, por lo tanto necesitan entre 2000 y 3000 calorías diarias, para lo que se plantea elaborar refrigerios nutricionales que llevan a su escuela o jardín, por lo tanto, estas comidas deben tener las mismas características nutricionales, de presentación y apariencia, como si fueran consumidas en el hogar. Un refrigerio que incluya todos los alimentos esenciales para ese niño que está en pleno crecimiento y con alimentos que contribuyan a su mejor desarrollo y bienestar.

Lo que un niño consuma durante su día escolar no debe ser “algo” para salir del paso. Hay que recordar que el valor nutritivo de las comidas es clave para la salud de los niños. Lo que habitualmente se pone en las loncheras son: “calorías huecas”. Las papitas saladas, bizcochos, donas, galletas rellenas con crema, jugos con saborizantes muy dulces podrán calmar su hambre pero no le aportarán nada nutritivo.

1.2.1 Diagnóstico

En el cantón Ventanas no existe ninguna oferta por parte de una empresa o microempresa dedicada a la producción de productos para la lonchera escolar

La comercialización de los productos para la lonchera escolar, proviene de parte del gobierno, a través de una empresa que ha ganado la licitación nacional para proveer de coladas, galletas, banano, entre otras, a todas las Escuelas del cantón Ventanas.

La asistencia estatal del desayuno escolar, en muchos de los casos es insuficiente y carece de la calidad y los nutrientes necesarios, razón por la cual, los padres de familia tienen recurrir a comprar la lonchera escolar en tiendas, supermercados, comisariatos, entre otros

Las compras de los productos para la lonchera escolar, afectan a la economía de los padres de familia y el rendimiento final de los hijos que asisten a la Escuela, pues tienen que consumir productos con bajo calor proteínico.

Causas

- Desconocimiento de planes adecuados para nutrición escolar
- Oferta de productos de lonchera escolar con bajo contenido proteínico.
- Alta demanda del segmento de estudiantes en edad escolar
- Elevados niveles de desnutrición

Efectos

- Escaso desarrollo físico e intelectual de los estudiantes en edad escolar
- Abundante oferta de productos con bajos contenidos proteínicos que inciden en el rendimiento escolar.
- Exceso de demanda, sin la participación de empresas y microempresas que permitan atender a los estudiantes en edad escolar
- Bajas calificaciones

1.2.2 Pronóstico

La creación de una empresa que comercialice productos para la lonchera escolar para edad infantil, favorecerá el desarrollo físico y mental de los estudiantes, debido a que los productos que se comercialicen contendrán las calorías y los componentes energéticos indispensables para la salud, desarrollo y crecimiento de los niños.

Este proyecto deberá estar supervisado por las autoridades de salud del cantón, pudiéndose observar el rendimiento escolar por cursos y años, así, como también los índices de desnutrición en las Escuelas, a partir de la puesta en marcha de la inversión.

Se considera que la inserción en la vida escolar de la empresa comercializadora de los productos de la lonchera escolar, promoverá el bienestar familiar y favorecerá el ingreso, debido a los costos razonables a los cuales podrían adquirirse. También se plantea la posibilidad que el gobierno, absorba la oferta de los productos, con lo que el ahorro de las familias se incrementará de manera considerable.

Es importante destacar que la empresa a crearse empleará el talento humano del cantón Ventanas, con lo que favorecerá el empleo y contribuirá al desarrollo de las familias del cantón.

1.2.3 Control del pronóstico

En la gran mayoría de las Escuelas públicas, el desayuno escolar llega con bastante retraso al inicio del período de clases. Esto es debido a la alta concentración y a los escasos canales de comercialización que existe, pues no hay una empresa que los distribuye de manera eficiente, además no se ha podido determinar si los productos son del agrado de quienes lo consumen, es decir los niños de las Escuelas.

La superación de las dificultades de comercialización, de los precios de los productos actuales en el mercado, entre otros factores, exige superar estas dificultades, por lo que es necesario:

- Obtener financiamiento preferencial para el desarrollo de esta actividad
- Concientizar a los padres de familias sobre la viabilidad de poner en marcha este proyecto
- Contar con el apoyo del gobierno
- Mejorar los canales de comercialización

1.2.4 Formulación del problema

¿De qué manera la falta de una empresa comercializadora de productos de la lonchera escolar para edad infantil incide en el bienestar de los niños de las escuelas del cantón Ventanas?

1.2.5 Sistematización del problema

1. ¿Cuál es la composición y estructura del mercado relativo a la lonchera escolar en edad infantil?
2. ¿Cuáles son las necesidades de inversión y financieras del proyecto?
3. ¿Cuáles son los indicadores de evaluación económica y financiera que demuestran la factibilidad de la inversión?

1.2.6 Justificación

La lonchera escolar es un insumo básico, que permite a los estudiantes de los primeros años de educación básica obtener las energías suficientes para continuar con el proceso de enseñanza aprendizaje

En la actualidad, el gobierno entrega a las distintas escuelas, coladas en fundas, con la finalidad de que sean preparadas por los padres de familia y de ahí proporcionadas a los niños.

De manera complementaria los padres de familia, tienen que sufragar una serie de gastos de tal manera que la colada que ha sido proporcionada por el gobierno, pueda prepararse apropiadamente. A los padres, les toca asumir los costos de la leche, especierías, vasos, gas, entre otros.

Se puede identificar que no existe una empresa comercializadora de productos de la lonchera escolar, de tal forma que se evite a los padres de familia el costo en su adquisición y el ahorro en las compras de la lonchera.

Los beneficiarios directos de esta investigación, están representados por los niños en edad infantil, de los primeros años de educación básica.

Los beneficiarios directos están constituidos por los padres de familia, quienes ahorrarán por las compras de la lonchera escolar.

Con esta investigación, se aspira a conocer el impacto económico y financiero que tendrá la creación de una empresa comercializadora de productos de la lonchera escolar, en el bienestar de los niños y niñas de las distintas escuelas del cantón Ventanas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos de la lonchera escolar para edad infantil del cantón Ventanas. Año 2014

1.2.2 Específicos

1. Identificar la oferta y demanda del mercado relativo a la lonchera escolar en edad infantil.
2. Determinar las necesidades técnicas de inversión y los recursos económicos del proyecto.

3. Analizar a través de los indicadores de evaluación económica y financiera la factibilidad de la inversión.

1.3 HIPÓTESIS

1.3.1 General

La creación de una empresa comercializadora de productos de la lonchera escolar, fortalecerá el desarrollo de los estudiantes en edad infantil de los distintos establecimientos escolares del cantón Ventanas.

Variable dependiente

Estudio de Factibilidad.

Variable independiente

La creación de una empresa comercializadora de productos de la lonchera escolar

1.3.2 Específicas

1. La composición y estructura de la oferta y la demanda del mercado relativo a la lonchera escolar en edad infantil sustenta la factibilidad del proyecto.
2. Las necesidades de inversión y los recursos financieros del proyecto constituyen la base para la puesta en marcha y la sostenibilidad de la inversión.
3. Los indicadores de evaluación económica y financiera, como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio Costo, recomiendan la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO II.
MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Estudio de factibilidad

Santos (2009). Señala que el estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo.

Vega (2013). Nos indica que el estudio de factibilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio ya existente

2.1.2. Estudios de Viabilidad

Sapag (2011). Señala que para recomendar la aprobación de cualquier proyecto, es preciso estudiar un mínimo de tres viabilidades que condicionan el éxito o el fracaso de una inversión: la viabilidad técnica, la legal y la económica. Otras dos viabilidades, no incluidas generalmente en un proyecto, son la de gestión y la política. Por otra parte una viabilidad cada vez más exigida en los proyectos es la que mide el impacto ambiental de la inversión.

2.1.2.1. Viabilidad técnica

Sapag (2011). Afirma que la viabilidad técnica busca determinar si es posible física o materialmente, “hacer” un proyecto, determinación que es realizada

generalmente por los expertos propios del área en la que se sitúa el proyecto. En algunos casos, el estudio de esta viabilidad puede llegar, incluso, a evaluar la capacidad técnica y el nivel de motivación del personal de la empresa que se involucraría en el nuevo proyecto. No se puede asumir que, por el hecho de que la empresa está funcionando, es viable técnicamente hacer más de lo mismo.

2.1.2.2. Viabilidad legal

Sapag (2011). Nos indica que la viabilidad legal, por otra parte, se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y la operación normal de proyecto como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a algunos de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto.

2.1.2.3. Viabilidad económica

Sapag (2011). Afirma que la viabilidad económica busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados del proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación.

2.1.2.4. Viabilidad de gestión.

Sapag (2011). Señala que la viabilidad de gestión busca determinar si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y la eficiente administración del negocio. En caso de no ser así, se debe evaluar la posibilidad de conseguir el personal con las habilidades y capacidades requeridas en el mercado laboral; por ejemplo, al internalizar un proceso que involucre tareas muy distintas de las desarrolladas ahora por la empresa.

2.1.2.5. Viabilidad política.

Sapag (2011). Afirma que la viabilidad política corresponde a la internacionalidad, por parte de quienes deben decidir, de querer o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.

2.1.2.6. Viabilidad ambiental.

Sapag (2011). Indica que la viabilidad ambiental, por último, busca determinar el impacto que la implementación del proyecto tendría sobre las variables del entorno ambiental, como por ejemplo los efectos de la contaminación. Esta viabilidad abarca a todas las anteriores, por cuanto tiene inferencia técnica (selección del sistema de evacuación de residuos) y económica (la elección de una opción que, aunque menos rentable que la óptima, posibilite el cumplimiento de las normas de aceptabilidad del proyecto).

2.1.3. Proyecto

Baca (2010). Señala que un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

2.1.3.1. Ingeniería del proyecto.

Mascarenas, Juan. (2008). Afirma que es una propuesta de solución a ciertas necesidades individuales o colectivas, privadas o sociales. Las necesidades pueden satisfacerse a través de los factores tecnológicos de la cultura. Desde el punto de vista técnico en sentido progresivo, pueden plantearse de lo

general o lo particular, pasando de la incertidumbre a la certidumbre y buscando que el bien o servicio a producir se adecue al mercado, así como también se reditúe dividendos a la empresa.

Santos Santos. T. (2009). Nos indica que el estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico. El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

2.1.3.2. Inversión

Sapag (2011). Señala que la etapa de inversión, en tanto, corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

Meza (2010). Afirma que es la etapa del ciclo del proyecto en el cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes y servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio. El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación.

2.1.3.3. Operación

Sapag (2011). Finalmente, la etapa de operación es aquella en la que la inversión ya materializada está en ejecución; por ejemplo, el uso de una nueva máquina que reemplazo a otra anterior, la compra a terceros de servicios antes previstos internamente, el mayor nivel de producción observado como

resultado de una inversión en la ampliación de la planta o con puesta en marcha de un nuevo negocio.

Meza (2010). Afirma que esta etapa corresponde al periodo permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio. Al entrar el proyecto en operación se inicia su ciclo de vida útil (tiempo estimado para la generación de beneficios) que termina en el momento de su liquidación. Durante todo este periodo de operación se realizan actividades de compra y transformación de materia prima, distribución, promoción y venta del producto, como también todas aquellas actividades necesarias para alcanzar los objetivos del proyecto.

Criterio personal

Un estudio de factibilidad es un trabajo ordenado y sistemático que muestra la viabilidad de ejecutar y llevar a la práctica o no un proyecto. Es un condición para promover el bienestar de los grupos afectados y favorecidos con una idea que será llevada a la práctica.

2.1.4. Empresa

Sofía (2012). Señala que la empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital).

Thompson (2013). Afirma que la empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones

específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman

Criterio personal

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

2.1.5. Comercialización

García (2012). Señala que la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Rivadeneira (2012). Afirma que la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Micro comercialización y Macro comercialización.

Criterio personal

La comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta).

2.1.6. Producto

Buena (2009). Señala que el producto se define como algo que se ofrece en el mercado como la necesidad de satisfacer necesidades o deseos del consumidor, de este modo el producto se refiere tanto a los objetivos físicos como a los servicios personas lugares organizaciones e ideas.

Hartley y Rudelius (2009). Nos indica que el producto es "un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor"

Criterio personal

Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles. Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

2.1.7. Loncheras escolar

Carulla (2010). Señala que la función de la lonchera en primer lugar es poder darle al niño energía y nutrientes indispensables para su organismo.

Hay que tener claro que de ninguna manera la lonchera sirve para reemplazar ninguna de las comidas principales como el desayuno o el almuerzo. También hay que tener en cuenta que lo que se les mande en la lonchera, es lo que van aprender a comer para toda la vida (hábitos de alimentación)

2.1.7.1. Loncheras saludables

Revista Caretas (2014). La Dra. Sara Abu-Sabbah sostiene que "la lonchera saludable es parte de la alimentación del día y su función es complementar las comidas principales –desayuno, almuerzo y cena– sin sustituirlas o

desplazarlas, con el objeto de poder cubrir las necesidades de nutrientes y energía

2.1.8. Alimentación

Aupper (2009). Señala la alimentación es el proceso de selección de alimentos, frutos de la disponibilidad y del aprendizaje de cada individuo que le permite comprender su reacción diaria y fraccionarla a lo largo del día de acuerdo con sus hábitos y condiciones personales. Este proceso está influenciado por factores socioeconómicos, psicológicos y geográficos

2.1.8.1. EL PROCESO DE ALIMENTACIÓN

AUPPER, (2009). Señala: “El lugar en el que se producen los procedimientos de transformación de la comida es el aparato o conducto digestivo, sobre todo el estómago y la primera porción del intestino”.

2.1.9. Nutrición

Aupper (2009). Afirma que la nutrición es el conjunto de procesos mediante los cuales el ser vivo utiliza, transforma e incorpora a sus propias estructuras una serie de sustancias que recibe del mundo exterior.

2.1.9.1. Necesidades de Nutrientes

Muller, Tobing. (2009). Señala los nutrientes se necesitan en los primeros términos para aportar la energía necesaria para mantener la vida. La energía se obtiene esencialmente por el metabolismo de carbohidratos, grasas, proteínas y es requerida por el cuerpo para diversas funciones.

2.1.9.2. Calidad de los Nutrientes

Muller, Tobing. (2009). Afirma que la calidad de los nutrientes de un alimento o dieta puede evaluarse determinando la composición químicas con las estimaciones de las necesidad del hombre de sus nutrientes particulares.

2.1.10. Desayuno nutritivo

Revista Vivir Salud. (2009). Señala que los desayunos nutritivos deben incluir panes, cereales, galletas o tostadas con harina integral y avena, que nos proporcionan una buena dosis de hidratos de carbono, fundamental en nuestra alimentación para tener energías. Deben contener también proteínas bajas en grasas como huevos, atún, carne magra, jamones de pollo o de pavo o nueces..

2.1.10.1. Desayuno escolar

Cancela (2014). Nos indica que el desayuno es la comida principal y debe ser nutritivo, en especial para los niños en edad escolar, que necesitan gastar y reponer energías. Para lograrlo, te brindaré ejemplos de desayunos ricos en nutrientes para un mejor desarrollo durante la infancia

2.1.11. Refrigerios

WARDLEY y MORE. (2009). Afirma que los refrigerios proporcionan a los niños importantes recargas de energía y más oportunidades de ofrecerles nutrientes beneficiosos. Muchos niños necesitan tomar tres comidas pequeñas complementadas con uno o dos refrigerios en lugar de limitarse a tres comidas únicas más abundantes”.

Criterio personal

Las loncheras escolares son importantes y necesarias para los niños en las etapas pre-escolar y escolar, porque permiten cubrir las necesidades nutricionales, asegurando así un rendimiento óptimo en el centro educativo.

Los objetivos consisten en aportar energía, ya que diariamente los niños sufren desgaste por las actividades desarrolladas durante las horas de clase, recreo y práctica de deporte y Mantener al niño alerta para que preste mayor atención en clase y no se duerma

2.1.12. Estudio de mercado

Sapag (2011). Señala que el estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción o servicio, en un periodo determinado; sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar.

Santos (2009). Sostiene el estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

2.1.12.1. Oferta

Andrade (2012). Define que la oferta como el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto

tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda.

2.1.12.2. Comportamiento de la oferta

Sapag (2011). Afirma que la oferta de mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, al grado de flexibilidad en producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros.

2.1.12.3. Demanda

Andrade (2012). Indica que es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

2.1.12.4. Comportamiento de la demanda

Sapag (2011). Afirma que la búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado.

2.1.12.5. Demanda insatisfecha

Andía (2011). Afirma aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto,

la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada.

2.1.12.6. Comportamiento de los costos

Sapag (2011). Señala los costos de operación de un proyecto es la que los diferencia entre los costos fijos y los variable. Los costos fijos totales son costos en que se deberá incurrir en un periodo determinado, independientemente del nivel de producción en la empresa.

2.1.12.7. Mercado consumidor

Sapag (2011). Indica que la información que entrega el mercado consumidor es, por lo general, la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una tecnología, comprar un producto o demandar un servicio tiene componentes tanto racionales como emocionales, por lo que la predicción del comportamiento del uso o compra del servicio.

2.1.12.8. Mercado Distributivo

Sapag (2011). Afirma que en muchos casos, especialmente cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que de un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al usuario o consumidor final explicara parte importante de su costa total.

2.1.12.9. Mercado Proveedor

Sapag (2011). Señala que en el mercado de los proveedores de debe estudiar tres aspecto s fundamentales el precio, la disponibilidad y la calidad de los insumos. Determina una parte de los costos de los proyectos e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como de capitales operativos.

2.1.12.10. Mercado competidor

Sapag (2011). Nos indica que el estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluar conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir unas estrategias comerciales competitivas con ellas.

Criterio personal

El estudio de mercado es el primero filtro para determinar si un estudio es viable o inviable. El conocimiento del mercado define las opciones de demanda y oferta a las que se enfrentará el proyecto y es una condición para su sostenimiento y desarrollo.

2.1.13. Estudio técnico

Baca (2010). Nos indica que el Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, 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 propio proyecto.

Rosales (2011). Afirma que un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita

2.1.13.1. Tamaño del proyecto.

Baca, G (2010). Señala el tamaño del proyecto es la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.

Santos S. (2009). Indica la capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

2.1.13.2. Localización.

BACA G (2010). Afirma que el estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario

Santos T. (2009). Muestra que con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

Criterio personal

En esta tercera etapa se diseña y definen todos los procesos que conformarán el negocio, incluyendo el proceso de compras, el proceso de transporte, el de almacenaje, el de producción, de distribución, de ventas, entre otros. El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción

2.1.14. Estudio económico y financiero

Santos T. (2009). Afirma que el estudio económico-financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

San Luis (2013). Sostiene que es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado. Antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

2.1.14.1. COSTOS

Bravo, Mercedes (2009). Menciona: “El costo constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancia, es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial (costo de materia prima, costo de mano de obra, etc.).

En toda actividad productiva al ofrecer fabricar un producto o prestar un servicio se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.

2.1.14.2. GASTOS

Zapata P. (2009). Señala: “Gastos son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos

o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente la generación de una renta”.

2.1.14.3. Estados financieros

Ramírez y Domínguez. (2009). Afirma que los Flujos de Caja o Corrientes de Liquidez constituyen la base informativa imprescindible para realizar los análisis de rentabilidad comercial (económicos–financieros) que requiere el estudio de factibilidad del proyecto propuesto a ejecutar. Este indicador muestra el movimiento del dinero en el tiempo, al reflejar el balance de los ingresos y egresos que implica el proyecto, además de programar, de existir déficit.

2.1.14.4. Evaluación económica

Baca Urbina (2010). Nos indica que la evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica.

2.1.14.5. Valor actual neto (VAN)

Ramírez y Domínguez. (2009). Señala que el Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo.

Prieto (2012). Prieto define al VAN como el flujo de caja actualizado, es decir la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados del proyecto. Es la suma

algebraica de ingresos y egresos, medida en dinero de hoy, es decir es decir en el momento cero. Es el índice más seguro y puede asumir un valor positivo, negativo o nulo. La tasa a utilizar para su cálculo es generalmente la tasa de oportunidad.

2.1.14.6. Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)

Ramírez y Domínguez. (2009). Nos indica que la tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo de egresos en efectivo. En otros términos se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo.

2.1.14.7. Tasa Interna De Retorno Modificada (TIRM)

Madrigal. S. (2009). Afirma que el TIRM no puede asegurar la rentabilidad exacta del proyecto aunque si podría tomarse la decisión respecto o rechazar el proyecto comparando la TIRM respecto al Costo de Capital. La TIRM ha sido un mito, pero realmente es que no puede reflejar la rentabilidad de un proyecto.

Prieto (2012). Señala que la medida de rentabilidad más adecuada, es la tasa de interés que produce un VAN igual a cero, es la tasa de interés que devenga el dinero que se mantiene invertidos en el proyecto. Es una característica propia del proyecto independiente de la situación del inversionista en relación con su tasa de interés de oportunidad.

2.1.14.8. Relación Beneficio Costo

Ramírez A. y Domínguez R. (2009). Afirma que el indicador, conocido también como Índice del valor actual, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el período de operación.

Sapag (2011). Señala que la relación beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de la decisión del banco, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo es igual a uno. Si el van el mayor que cero, la relación es mayor que uno, y si el van es negativo, este es menor que uno. Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada.

2.1.14.9. Periodo de Recuperación (PR)

Madrigal. S. (2009). Señala el periodo de recuperación es la forma de evaluar proyectos y evitar así algunas debilidades, este criterio determina el número de periodos necesario que se tarda en recuperar la inversión inicial, o bien sus equivalentes de efectivo en tiempo cero. Compara el resultado con los números de periodos máximos aceptables o definidos por la empresa.

2.1.14.10. Punto de equilibrio (PE)

Rodolfo. J. (2009). Nos indica que el punto de corte de las curvas de la oferta y demanda que determina una cantidad y un precio de mercado, donde los ingresos totales de la empresa son iguales a los costos totales, es decir la empresa no obtiene utilidad ni pérdida. El punto de equilibrio es una referencia importante para el empresario saber cuál es la cantidad mínima que debe producir para estar en equilibrio.

Criterio personal

Consiste, fundamentalmente, en ordenar todos aquellos datos que deben figurar en el resto de apartados del plan de negocio: hipótesis de ventas, listado de precios, coste de materias primas, sueldos y salarios, etc. Y, las preguntas clave a las que deben responder este apartado son, ¿Cuánto dinero necesito para acometer el proyecto? ¿En qué plazos? ¿Dónde lo consigo?

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Estudio de factibilidad

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. **Galván (2010).**

Estudio de mercado

El estudio del mercado es una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir las tarifas. Es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerar el estudio de mercado únicamente en función de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá. **Sapag (2010).**

Estudio técnico

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. **López, et al, (2012).**

Estudio económico financiero.

Busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación. **Sapag Chain (2011).**

Proyecto

Un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana. **Koch (2013).**

Loncheras escolar

La función de la lonchera en primer lugar es poder darle al niño energía y nutrientes indispensables para su organismo.

Hay que tener claro que de ninguna manera la lonchera sirve para reemplazar ninguna de las comidas principales como el desayuno o el almuerzo. También hay que tener en cuenta que lo que se les mande en la lonchera, es lo que van aprender a comer para toda la vida (hábitos de alimentación). **Cancela (2014).**

Alimentación

Alimentación es el acto de proporcionar al cuerpo alimentos e ingeridos, es un proceso y voluntario, y por lo tanto está en nuestras manos modificarlo. La calidad de la alimentación depende principalmente de factores económicos y culturales. **Uribe (2013).**

Desayuno Escolar

El desayuno escolar es la comida más importante a partir de esta se logra obtener la energía suficiente para empezar con todas las actividades diarias. Más aún si son niños en edad escolar, ellos deben tener un desayuno nutritivo

que les permita estudiar, concentrarse y tener fuerzas para jugar. **Cancela (2014).**

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El sustento legal que ampara el desarrollo de la presente investigación se sustenta en la carta magna de la república:

- La Constitución de la República

Sección quinta. Niñas, niños y adolescentes

Art. 44.- El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas.

Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

Art. 46.- El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

1. Atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.
2. Ley Orgánica de salud

Capítulo II. De la alimentación y nutrición

Art. 16.- El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes.

Esta política estará especialmente orientada a prevenir trastornos ocasionados por deficiencias de micro nutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios

Art. 18.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con los gobiernos seccionales, las cámaras de la producción y centros universitarios desarrollará actividades de información, educación, comunicación y participación comunitaria dirigidas al conocimiento del valor nutricional de los alimentos, su calidad, suficiencia e inocuidad, de conformidad con las normas técnicas que dicte para el efecto el organismo competente y de la presente Ley.

Art. 19.- La autoridad sanitaria nacional velará por la protección de la salud en el control de las enfermedades por deficiencia de yodo, mediante el control y monitoreo de la yodización de la sal para consumo humano.

CAPITULO III
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1 Materiales

- Computadora de escritorio
- Computadora portátil y Tablet
- Impresora
- Copiadora
- Calculadora financiera
- Pen driver
- Cuaderno
- Hojas bond
- Suministros de oficina
- Bibliografía de proyectos de inversión

3.1.2 Métodos

Esta investigación se empleó los siguientes métodos:

3.1.2.1 Analítico

Con este método se conocieron las distintas partes del problema y se realizó el análisis de la información económica y social obtenida, así como los resultados de la tabulación de los datos de las encuestas a los padres de familia de las distintas escuelas del cantón Ventanas, para conocer la demanda y la oferta. Posteriormente se trató la información tabulada en cuadros y gráficos, a lo que se añadirá el análisis correspondiente.

3.1.2.2 Sintético

Este método se empleó para concretar los vínculos y las diferentes interrelaciones entre la oferta y la demanda en la comercialización de los productos de la lonchera escolar.

El análisis de los vínculos entre oferentes y demandantes, contribuyeron al conocimiento de la factibilidad de implementar la presente investigación.

3.1.2.3 Inductivo

Este método se utilizó para identificar como la oferta de los productos de la lonchera escolar, son indispensables para conocer la validez de la demanda en todos los centros educativos escolares del cantón Ventanas.

3.1.2.4 Deductivo

Con este método se dedujeron todos los parámetros de la investigación respecto al segmento de mercado y los estudios, económicos y financieros, así como: tasa de descuentos, presupuestos, evaluación financiera, económica, etc.

La implementación de una empresa de comercialización de productos de la lonchera escolar en el cantón Ventanas, es un requisito para alcanzar el bienestar y el buen vivir por lo que su aplicación tiene vigencia y absoluta validez a nivel general.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La naturaleza de la fuente de información de la investigación es de tipo:

3.2.1 Campo: Se la determinó así porque la presente investigación se la realizara en el lugar de los hechos, en contacto directo con los que requieren nuestros productos y servicios. También nos facilitó la técnica de la observación directa la misma que nos permitirá recolección de datos.

3.2.2 Descriptivo: Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se realizara un estudio no experimental ya que, las personas encuestadas pertenecen a un grupo en específico, al que se va a investigar y no se necesita buscar a personas que cumplan con el perfil ya seleccionado.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La presente encuesta se realizará a los padres y madres de familia que tengan hijas e hijos, comprendidos entre las edades de 3 a 7 años y se encuentren cursando la educación básica, con preguntas objetivas cuya información será válida para medir el grado de aceptación que tendrá la puesta en marcha de este proyecto.

Para obtener el tamaño de la muestra, se considera el universo de la población total de 14077 niños e igual número de padres de familias donde se incluye al sector urbano y rural, para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Dónde:

N = 14077

Z = 95%

P = 50%

Q = 50%

E = 5%

$$n = \frac{14077(1.96)^2 - (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2(14077 - 1) + (1.96)^2(0.5 \times 0.5)}$$

N = 374

De acuerdo el censo de Población y Vivienda del 2010, el Cantón Ventanas cuenta con dos parroquias: Ventanas que es urbana y Zapotal que es rural. Al respecto los estratos que se consideran para la aplicación de la muestra son los siguientes:

Cuadro 1. Población y Muestra

Parroquias	Niños de 3-7 años	%	Muestra	Estrato a encuestar
VENTANAS	9639	68,47%	374	256
ZAPOTAL	4438	31,53%	374	118
Total	14077	100,00%	374	374

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RESULTADOS

4.1.1. INVESTIGACION DE CAMPO

Según la encuesta tenemos los siguientes resultados

Pregunta 1. ¿Considera usted que la lonchera escolar es esencial para el cuidado y la salud de sus hijos?

Cuadro 2. Lonchera escolar esencial

Respuesta	Frecuencia	%
Si	264	71%
No	110	29%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Lonchera escolar esencial

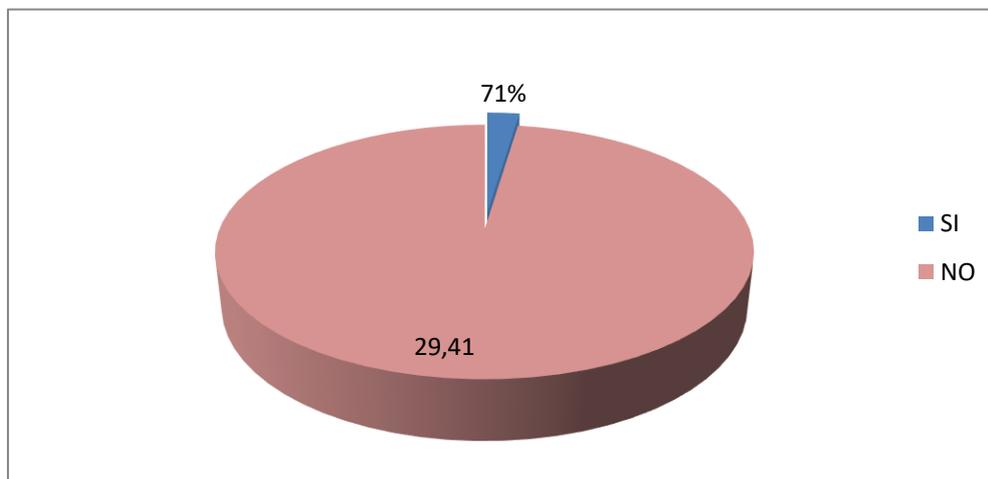


Gráfico 1

Análisis: Según la información obtenida mediante la encuesta nos muestra que 71% de los habitantes consideran que es esencial la lonchera escolar para el cuidado y salud de sus hijas, mientras que el 29% opinan lo contrario.

Pregunta 2. ¿Hasta ahora la lonchera que lleva su hijo o hija a la Escuela tiene los nutrientes necesarios?

Cuadro 3. Nutrientes Necesarios

Respuesta	Frecuencia	%
Si los tiene	238	64%
No cree que los tenga	136	36%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Nutrientes Necesarios

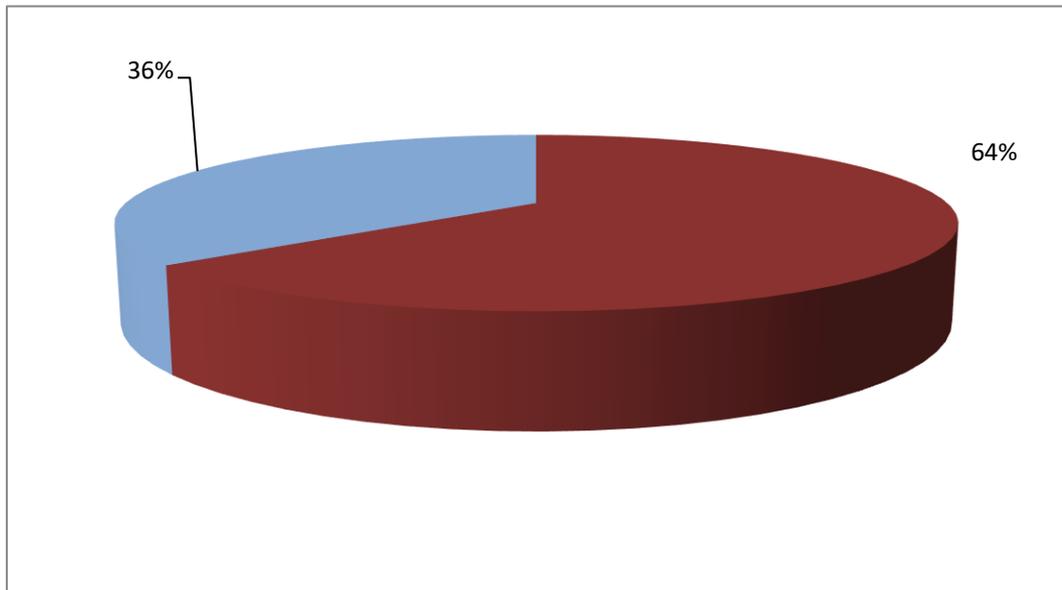


Gráfico.2

Análisis: De acuerdo a la información recibida en la encuesta se obtiene que el 64% dieron una respuesta positiva y el 36% negativa nos muestra que sus hijos si llevan los nutrientes necesarios en sus loncheras escolares.

Preguntas 3. ¿En qué lugares adquiere la lonchera escolar para sus hijos?

Cuadro 4. Adquisición de la lonchera escolar

Respuesta	Frecuencia	%
Comisariatos	103	27%
Tiendas de barrio	227	61%
El bar de la escuela	33	9%
Otros	11	3%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Adquisición de la lonchera escolar

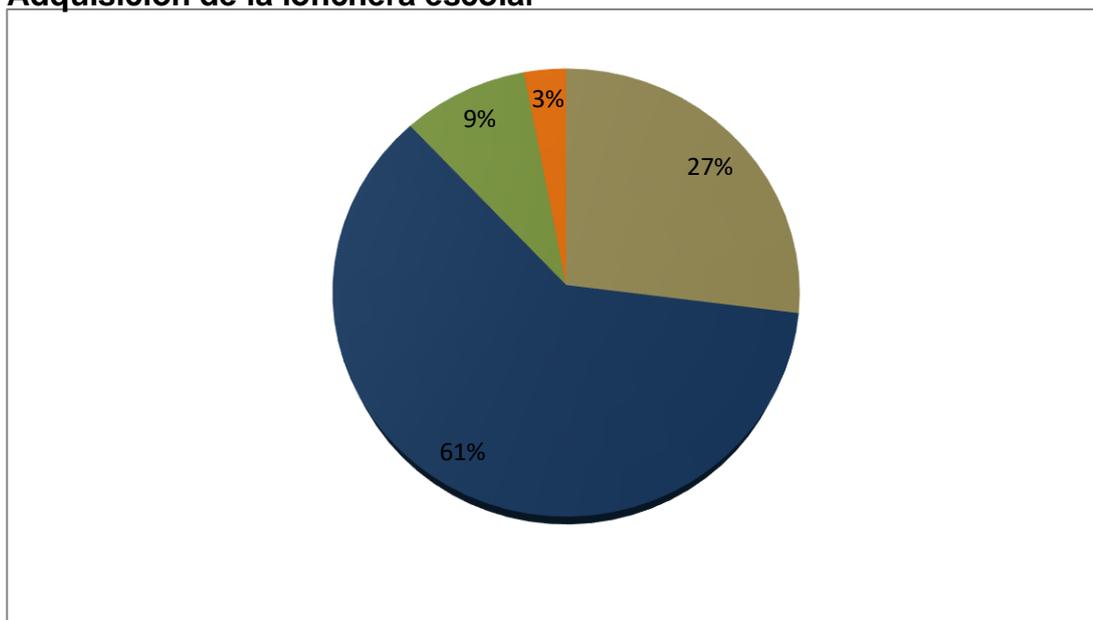


Gráfico 3.

Análisis: Según la información obtenida los padres de familia la adquiere la lonchera escolar en mayor parte en las tiendas de barrio con un 61%, mientras que el comisariato con el 27%, el bar de la escuela el 9% y otros con el 3%.

Pregunta 4. ¿Según su criterio una adecuada alimentación a través de la lonchera escolar mejorará el bienestar y la salud de sus hijos?

Cuadro 5. Alimentación Adecuada

Respuesta	Frecuencia	%
Totalmente seguro	187	50%
Muy seguro	144	39%
No podría asegurarlo	43	11%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Alimentación Adecuada

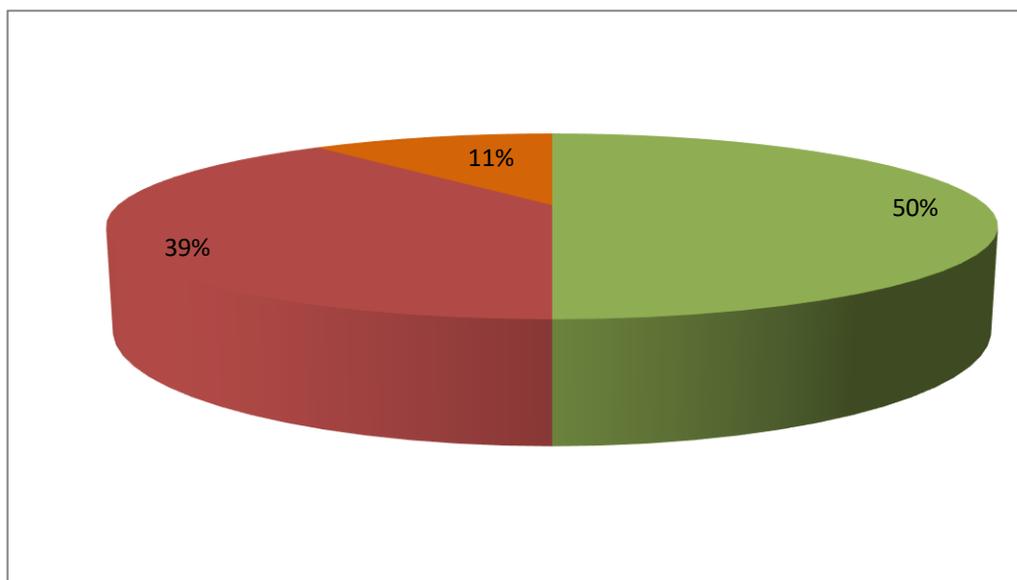


Gráfico 4

Análisis: Mediante la información obtenida el 50% de los habitantes están totalmente seguros que sus hijos a través de la lonchera escolar mejoraran el bienestar y la salud de sus hijos, mientras que el 39% no están muy seguros y el 11% no podrían asegurarlo.

Pregunta 5. ¿Ha observado si existe alguna empresa u organización que comercialice productos de la lonchera escolar?

Cuatro 6. Comercialización de Producto

Respuesta	Frecuencia	%
Si	0	0%
No	374	100%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Comercialización de Producto

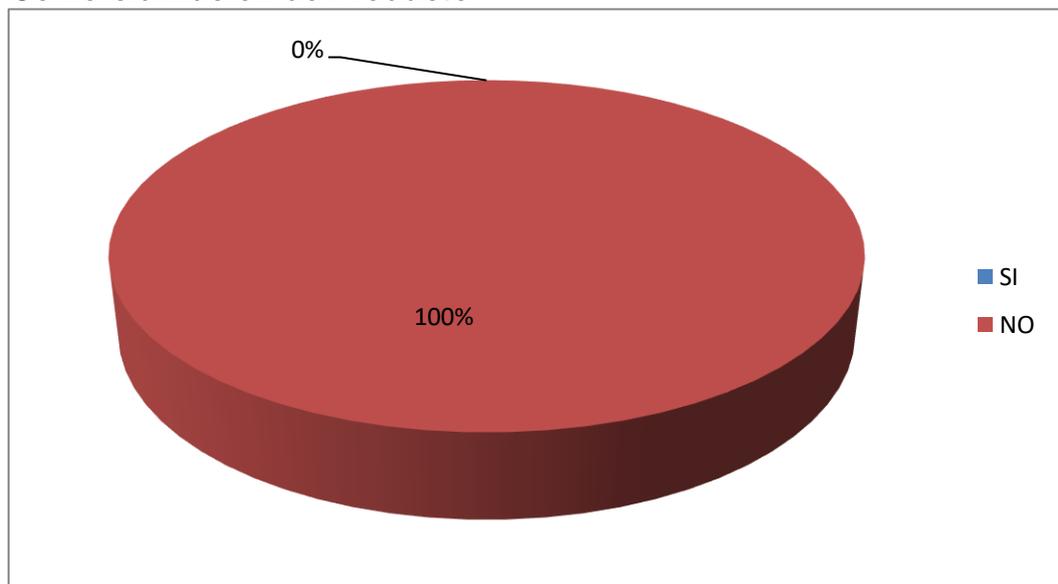


Grafico 5.

Análisis: A través de los resultados adquiridos en la encuesta el 57% de los padres de familias indican que no existe empresa que comercialice la producción de la lonchera escolar, mientras que el 43% indica que si existe.

Pregunta 6. ¿Los precios de los productos para la lonchera escolar que usted compra diariamente en qué valor están considerados?

Cuadro 7. Precio de Productos

Respuesta	Frecuencia	%
\$1.00	140	37%
\$1.50	176	47%
\$2.00	58	16%
total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Precios de Productos

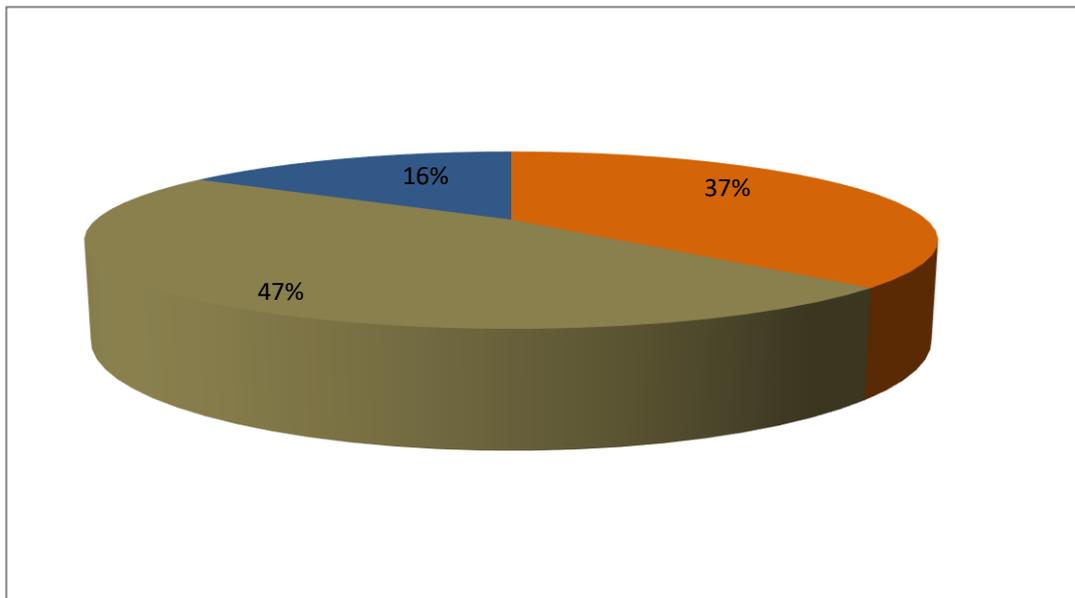


Gráfico 6.

Análisis: Según los datos obtenidos en su mayoría el 47% de los padres de familias indican que \$1.50 es el valor en que compran la lonchera escolar diaria, mientras que el 37% su valor de es de \$1.00 y el 16% el valor de su compra es de \$ 2.00.

Pregunta 7. ¿Qué deberían contener esta lonchera escolar?

Cuadro 8. Contenido de la Lonchera.

Respuesta	Frecuencia
Jugos	328
Coladas	143
Yogurts	318
Frutas	234
Cereales	289
Galletas	196
Gomitas	287

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

Contenido de la Lonchera

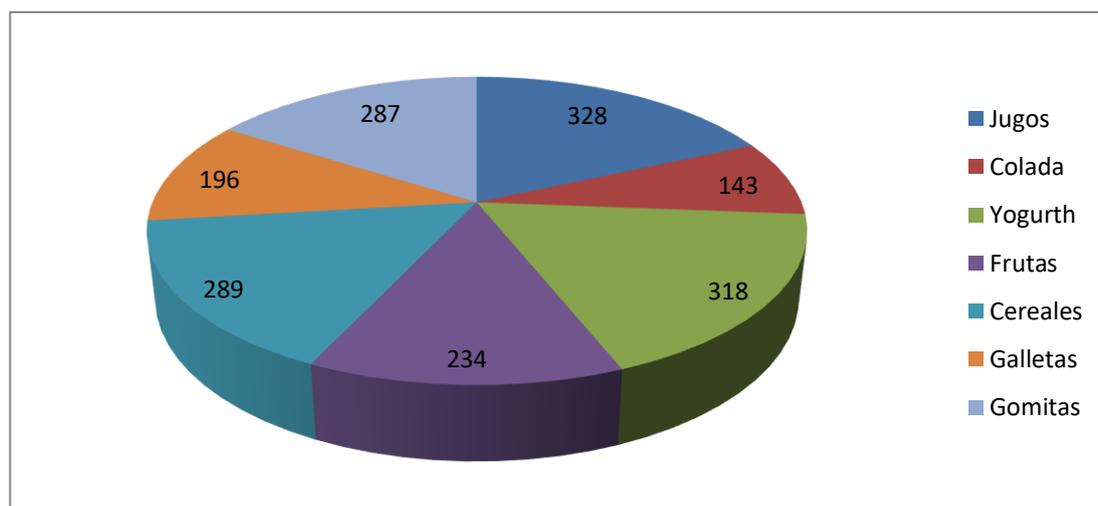


Gráfico 7.

Análisis: Las loncheras escolares deben contener líquidos y sólidos, por lo que se definirá los productos que tengan impacto nutricional para los niños, y realizar algunas combinaciones, desde luego para que los padres que son quienes orientaran a sus hijos comprendan las loncheras escolares que se plantea en el presente proyecto.

Pregunta 8. Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por cada lonchera escolar que se está proponiendo en este proyecto?

Cuadro 9. Precio

Opción	Frecuencia	%
\$1.00	146	39%
\$1.25	185	50%
\$1.50	43	11%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Precio

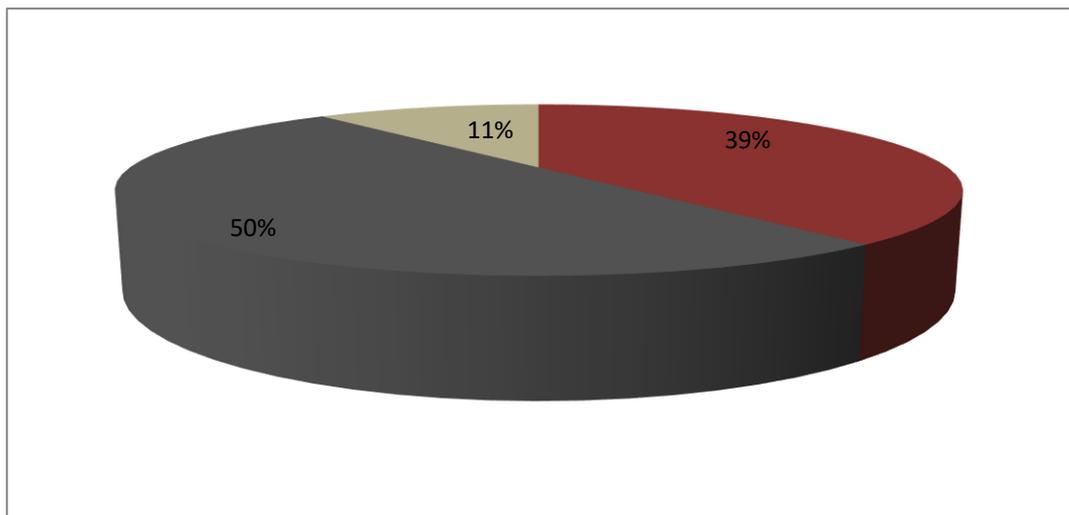


Gráfico 8.

Análisis: A través de la información obtenida el 50% de los padres de familia están dispuestos a pagar \$1.25 por cada lonchera escolar, por su parte el 37% pagarían \$1.00 y el 11% pagan \$1.50.

Pregunta 9 ¿Según su criterio, el cantón Ventanas debería tener una empresa que comercialice productos de la lonchera escolar con niveles óptimos de calidad?

Cuadro 10. Comercialización del Producto

Respuestas	Frecuencia	%
SI	309	83%
NO	65	17%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Comercialización del Producto

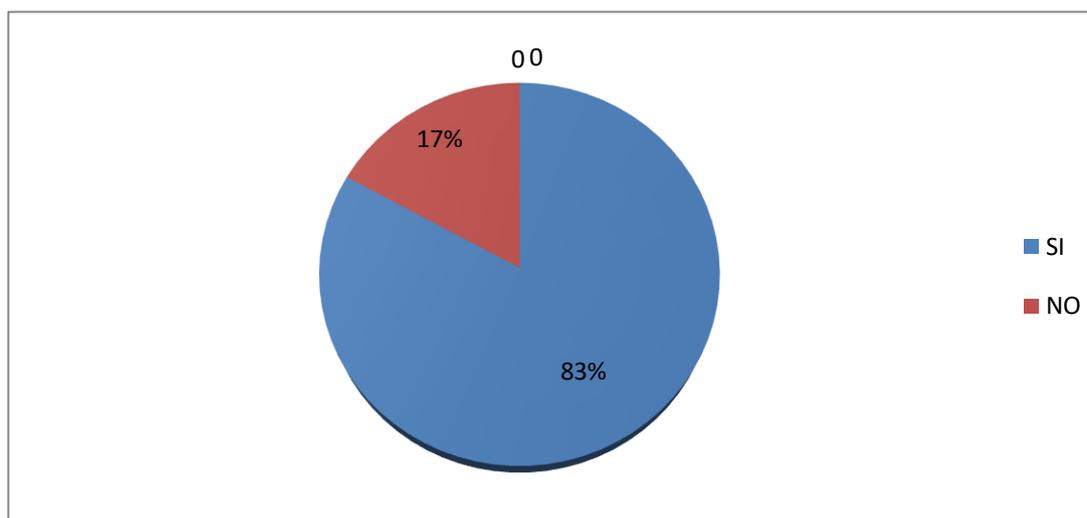


Gráfico 9.

Análisis: Según los datos obtenidos el 83% de los padres de familias consideran que es necesario que el Cantón Ventanas tenga una empresa que comercialice productos de lonchera escolar, mientras que el 17% no lo consideran necesario.

Pregunta 10. ¿Estaría usted en condiciones de comprar productos de la lonchera escolar en una empresa local que las comercialice?

Cuadro 11. Adquisición del Producto

Respuesta	Frecuencia	%
Si	289	77%
No	85	17%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Adquisición del Producto

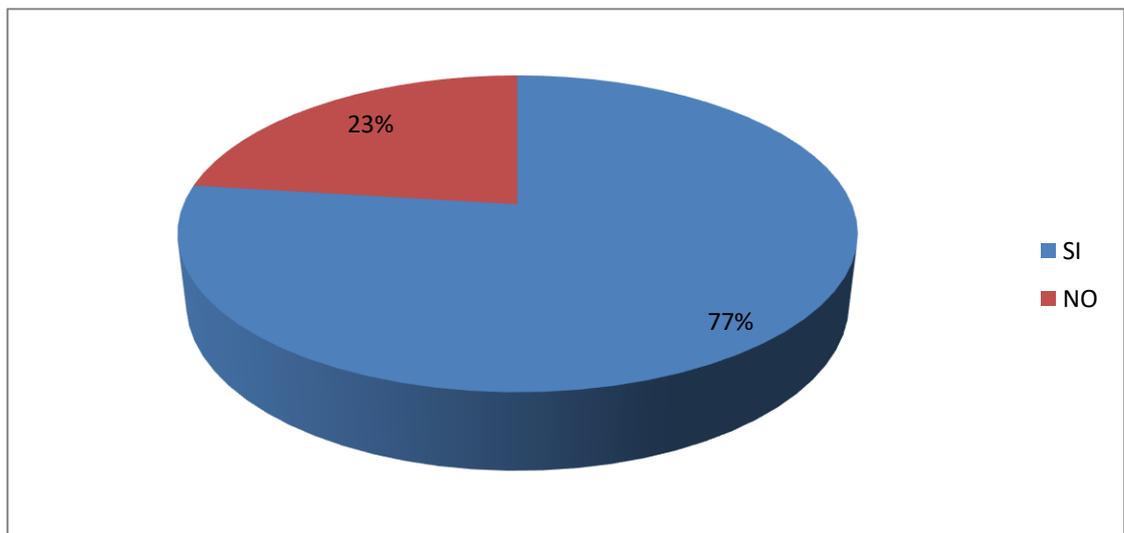


Gráfico 10.

Análisis: Mediante la información obtenida a través de la encuesta el 77% de los padres de familia están en condiciones de comprar productos de la lonchera escolar en una empresa local que la comercialice, mientras 23% no están en condiciones de comprar el producto

Pregunta 11. ¿Por qué medios de comunicación se debería dar a conocer la existencia de este producto?

Cuadro 12. Medios de Comunicación

Opción	Frecuencia	%
Internet	44	12%
Radio	110	29%
Televisivo	220	59%
Total	374	100%

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Medios de Comunicación

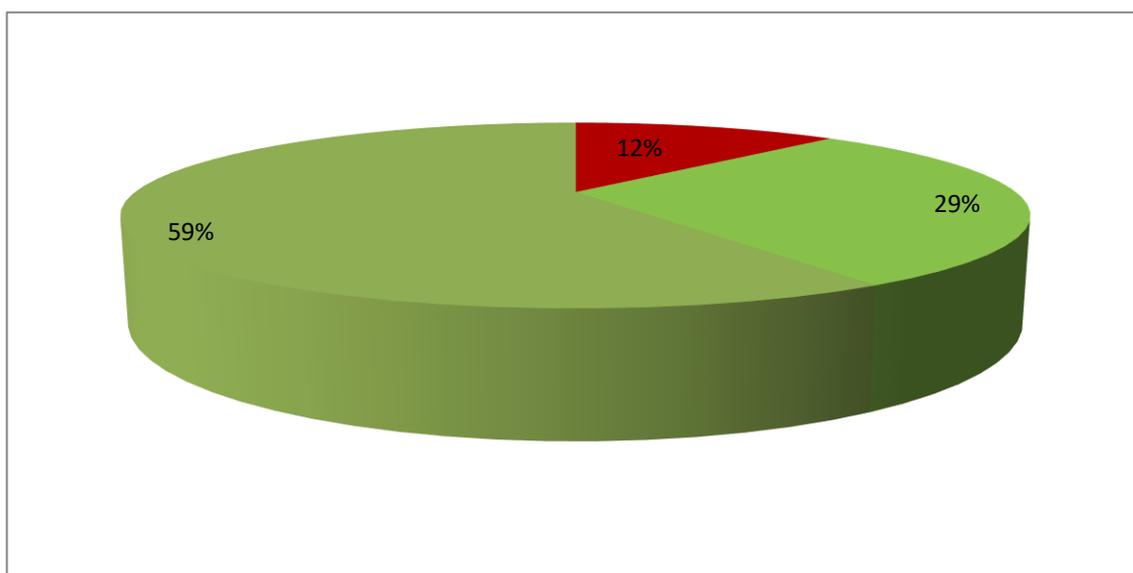


Gráfico 11.

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos el 59% de los padres de familia consideran que debería darse a conocer la existencia del producto por el medio televisivo, mientras que el 29% por radio y el 12% por el internet.,

4.1.2. ESTUDIO DE MERCADO

4.1.2.1. Presentación

Las personas residentes del Cantón de Ventanas que tienen hijos e hijas en escolaridad no conocen de la existencia de alguna microempresa dedicada a la elaboración de refrigerios nutricionales para niños, el preparar la lonchera como comúnmente se llama a los alimentos que el niño lleva a la escuela trae algunas dificultades a las madres, y quita tiempo también, determinándose como el problema.

La exigencia del mercado cada vez es más alta, y la demanda sigue creciendo año a año, tornándose en demanda insatisfecha puesto que en los bares de las escuelas solo expenden más comidas chatarras que alimento para los infantes. Por lo que se pone a consideración esta idea que puede constituirse en un emprendimiento que puede generar gran impacto.

Para realizar el diagnóstico de la oferta y la demanda, se manejó aproximadamente durante dos meses el siguiente procedimiento.

- Diseño de encuestas
- Pobladores
- Aplicación de encuesta
- Tabulación y análisis de la información

4.1.2.2. Identificación de los Productos o Servicios

Los niños y niñas necesitan de alimentos nutritivos para el buen crecimiento, lo cual puede permitir preservar y fortalecer la salud de los infantes. A menudo creen que los refrigerios es un tema tabú. Sin embargo, los bocadillos son una parte importante de una dieta saludable. Los refrigerios saludables proporcionan energía y nutrientes. Los componentes de la construcción de un

bocado saludablemente incluyen fibra, proteína, carbohidratos complejos y la cantidad adecuada de grasa; todos ayudando a proporcionar una sensación de plenitud. Las proteínas son importantes para la dieta humana para el crecimiento y desarrollo.

4.1.2.3. Característica del Producto

Tiene sentido darles refrigerio a los niños. Por lo general, los niños pequeños solo pueden contener pequeñas cantidades de alimentos a la vez y sin embargo necesitan suficientes calorías para crecer y jugar. Los refrigerios proveen calorías y algunas de ellos pueden aportar nutrición con vitaminas y minerales importantes. Los niños necesitan calorías, vitaminas y minerales para crecer y tener energía para sus actividades. Probablemente se las pasen corriendo entre sus actividades en la escuela y sus amigos; En esta propuesta los refrigerios contendrán jugos o yogurth, cereales, galletas, frutas frescas los mismos que estarán empacados en una caja de cartón con portada de dibujos animados preferidos por los niños. Que será distribuido en bares de escuelas que no tengan desayunos escolares por parte del Ministerio de Educación.

4.1.2.4. Productos Sustitutivos

Los productos que se los definirán como sustitutivos serán los productos que expenden en los bares de las escuelas, en donde no reúnen las condiciones ni los nutrientes necesarios para el buen crecimiento de los niños. Se debe tomar en cuenta las preferencias de los padres y madres de familias para la elaboración de los refrigerios objetos de estudio

4.1.2.5. Normativa Sanitaria, Técnica y Comercial

Comercializar productos entre los cuales van integrar productos frescos se debe tomar muy en cuenta las normas de higiene expedidas por las autoridades competentes. Tomando en consideración que el proyecto está

dirigido para el consumo masivo de niños., de igual manera se deberá registrar como empresa, cumpliendo todos los requisitos para que se otorgue el permiso de funcionamiento.

4.1.2.6. Mercado

El estudio de mercado tuvo como finalidad la recolección de información primaria y secundaria en lo referente al mercado meta identificación de la demanda y las relaciones de estos elementos que vinculen a las estrategias de mercadeo de las Loncheras Escolares (objetivo del proyecto). Con esta información se puede identificar y definir las amenazas y oportunidades que tiene nuestro proyecto.

Tomando en cuenta que el mercado total está compuesto por grupos de personas u organizaciones a los cuales una empresa dirige su programa de marketing

4.1.2.7. Análisis de la Demanda

Con el análisis de la encuesta que se realizó se puede definir que el Cantón Ventanas tiene un gran mercado para la venta de refrigerios nutricionales dirigidos a los niños en fase de escolaridad en la ciudad objetivo de estudio. Y considerando que no existe de una empresa dedicada a esta actividad.

4.1.2.7.1. Comportamiento Histórico de la Demanda

No se puede hacer un análisis del comportamiento histórico de la demanda puesto que ya existe carencia de datos estadísticos referentes al tema. La información de campo servirá para cuantificar la demanda que tendrá este proyecto.

4.1.2.7.2. Demanda Actual

En base a la investigación de campo se obtuvo la demanda actual.

Cuadro 13. Demanda actual

Actual	cuidad	Clientes	Consumidores
2014	ventanas	Edades de 20 a 44 años	De 3 a 7 años 14.077

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Calculo:

Cuadro 14. Demanda consumidores

Población del Cantón Ventanas	14.077
% De consumo	80%
Subtotal consumidores	11.262
%De frecuencia de consumo (diariamente)	69%
TOTAL DEMANDA	7.771

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

4.1.2.7.3. Proyección de la Demanda

Por falta de datos históricos se proyectara la demanda valiéndose del método del crecimiento exponencial, para lo cual la tasa del crecimiento del cantón Ventanas es decir. La forma que se debe aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cuadro 15. Proyección de la demanda total

	Año	Consumo Proyectado
Pp = Pb (1+i)n Año 2014 = 7.771 Pp= 7771 (1+0,02)10 Pp= 9.473	2015	7.926
	2016	8.085
	2017	8.247
	2018	8.412
	2019	8.580
	2020	8.752
	2021	8.927
	2022	9.106
	2023	9.288
	2024	9.473

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

4.1.2.8. Análisis de la Competencia

No existe competencia directa por que no existe ningún establecimiento de un local que ofrezca específicamente productos para tender la demanda de una lonchera escolar, pero existe una competencia indirecta que la componen los comisariatos, tiendas: grandes, medianas y pequeñas a las cuales se pueden denominar como lugares sustitutos.

4.1.2.8.1. Análisis de la Oferta

Microempresas dedicadas a las actividades elaboración y comercialización de refrigerios nutricionales para niños en el Cantón Ventanas no existen por lo que no se puede hacer una proyección de la oferta, existiendo un gran número de personas que entregan en bares de escuelas comidas chatarra como son papas, chifles fritos, que no tiene nada que ver con el proyecto objeto de estudio.

En cuanto al análisis de la demanda y oferta realizadas podemos determinar; Que el crecimiento de los niños en las escuelas del Cantón Ventanas es muy acelerado, como se puede verificar en los datos del último censo. Así como las madres y padres de familia necesitan de refrigerios para asegurar la buena alimentación de sus hijos y su normal crecimiento y por último se puede convertir en pionero de estos productos as por la inexistencia de microempresas dedicadas a este tipo de actividades.

4.1.2.9. Estructura del Mercado y Segmentación del Mercado

4.1.2.9.1. Estructura del Mercado

El segmento de mercado se debe definir haciendo un análisis del canal de distribución que puede funcionar para el presente proyecto, en donde se considera la demanda creciente y el entorno en el que se desarrolle las actividades comerciales.

La estructura del mercado está dada para el presente proyecto por niños, niñas sin distinción de etnias, ni situación económica que residen en el Cantón Ventanas, según los resultados de los primeros años se decidirá de implementar la estrategia de expansión y diversificación

4.1.2.9.2. Segmentación del Mercado

El mercado al cual se levantó las encuestas está considerado a personas de 25 a 44 años de edad, los mismos que son 17.653 habitantes, tienen hijos en escuelas y tienen la decisión de compra.

4.1.2.9.3. Segmentación Geográfica

El área geográfica a tender está integrada por los padres de familia de los niños en edad escolar infantil formado por una población de 14.077, pertenecientes al Cantón Ventanas.

4.1.2.9.4. Segmentación Socio Demográfica de los Consumidores

La población consumidora lo conforman los pobladores que habitan en la zona urbana y en la zona rural del Cantón Ventanas.

El segmento del área urbana llega a 9639 habitantes de Ventanas, mientras que el segmento zona rural asciende a 4438 que los conforman los consumidores de Zapotal.

4.1.2.10 Estrategias Empresarial

4.1.2.10.1 Competitividad

En cuanto a las estrategias de competitividad la empresa se centrará en realizar liderazgo total en costos, debido a que su distinción radicarán en tener los precios más bajos del mercado, mediante el acortamiento de la cadena de distribución y la compra al por mayor.

4.1.2.10.2 Crecimiento

En cuanto a las estrategias de crecimiento que tendrá la empresa es interno, pues se irá expandiendo mediante las inversiones y mejoras que se hagan a la misma para su crecimiento.

4.1.2.10.3 Competencia

Para lograr competir con los otros oferentes se va aplicar las estrategias como calidad de los productos, precios módicos, variedad y servicio de calidad.

4.1.2.10.4 Operativa

En cuanto a las estrategias operativas, se dará principal importancia al poder de negociación con los proveedores y a la satisfacción de las necesidades del cliente interno mediante constante capacitaciones y motivación al mismo.

4.1.3 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio de la ingeniería en el proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la selección del proceso de producción, instalaciones, maquinarias y equipo e insumos a utilizar en la elaboración del proyecto.

Este capítulo nos permitirá diseñar la función de producción óptima que utilice de manera eficiente los recursos disponibles además determinaremos el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad.

El estudio Técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto sino que también debe mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto.

Las decisiones que se adopten como resultados del estudio técnico determinan las necesidades de capital, y de mano de obra que tendrá que atenderse para ejecutar el proyecto y para ponerlo en operación.

El estudio técnico del proyecto se complementa con la vinculación entre el estudio de mercado y la capacidad instalada que la empresa debe cumplir para poder satisfacer la demanda.

4.1.3.1 Localización del Proyecto

Existe una gran cantidad de factores que pueden influenciar las decisiones de localización de un centro de comercial, variando su importancia, en función de sus circunstancias y el objetivo principal de este punto es determinar el lugar adecuado donde se instalara la planta. Por ello, la determinación de factores que sobresalen para la localización del proyecto son:

4.1.3.1.1 Macrolocalización

La macro localización del proyecto será:

Continente : Americano
País : Ecuador
Provincia : Los Ríos
Cantón : Ventanas
Parroquia : Zapotal

El proyecto se ubicara en la Provincia de los Ríos, cantón Ventanas, parroquia zapotal, constituyéndose el mercado principal que se desea alcanzar por el momento.

4.1.3.1.2 Microlocalización

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. Los criterios que se han seleccionado para elegir al cantón como el lugar más conveniente fueron:

Mercado.- Es decir que exista una demanda insatisfecha sobre este tipo de producto y servicio; además de que exista la aceptación del mismo.

Proveedores.- Es decir que existan la vías de acceso para que los proveedores puedan ingresar.

Espacio físico.- Es decir que existe el lugar, para el establecimiento del proyecto.

Abastecimiento de servicios básicos.- El local se ubicara en un lugar que tiene acceso al alumbrado eléctrico, alcantarillado, servicio telefónico, es decir que el local en óptimas condiciones. Este es un aspecto importante ya que la permitirá a la empresa que inicie sus actividades sin ningún tipo de problema.

Permisos Municipales.-. Corresponde al marco jurídico del proceso de legalización de la empresa, el cual es una serie de tramite a desarrollarse en la Superintendencia de Compañías, Gobierno Seccional, Policía y Bomberos, Ministerios de salud, con el de obtener todos los permisos necesarios para el debido funcionamiento.

Por lo que se determinó que existe un marco jurídico favorable para el funcionamiento del proyecto lo que es de buena ayuda para las operaciones que se pretende realizar dentro de sí mismo.

Competencia.- Haciendo referencia a que no existan competidores que estén dentro del sector.

Concurrencia: Debido a que el centro comercial se encuentra en la vía, esto permitirá que se asistan consumidores de diferentes lugares.

Este proyecto estará ubicado en el centro del Cantón Ventanas en las calles Sucre y Luis Florencia, lugar considerado un punto estratégico en consideración a los criterios analizados y además por la alta concurrencia de los padres de familia.

4.1.3.2 Ingeniería del Proyecto

El objetivo del estudio de ingeniería es identificar cuáles son los procesos que se llevarán a cabo en el manejo del centro comercial, así también los insumos, equipos, tecnología y maquinarias que permitirán desarrollar la inversión.

4.1.3.2.1 Diseño Arquitectónico

El diseño arquitectónico del proyecto se lo presenta de la siguiente manera

4.1.3.2.1.1 Área de Materia Prima.

- **Recepción y control de materia prima**

El proceso comienza con la recepción de la materia prima, la planta no deberá aceptar ninguna materia prima si sabe que contiene sustancias descompuestas, tóxicas o extrañas, que no puedan ser eliminadas en medida aceptable por medio de los procedimientos normales de clasificación o preparación utilizados por la planta.

- **Selección e inspección de materia prima**

Las materias primas antes de ser introducidas en el proceso de elaboración, deberán someterse a inspección, clasificación o selección, según las necesidades, para eliminar las materias inadecuadas. Tales operaciones deberán realizarse en condiciones sanitarias y de limpieza.

- **Lavado**

Las materias primas deberán lavarse según sea necesario para separar la tierra o cualquier otra contaminación. El agua que se haya utilizado para estas operaciones no deberá recircularse, a menos que se haya tratado adecuadamente para mantenerla en unas condiciones que no constituyan

peligro alguno para la salud pública .El agua empleada para las operaciones de lavado, enjuagado deberá ser de calidad potable.

- **Pelado**

Implica en extraer las capas superficiales del tubérculo, tradicionalmente se lo realizara a mano, utilizando guantes para manipular los alimentos se mantendrán en perfectas condiciones de higiene.

En las zonas donde se manipulen los alimentos estará prohibido escupir, comer y el uso del tabaco y masticar chicle.

- **Cortado**

Las frutas, remolacha y zanahoria blanca pasan a gran velocidad por una trama de cuchillas para ser cortadas en forma de chifle de 5ml de grosor, los cuales serán colocadas en bandejas plásticas para continuar con el proceso.

4.1.3.2.1.2 Área de Empacado

El empacado deberá efectuarse en condiciones tales que impidan la contaminación del producto, deberán tener un contenido de humedad tal que puedan conservarse en las localidades de origen.

4.1.3.2.1.3 Área de Bodegas de Producto Terminados y Despacho.

La bodega es el espacio donde guardar los materiales o productos terminados, conservándolos en condiciones óptimas para su utilización o distribución a su destino final, el cliente. Para cumplir con este objeto las actividades dentro de la bodega actualmente se resumen en:

- Recepción de producto terminado.
- Estiba de producto terminado.

- Inspección.
- Ubicación.
- Manipulación.
- Despacho de productos terminados.
- Distribución al cliente.
- Control de inventario.
- Mantenimiento de almacén.

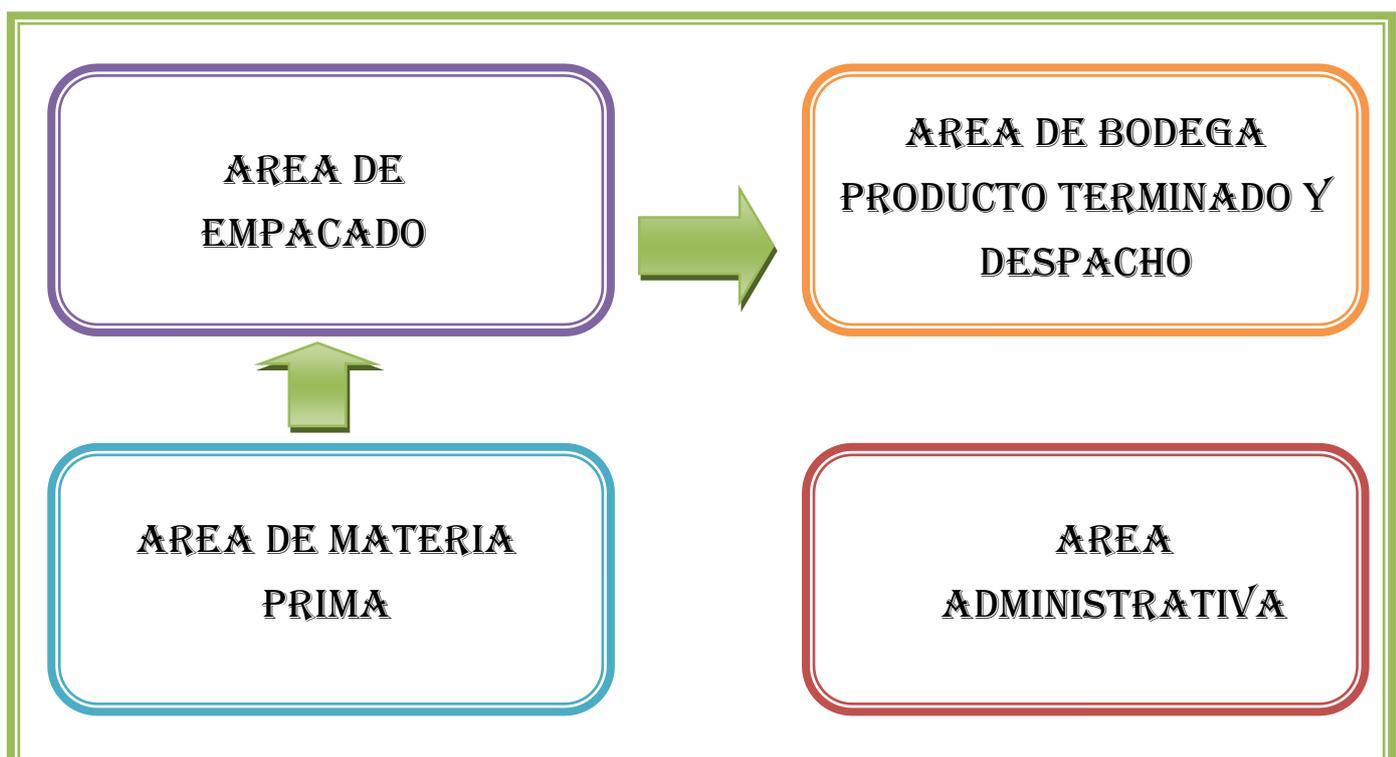
4.1.3.2.1.4 Área administrativa

Encargada de definir los objetivos, estrategias y planes para integrar y coordinar las actividades para cumplir con este objeto las actividades se resumen en:

- Impulsar el desarrollo del proyecto
- Velar por el cumplimiento de las metas y objetivos,
- Trabajar en conjunto con todas las áreas.

De esta área depende el crecimiento del proyecto.

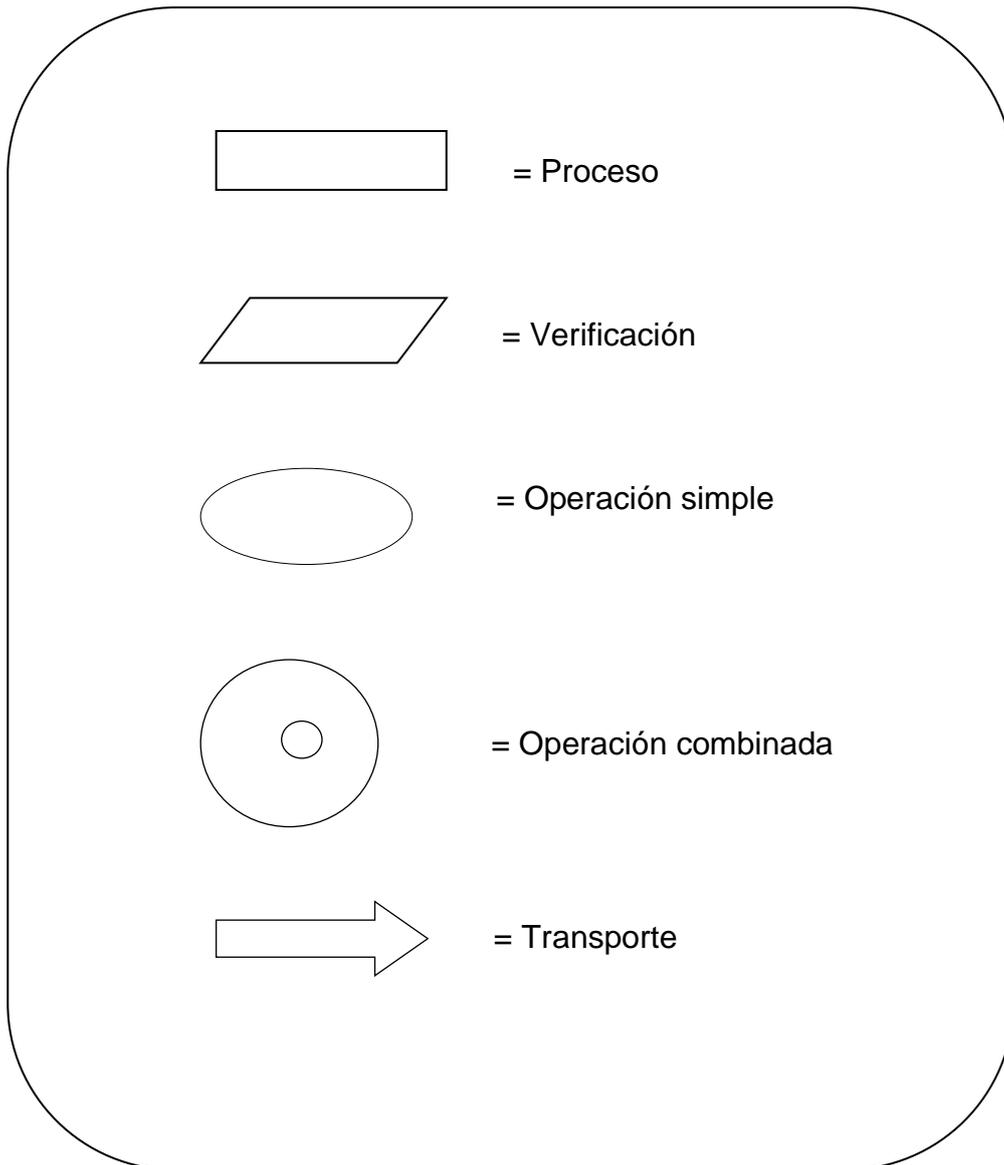
4.1.3.2.2 Distribución Física por Área de la Microempresa



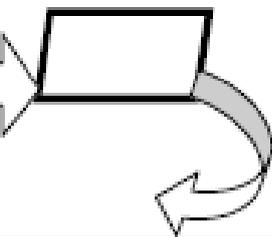
4.1.3.2.3 Flujograma de Proceso

El proceso para la puesta en marcha del presente proyecto se presentará a continuación mediante los siguientes flujogramas.

SIMBOLOGÍA



4.1.3.2.4 Flujograma de Proceso de Producción

Inicio del proceso		Inicio
Proceso		Recepción de materia prima
Operación Combinada		Escoger, lavar frutas.
Operación Combinada		Empacar fruta, yogurt o jugo, gomitas, y galletas.
Verificación		Control calidad
Operación		Despacho de loncheritas
Transporte		Distribución
Fin de proceso		Fin

4.1.3.3 Presupuesto Técnico

Cuadro 16. Maquinarias y Equipos

Cantidad	Maquinarias	Características	Valor Total
1	Selladora	Plancha térmica de teflón	120,00
2	Mesa de Trabajo	Acero inoxidable 2.34m*1.10m	160,00
1	Estantería metálica	5 bandejas regulables 2m*1.14m	115,00
3	Juego de cuchillos	14 cuchillos de acero inoxidable	45,00
5	Gavetas industriales	Gaveta agrícola (54*36*18)cms	30,00
5	Gavetas plásticas	Gaveta para almacenaje	100,00
1	Congelador	Congelador acero inoxidable 185*180	1.071,12
4	Recipiente metálico	Aluminio extra resistente 40 litros.	80,00
2	Cilindro de gas	Tanque de 3 kilos	100,00
1	Purificador de agua		160,00
TOTAL			1981,12

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Cuadro 17. Muebles-Enseres

Cantidad	Muebles y enseres	Valor Total
1	Escritorio marca ATU	140,00
1	Silla giratoria marca ATU	65,00
6	Sillas platicas marca PICA	48,00
1	Mostrados (vitrina)	300,00
1	Teléfono Panasonic	60,00
1	Archivador	140,00
TOTAL		753,00

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Cuadro 18. Equipos de Computación

Cantidad	Equipo de Computación	Valor Total
1	Computador marca LG	720,00
1	Impresora marca Canon 190	120,00
TOTAL		840,00

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Cuadro 19. Vehiculó

Cantidad	Vehiculó	Valor Total
1	Moto Suzuki	900,00

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

Cuadro 20. Inversión Diferida

Ruc	8,00
Permiso de funcionamiento	28,00
Permiso de sanidad	25,00
Permiso de Bomberos	20,00
Patente Municipal	45,00
TOTAL	126,00

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

Cuadro 21. Presupuesto de Materia Prima

Productos	Cantidad diaria	Precio	USD mensual	USD Anual
Carbohidratos			1980	23760
Energéticos	100	0.25	750	9000
Cereales	100	0.15	450	5400
Tubérculos y plátanos	100	0.13	390	4680
Azucares dulces	100	0.13	390	4680
Vitaminas y minerales			1500	18000
Frutas	100	0.25	750	9000
Verduras	100	0.25	750	9000
Proteínas			1200	14400
Leche	100	0.20	600	7200
Queso	50	0.20	300	3600
Yogurt	50	0.20	300	3600
Total			7380	56160

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autor

Cuadro 22. Gatos General

Pago Arriendo	150,00
Publicidad	60,00
Movilización	40,00
Suministro de Oficina	30,00
Energía eléctrica	30,00
Agua Potable	10,00
Teléfono	20,00
TOTAL	340,00

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

Cuadro 23. Presupuesto de Mano de Obra

DENOMINACION DEL PUESTO	No.	SUELDO
Gerente	1	500
Contador	1	380
Empacador	1	340
TOTAL	3	1220

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

4.1.3.4 La Empresa y su Organización

4.1.3.4.1 Estructura Estratégica

4.1.3.4.1.1 Nombre de la Empresa

“LONCHERITA KIDS”

4.1.3.4.1.2 Misión

Dotar a los niños y niñas de la Cantón Ventanas una opción de refrigerios con los nutrientes necesarios para apoyar su crecimiento y desarrollo, productos que regeneren la energía que pierden por causa de las múltiples actividades diarias.

4.1.3.4.1.3 Visión

En los próximos tres años se convertirá en la empresa líder en la elaboración y distribución de refrigerios nutricionales para niños y niñas de la ciudad de Ibarra, apoyando a la seguridad alimentaria, trabajando con responsabilidad social, y preservado el ambiente

4.1.3.4.1.4 Objetivos Empresariales

- Satisfacer a los clientes completamente en la prestación de nuestros servicios.

- Incrementar el número de clientes en un tiempo determinado pensando siempre en dar a conocer nuestra empresa a nivel nacional.
- Buscar el crecimiento constante en el tiempo que llevara a la empresa darse a conocer.

4.1.3.4.1.5 Políticas

➤ Principios

- Generación de conocimientos
- Enfoque basado en procesos
- Prestigio comercial.
- Mejora continua en los procesos
- Desarrollo empresarial
- Cultura organizacional
- Productos y servicios de calidad

➤ Valores

Disciplina.- Nos caracterizaremos por ser puntuales en nuestras obligaciones, con nuestra gente, exactos en todos nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros consumidores.

Responsabilidad.- Asumimos la responsabilidad de sacar adelante a nuestra empresa y responder ante cualquier problema que se presente en la misma.

Confianza y Lealtad.- Respetar, apoyar y estimular al personal, dándole capacitación, autoridad y responsabilidad, para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.

Innovación.- Somos una empresa buscando innovación y transformación de procesos instalaciones y servicios.

Deber.- La obligatoriedad de satisfacer a los productores, comerciantes y clientes para cumplir con sus expectativas mediante la presentación de un excelente servicio es tomado como principio fundamental.

4.1.3.4.2 Estructura Organizativa

4.1.3.4.2.1 Organigrama Organizacional

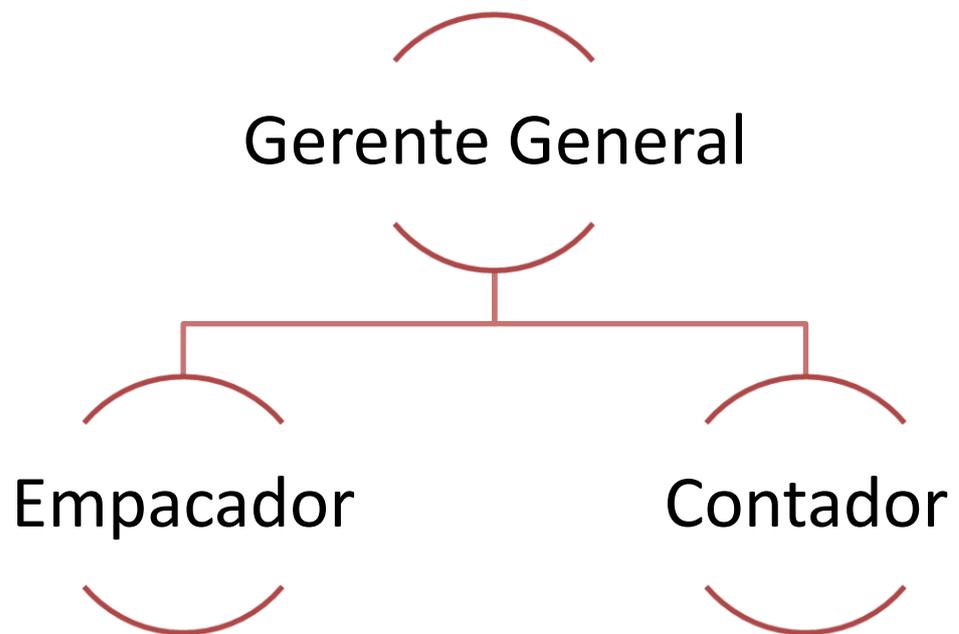


Figura 1. Organigrama organizacional
Elaborado por: La Autora

4.1.3.4.2.2 Orgánico Funcional

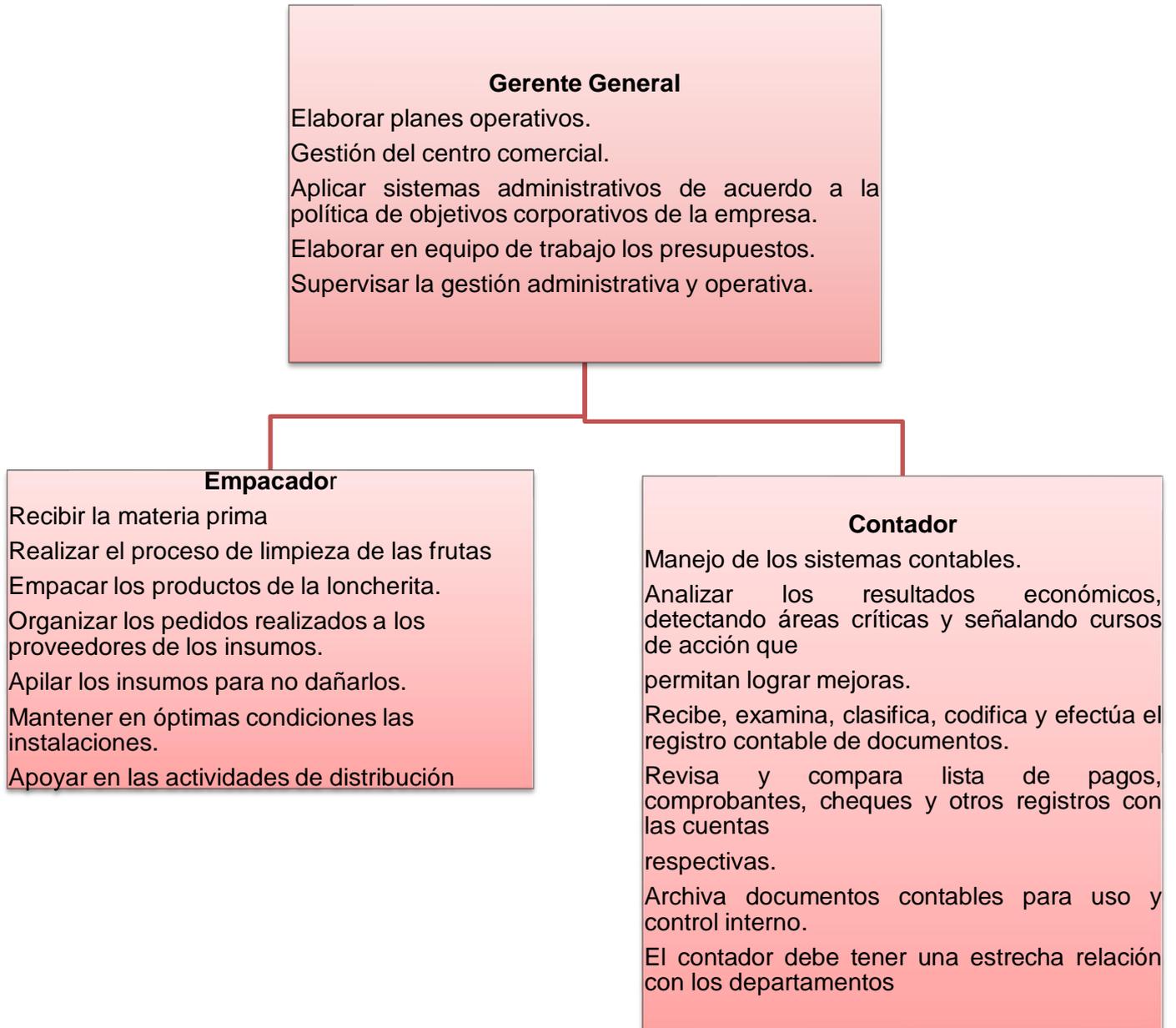


Figura 2. Orgánico Funcional
Elaborado por: La Autora

4.1.3 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

4.1.3.1 INVERSIONES FIJAS

Cuadro 24. Inversiones Fijas. Año 2014

BIENES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			1981,12
Selladora	1	120	120
Mesa de Trabajo	2	80	160
Estantería metálica	1	115	115
Juego de cuchillos	3	15	45
Gavetas industriales	5	6	30
Gavetas plásticas	5	20	100
Congelador	1	1071	1071
Recipiente metálico	4	20	80
Cilindro de gas	2	50	100
Purificador de agua	1	160	160
MUEBLES Y ENSERES			753
Escritorio marca ATU	1	140	140
Silla giratoria marca ATU	1	65	65
Sillas plásticas marca PICA	6	8	48
Mostrados (vitrina)	1	300	300
Teléfono Panasonic	1	60	60
Archivador	1	140	140
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			840
Computador marca LG	1	720	720
Impresora marca Canon 190	1	120	120
VEHÍCULO			900
Moto Suzuki	1	900	900
SUBTOTAL			3634
Imprevistos (3%)			109
TOTAL INVERSIÓN FIJA			3743

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

4.1.3.2 INVERSIONES DIFERIDAS

Cuadro 25. Inversión Diferida. Año 2014

DESCRIPCIÓN	TOTAL
RUC	8
Permiso de funcionamiento	28
Permiso de sanidad	25
Permiso de Bomberos	20
Patente Municipal	45
SUBTOTAL	126
Imprevistos (3%)	4
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	130

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

4.1.3.3 CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro 26. Capital de trabajo. Año 2014

DESCRIPCIÓN	MESES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
REMUNERACIONES			1661
Gerente	1	681	681
Contador	1	517	517
Empacador	1	463	463
MATERIAS PRIMAS			4680
Carbohidratos	1	1980	1980
Vitaminas y minerales	1	1500	1500
Proteínas	1	1200	1200
SERVICIOS BÁSICOS			60
Energía eléctrica	1	30	30
Agua potable	1	10	10
Teléfono	1	20	20
SUMINISTROS DE OFICINA			30
Lápices, lapiceros, marcadores, etc.	1	30	30
OTROS			190
Pago de arrendamiento	1	150	150
Movilización	1	40	40
PLAN DE PUBLICIDAD			5
Radio y prensa	1	5	5
SUBTOTAL			6626
Imprevistos (3%)			199
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			6825

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

La inversión total para implementar el proyecto para el establecimiento de las loncheras escolares para edad infantil en el cantón Ventanas asciende a USD 10.698,00. Al respecto obsérvese el resumen de las inversiones

Cuadro 27. Inversiones Fija Total. Año 2014

DESCRIPCIÓN	TOTAL
FIJAS	3743
INVERSIÓN DIFERIDA	130
CAPITAL DE TRABAJO	6825
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	10698

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

El financiamiento del proyecto se realizará a través del aporte de los socios del establecimiento de loncheras escolares para edad infantil, quienes invertirán pensando en el retorno del capital en el menor plazo posible.

Cuadro 28. Fuente y Formas de Financiamiento. Año 2014

DESCRIPCIÓN	%	TOTAL
CAPITAL PROPIO	50%	5349
Autora de la investigación	2,5%	267
Accionistas (9)	47,5%	5081
CRÉDITO SECTOR FINANCIERO	50%	5349
Autora de la investigación	2,5%	5349
Accionistas (9)	47,5%	5081
TOTAL FINANCIAMIENTO	100%	10698

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

Se prevé que el 100% de la financiación, estará estructurada de la siguiente manera: El 5% correrá por cuenta del accionista quien aportará con el 2.5% de su capital y el 2.5% restante provendrá de un crédito a la banca local.

Los nueve accionistas restantes, aportarán con el 95% de la inversión.

4.1.3.4 INGRESOS

Se estima que los ingresos por productos representarán el 60% de utilidad sobre las compras de cada producto.

Cuadro 29. Ingresos del Proyecto. Año 2015-2024

CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL				
	2015 = 1	2016 = 2	2017 = 3	2018-23= 4-9	2024 = 10
VENTA DE PRODUCTOS	89856	89856	89856	89856	89856
Carbohidratos	38016	38016	38016	38016	38016
Vitaminas y minerales	28800	28800	28800	28800	28800
Proteínas	23040	23040	23040	23040	23040
VALOR RESIDUAL					447
TOTAL INGRESO ANUAL	89856	89856	89856	89856	90303

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

El valor residual o de salvamento se lo puede encontrar en el anexo 3. Este ha sido obtenido deduciendo a los valores históricos de los bienes adquiridos, la depreciación.

4.1.3.5 EGRESOS DEL PROYECTO

Los egresos de este proyecto están integrados por las remuneraciones, materia prima, servicios básicos, suministros de oficina, publicidad, entre otros.

El rubro de las remuneraciones absorbe la mayor cantidad de recursos del total de los egresos, seguido de la materia prima.

Cuadro 30. Egresos del Proyecto. Año 2015-2024

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	EGRESOS ANUALES				
			2015 = 1	2016 = 2	2017 = 3	2018-23= 4-9	2024 = 10
REMUNERACIONES		1061	19932	19932	19932	19932	19932
Gerente	1	681	8169	8169	8169	8169	8169
Contador	1	517	6208	6208	6208	6208	6208
Empacador	1	463	5555	5555	5555	5555	5555
MATERIAS PRIMAS			56160	56160	56160	56160	56160
Carbohidratos	12	1980	23760	23760	23760	23760	23760
Vitaminas y minerales	12	1500	18000	18000	18000	18000	18000
Proteínas	12	1200	14400	14400	14400	14400	14400
SERVICIOS BÁSICOS			720	720	720	720	720
Energía eléctrica	12	30	360	360	360	360	360
Agua potable	12	10	120	120	120	120	120
Teléfono	12	20	240	240	240	240	240
SUMINISTROS DE OFICINA			360	360	360	360	360
Lápices, lapiceros, marcadores, etc.	12	30	360	360	360	360	360
OTROS			2280	2280	2280	2280	2280
Pago de arrendamiento	12	150	1800	1800	1800	1800	1800
Movilización	12	40	480	480	480	480	480
PLAN DE PUBLICIDAD			60	60	60	60	60
Radio y prensa	12		60	60	60	60	60
SUBTOTAL			79512	79512	79512	79512	79512
Imprevistos (3%)			2385	2385	2385	2385	2385
TOTAL EGRESOS ANUALES			81897	81897	81897	81897	81897

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

4.1.3.6 FLUJO DE EFECTIVO NETO DEL PROYECTO

Cuadro 31. Egresos del Proyecto. Año 2015-2024

RUBROS	AÑOS					
	2014 = 0	2015 = 1	2016 = 2	2017 = 3	2018-23= 4-9	2024 = 10
INGRESOS						
VENTA DE PRODUCTOS		89856	89856	89856	89856	89856
VALOR RESIDUAL						447
INGRESOS ANUALES	0	89856	89856	89856	89856	90303
EGRESOS						
INVERSIONES	10698					
EGRESOS DEL PROYECTO		81897	81897	81897	81897	81897
EGRESOS ANUALES	10698	81897	81897	81897	81897	81897
FLUJO NETO DE CAJA	-10698	7959	7959	7959	7959	8406

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

4.1.3.7 EVOLUCIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

La evaluación de esta inversión se la realizará en un período de diez años y requerirá la obtención de la tasa mínima atractiva de rendimiento, como requisito para alcanzar los resultados del Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Razón Beneficio Costo (Rb/c).

CÁLCULO DE LA TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO

Formula de aplicación:

i_n = Tasa de interés normal

i_r = Tasa de interés real (in-f) $TMAR = i + f + if$

f = Tasa de inflación

Datos obtenidos del mercado:

i = 15,20% tasa nominal – 3% tasa de inflación = 12,20% tasa de interés real

f = 3% tasa de inflación promedio anual del año 2013

Dónde:

$$i = 15.20\%$$

$$f = 3\%$$

$$ir = 12.2\%$$

Remplazando, se tiene:

$$TMAR = 0.122 + 0.03 + (0.03 \times 0.122)$$

$$TMAR = 15.57\%$$

➤ **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Fórmula para la aplicación:

$$VAN = \frac{\sum_{I=1}^M FEN}{(1+i)^n}$$

Desarrollo:

$$VAN = -10698 + 7959 \left[\frac{(1.1557)^9 - 1}{0.1557(1.1557)^9} \right] + \left[\frac{8406}{(1.1557)^{10}} \right]$$

$$VAN = + 28498.76$$

Proyecto aceptable, pues el VAN es positivo

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Fórmula para la aplicación:

$$TIR = TIR_1 + \left[\frac{VAN_1 \times TIR_{(\Delta=2-1)}}{VAN_{(\Delta=1-2)}} \right]$$

Dónde:

TIR = Tasa interna de retorno

TIR₁ = Tasa interna de retorno que genera un VAN negativo

TIR₂ = Tasa interna de retorno que genera un VAN positivo

TIR_(Δ=2-1) = Variación porcentual de la TIR, diferencia entre 0.5% y 1%

VAN₁ = Valor actual neto negativo con TIR₁

VAN₂ = Valor actual neto positivo con TIR₂

VAN_(Δ=1-2) = Diferencia monetaria entre el VAN₁ y el VAN₂

$$TIR_1 = 74\%$$

$$VAN = -10698 + 7959 \left[\frac{(1.74)^9 - 1}{0.74(1.74)^9} \right] + \left[\frac{8406}{(1.74)^{10}} \right]$$

$$VAN_1 = + 16.88$$

$$TIR_2 = 74.5\%$$

$$VAN = -10698 + 7959 \left[\frac{(1.745)^9 - 1}{0.745(1.745)^9} \right] + \left[\frac{8406}{(1.745)^{10}} \right]$$

$$VAN_2 = - 53.88$$

$$TIR = 0.74 + \left[\frac{16.88 \times (0.745 - 0.74)}{16.88 - (-53.88)} \right]$$

$$TIR = 74.12\%.$$

El proyecto es factible, debido a que supera la tasa mínima atractiva de rendimiento que es del 15.57%

➤ RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Fórmula para la aplicación:

$$R_{b/c} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{Yt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

Desarrollo:

$$R_{\frac{b}{c}} = \frac{89856 \left[\frac{(1.1557)^9 - 1}{0.1557(1.1557)^9} \right] + \left[\frac{90303}{(1.1557)^{10}} \right]}{10698 + 81897 \left[\frac{(1.082^9 - 1)}{0.082(1.082^9)} \right]}$$

$$R_{b/c} = 1.07$$

El indicador señala que el proyecto es confiables es superior a la unidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Fórmula:

$$PRI_{(TD)} = T_1 + \left(\frac{FNC_{AA(T1)}}{FNC_{AA(T1)} + FNC_{AA(T2)}} \right)$$

Dónde:

PRI = Período de recuperación de la inversión

TD = Tasa de descuento

T₁ = Año próximo a recuperar la inversión

FNC_{AA (T1)} = Flujo neto de caja actualizado acumulado próximo al año de recuperación de la inversión, menos negativo, conocido como T₁

FNC_{AA (T2)} = Flujo neto de caja actualizado acumulado localizado en el año de recuperación de la inversión, conocido como T₂

Cuadro 32. Flujos de acumulados para obtención del período de recuperación de la inversión

AÑOS	VAN	FN_{AA}	TIEMPOS
0	-10698	-10698	
1	7958.77	-2738.92	T1
2	7958.77	5219.85	T2
3	7958.77	13178.62	
4	7958.77	21137.39	
5	7958.77	29096.17	
6	7958.77	37054.94	
7	7958.77	45013.71	
8	7958.77	52972.48	
9	7958.77	60931.25	
10	8406.18	69337.44	

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

$$PRI_{(TD)} = 1 + \left(\frac{2738.92}{2738.92 + 5219.85} \right)$$

PRI = 1 año, 8 meses

Proyecto conveniente, se recupera en poco tiempo

4.1.3.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ventas que permite cubrir los costos, tanto fijos como variables. Dicho de otra forma, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, su beneficio es igual a cero.

El punto de equilibrio determina el momento en el que las ventas cubren exactamente los costos, entonces, un aumento en el nivel de ventas por encima del nivel del punto de equilibrio, dará como resultado algún tipo de beneficio positivo. Y así, una disminución ocasionará pérdidas.

Este cálculo es útil, al comienzo, para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión. Una vez en marcha el

emprendimiento, se podrá saber si el nivel de ventas alcanza para cubrir costos, y de no ser así, se deberá realizar cualquier modificación que sea conveniente.

Cuadro 33. Punto de equilibrio del proyecto. Año 2015

COSTOS	Dólares Año 2015		Total
	Fijos	Variables	
Depreciación			
Maquinarias y Equipos	178		178
Muebles y Enseres	68		68
Equipos de Computación	151		151
Vehículos	162		162
Remuneraciones	19932		19932
Servicios básicos	720		720
Suministros de oficina	360		360
Materias Primas		56160	
Otros	2280		2280
Plan de publicidad	60		60
TOTAL	23911	56160	80071
Unidades producidas (locales comerciales)		292000	292000
Costo variable unitario		0.192	0.1920
Precio de venta		0.25	0.25
Punto de Equilibrio en cantidades			412261
Punto de Equilibrio en Dólares			79290

Fuente investigación de campo

Elaboración: Autora

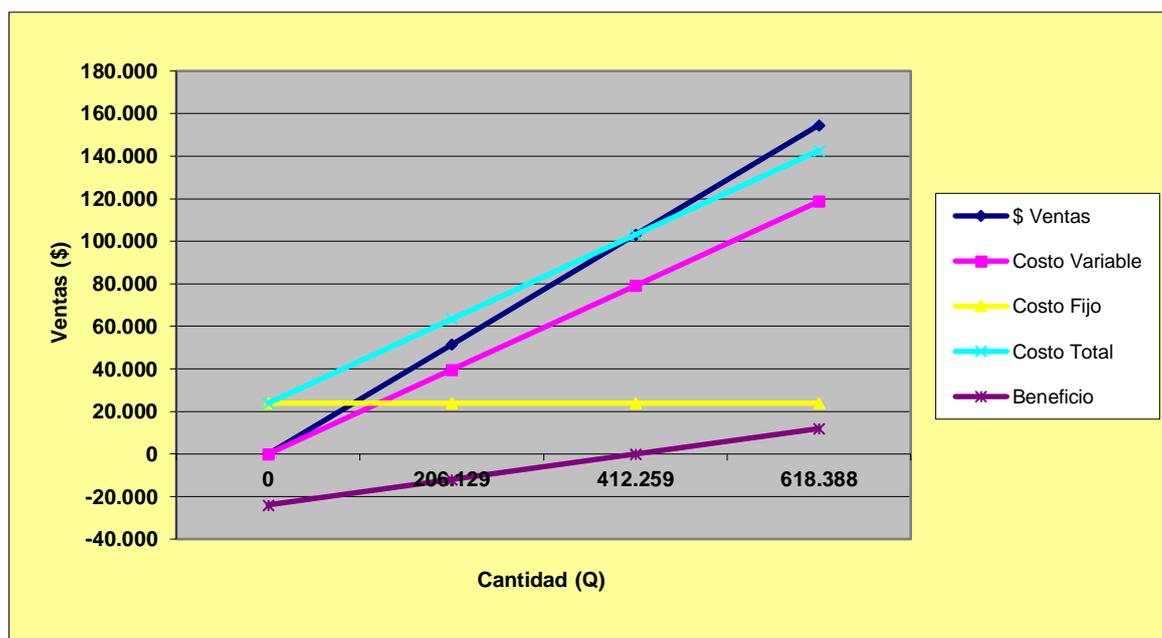


Gráfico 12. Punto de equilibrio. Año 2015

4.1.3.9 CONTRIBUCION DEL PROYECTO A LA SOCIEDAD

Esta investigación es altamente importante para la sociedad de la parroquia Zapotal, puesto que generará 3 plazas de empleo, representado por la cantidad de USD 19.932,00 durante toda la vida del proyecto.

Las materias primas que se consumirán serán de procedencia estrictamente nacional, contribuyendo con la riqueza y el crecimiento económico y financiero de las empresas del cantón Ventanas

Cuadro 34. Importancia económica de la investigación. Años 2014-2024

CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL	CONTRIBUCIÓN					
		2014 = 0	2015 = 1	2016 = 2	2017 = 3	2018-23 = 4-9	2024 = 10
EMPLEO GENERADO	3	3	3	3	3	3	3
Monto total generado por empleo	19932	1661	19932	19932	19932	19932	19932
INVERSIÓN POR EMPLEO GENERADO	6644	554	6644	6644	6644	6644	6644
Valor materias primas e insumos origen nacional		4680	56160	56160	56160	56160	56160
Valor plan de comunicaciones		5	60	60	60	60	60
Valor equipos y muebles oficina origen nacional		220	2640	2640	2640	2640	2640
TOTAL		6566	78792	78792	78792	78792	78792

Fuente investigación de campo
Elaboración: Autora

4.1.4 ANALISIS DE IMPACTO

El acápite de evaluación de impactos tiene como objetivo identificar los impactos positivos y negativos que puede generar en el Proyecto en su etapa de operatividad para su evaluación se utilizó los siguientes parámetros.

4.1.4.1 Herramienta de Valoración de Impactos

A continuación se presenta una matriz que permite valorar los impactos en aspectos cuantitativos y cualitativos, la matriz señala una valoración 0 a 5, que califica de a los siguientes criterios:

Cuadro 35. Valoración de Impactos

VALORACION CUALITATIVA	VALORACION CUANTITATIVA
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Fuente: Investigación campo

Elaboración: Autora

NIVEL DE IMPACTO= Sumatoria de calificación / Número de indicadores

4.1.4.2 Impacto Económico

Cuadro 36 de Matriz Económica

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO											TOTAL
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Creación de fuente de trabajo										x		4
Mejoramiento de											x	5

la economía familiar												
TOTAL										4	5	9

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Nivel de impacto=9/2= 4,5 = equivalente a 5 impacto positivo muy alto

Análisis.- Con la creación de la microempresa dedicada a la elaboración de loncheras nutricionales potencializara a la cadena productiva del mismo, en forma directa a los consumidores, y a los proveedores en segundo plano. Si se mejora las condiciones económicas de personas que trabajan en el proyecto tendrá incidencia en la economía local mejorando la capacidad adquisitiva de las personas.

4.1.4.3 Impacto Social

Cuadro 37. Matriz Social

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO											TOTAL
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Calidad de vida de los niños											X	5
Calidad alimenticia										X		4
TOTAL										4	5	9

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Nivel de impacto=9/2= 4,5 = equivalente a 5 impacto positivo muy alto

Análisis.- El tener una lonchera escolar saludable será predominante para tener una mejora sustancial de la calidad de vida de los infantes. Con el establecimiento del presente proyecto, puede asegurar de mayor manera el crecimiento sano de infantes que pueden consumirse en consumidores potenciales.

4.1.4.4 Impacto Empresarial

Cuadro 38. Matriz Empresarial

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO											TOTAL
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Emprendimiento											X	5
Cobertura del servicio									x			3
TOTAL									3		5	8

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Nivel de impacto= $8/2= 2,67$ = equivalente a 3 impacto positivo medio

Análisis.- La falta de fuente de empleo en el país se debe analizar para tener clara para no correr con riesgo de fracaso de los emprendimientos. Diseñar los mejores canales de distribución para el proyecto permitirá a corto plazo convertirse en líderes proveedores loncheras escolar para niños y niñas que está en educación básica,

4.1.4.5 Impacto Ambiental

Cuadro 39. Matriz Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO											TOTAL
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Contaminación auditiva											x	5
Manejo de desechos solidos							x					1
TOTAL							1				5	6

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Nivel de impacto= $6/2= 3$ = equivalente a 3 impacto positivo medio

Análisis.- Se maneja con responsabilidad la clasificación de los desechos sólidos puesto que el presente proyecto maniobrará con compromiso ambiental.

4.1.4.6 Resumen de Matriz de Impacto

Cuadro 40. Matriz de Impacto General

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO											TOTAL
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Económico											x	5
Social											x	5
Empresarial									x			3
Ambiental									x			3
TOTAL									6		10	16

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Nivel de impacto= $16/4= 4$ impacto positivo alto

El proyecto tiene un impacto positivo alto y un impacto bajo negativo, lo genera que el proyecto brindará beneficios positivos antes que negativos, generando la viabilidad del proyecto.

4.2 Discusión

Este es un estudio de campo realizado, realizado por la investigadora donde una muestra de 374 padres de familia, fueron examinados acorde al tipo de alimentación que llevan sus hijos en la lonchera escolar. Hay ciertos aspectos de este trabajo que comparados con otros estudios deben ponerse a consideración para identificar y valorar la validez de los hallazgos encontrados.

La población del grupo de estudio fue de 14077 en edades comprendidas entre 3-7, se decidió a realizar esta investigación en la ciudad de Ventanas comprendiendo la zona urbana y rural, por la confiabilidad de control de los niños por parte de sus padres de familia que colaboraron contestando el cuestionario de la encuesta.

En cuanto a los alimentos contenidos en loncheras escolares los resultados estadísticos demuestran que algo más que la mitad de los (52%) tienen en sus lonchera al menos un alimento con azúcar escondidos en bebidas, y un considerable 42,9% tienen alimentos con lactosa. Esto se compra con forma física de los carbohidratos (líquida y sólida), que es uno de los factores dietéticos capaces de disminuir o promover el desarrollo de caries según Palmer (2001). Sin embargo, Harris (2001) Indica que la ingestión lenta y entre comidas de bebidas gasificadas endulzadas incrementa el riesgo de caries.

Olaya (2002) manifiesta que una buena alimentación con excesivo contenido de azúcares refinados y harinas contribuye a acidificar el pH bucal, pero al mismo tiempo, la saliva juega un papel esencial ya que otros elementos como calcio y fluor que ayudan a remineralizar los dientes y mantener su esmalte.

El estudio de factibilidad para la creación microempresa, productora y distribuidora de Loncheras Escolares a base de snack naturales y frutos Deshidratados, ubicada en la parroquia de Alóag, cantón Mejía Año 2010, se concluyó :

Estudio de Mercado, establece la existencia de una Demanda Insatisfecha, por tanto se observa que existe una viabilidad de mercado, del análisis económico efectuado, arrojó resultados como un Valor Actual Neto positivo de 73.038 dólares, adicionalmente la tasa interna de retorno obtenida fue de 25,11%, el mismo que al ser superior al 6,35% ponderado como costo de oportunidad del capital lo hacen viable.

Estas cifras demuestran la rentabilidad, viabilidad y factibilidad del proyecto productivo desde el punto de vista financiero.

Los indicadores financieros del presente proyecto, se describen en el siguiente orden: VAN USD + 28498,76, TIR 74% y R b/c 1.07, corroborando la viabilidad de esta inversión.

Con el resultado de las encuestas realizadas, del estudio de mercado y del estudio económico financiero se pudo constatar que las hipótesis del proyecto general como específica establecidas sobre el diagnóstico del estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos de lonchera escolar para edad infantil del cantón Ventanas, denotan que las hipótesis son aceptadas, con lo que se demuestra la importancia económica, financiera y social del proyecto.

La contribución social de este proyecto radica en las posibilidades de generar la elaboración y comercialización de refrigerios nutricionales para los padres de familias de los niños y niñas de educación básica a fin de mejorar sustancialmente la calidad de vida de los infantes.

El proyecto tiene un impacto positivo alto permitiendo mejorar la calidad de vida de los involucrados, el alcance de los objetivos se facilitará con el liderazgo de las personas con sentido de responsabilidad ética y comprometida con el desarrollo empresarial con el fin de satisfacer a la demanda potencial existente.

Finalmente en este trabajo de investigación se encontraron resultados que muestran que menos de la cuarta parte (36%) no tienen alimentos grasos y

proteico, demos tomar en cuenta que la grasa parecen reducir la cariogenicidad de los alimentos a través de una barra protectora en el esmalte, o rodeando y aislando los carbohidratos, tomándolos menos disponibles, lo que facilita y agiliza su remoción de la cavidad bucal. Algunos ácidos grasos poseen también efectos antimicrobio.

Makinen k. (2008), las caries ocurre incluso en ausencia de azúcares refinados, se desarrollan en animales y en humanos que consumen frutas dulces cereales, productos de papas, harinas, maltosa, fructuosa y otros carbohidratos

Este es el comportamiento, la importancia y la necesidad de implementar un establecimiento que ofrezca loncheras escolar con alimentos grasos y proteicos, para el desarrollo saludable de los niños y niñas en edad escolar infantil.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones que se han obtenido al finalizar el estudio acerca de la posibilidad de implementación de una empresa comercializadora de productos de lonchera escolar en el cantón Ventanas, son:

1. El Estudio de Mercado establece la existencia de una Demanda suficiente, como condición para la ejecución del proyecto, por tanto se observa que existe una viabilidad de mercado.
2. El proyecto para la utilización de recursos tecnológicos y de capital de trabajo requiere una inversión \$10.698,00 como requisito fundamental para la operación del proyecto.
3. La evaluación financiera arrojó resultados como un Valor Actual Neto positivo de 28.498,76 dólares, la tasa interna de retorno obtenida fue de 74% y R b/c 1,07. Estas cifras expresan índices financieros favorables lo que permite la recuperación de la inversión y garantiza una tasa de rendimiento, demostrando la rentabilidad, viabilidad y factibilidad del proyecto productivo.

5.2 RECOMENDACIONES

Las conclusiones anteriores, coadyuvan al planteamiento de las siguientes recomendaciones:

1. Realizar un análisis persistente del mercado para determinar el comportamiento del consumidor para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de dichos clientes, a tal punto que el producto se vaya posesionando cada vez de mejor manera en el mercado.
2. Obtener financiamiento a través de un banco local e invertir en la ejecución del proyecto, a fin de aprovechar la oportunidad de negocio en el mercado local, que demuestran la inexistencia de empresas dedicadas a esta actividad y que pudieran ser competencia.
3. Retroalimentar permanentemente y en forma anual, los resultados alcanzados a través de los ingresos y egresos, para obtener indicadores financieros positivos, saludables y superiores a la tasa exigida en la inversión y con ello fortalecer el desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO VI.
BIBLIOGRAFIA

6.1 BIBLIOGRAFÍA

ANDÌA, Walter. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública, revista UNMSM. Perú.

ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. 2008. Constitución de la República. Montecristi, Manabí, Ecuador.

BACA. Gabriel. 2010. Evaluación de proyectos. Editorial McGraw Hill, México.

CAMACARO, Eliana y **VARÓN**, Fanny. 2008. Estudio económico financiero y la inversión, Instituto Universitario de Tecnología Pedro Coll, Venezuela.

CONGRESO NACIONAL DEL ECUADOR. 2006. Ley Orgánica de Salud, Quito.

GALVÁN, A. 2010. Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión. Nacional Financiera, México.

GARCÍA, Mignelys. Reflexiones teóricas sobre la comercialización de productos y servicios universitarios, Universidad Central de Las Villas, Cuba.

LÓPEZ, María, et al. 2012. La evaluación de proyectos de inversión. Instituto Tecnológico de Sonora, México

MANKIW, Gregory. (2008). Principios de Economía, Sexta Edición, editorial Paraninfo, España

RIVADENEIRA, Diego. Comercialización, ¿Qué es la comercialización?, Empresa y actualidad, publicado 28th Marzo, 2012.

ROSALES, Alfredo. 2011. Estudio de factibilidad técnica y económica de la producción de composteras domiciliarias, Argentina.

SAPAG CHAIN, Assin, **SAPAG CHAIN**, Reinaldo. 2010. Preparación y Evaluación de Proyectos.

URIBE, Martha. (2013). Alimentación para un desarrollo biológico nutricional y cognitivo del ser humano, Instituto El Libertador. Venezuela.

VEGA, José.2013. Los estudios de viabilidad para negocios. Centro de desarrollo económico del Recinto Universitario de Mayagüez, Puerto Rico.

6.2 LINKOGRAFÍA

CANCELA, María. Desayuno para niños en edad escolar, disponible en www.innatia.com, consultado en enero del 2014.

CARULLA, Adriana. (2010). Loncheras nutritivas, vida y salud, disponible en www.adrianacarrulla.com, consultado en octubre del 2013.

SANTOS Tania. 2009. Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio en Contribuciones a la Economía, noviembre 2008 en <http://www.eumed.net/ce/2009b/>.

SAN LUIS, Fernando. Temas de administración de empresas agropecuarias, en <http://admluisfernando.blogspot.com>, consultado en noviembre del 2013.

SOFÍA, Engel. (2012) La empresa, disponible en www.monografias.com, consultado en octubre del 2013.

THOMPSON, Iván. Concepto de empresa. Disponible en www.promonegocios.net, consultado en enero del 2013.

CAPITULO VII
ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA PARA EL SEGMENTO DE PADRES DE FAMILIA DE LAS ESCUELAS DEL CANTÓN VENTANAS

1. ¿Considera usted que la lonchera escolar es esencial para el cuidado y la salud de sus hijos?
Si () No ()
2. ¿Hasta ahora la lonchera que lleva su hijo o hija a la Escuela tiene los nutrientes necesarios?
Si los tiene () No cree que los tenga ()
3. ¿En qué lugares adquiere la lonchera escolar para sus hijos?
Comisariatos () Tiendas de Barrio () El bar de la Escuela () Otros ()
4. ¿Según su criterio una adecuada alimentación a través de la lonchera escolar mejorará el bienestar y la salud de sus hijos?
Totalmente seguro () Muy seguro () No podría asegurarlo ()
5. ¿Ha observado si existe alguna empresa u organización que comercialice productos de la lonchera escolar?
Si () No ()
6. ¿Los precios de los productos para la lonchera escolar que usted compra diariamente en qué valor están considerados?
\$1.00 () \$1.50 () \$2.00 ()
7. ¿Qué deberían contener esta lonchera escolar?
8. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por cada lonchera escolar que se está proponiendo en este proyecto?
\$1.00 () \$1.25 () \$1.50 ()
9. ¿Según su criterio, el cantón Ventanas debería tener una empresa que comercialice productos de la lonchera escolar con niveles óptimos de calidad?
Si () No ()
10. ¿Estaría usted en condiciones de comprar productos de la lonchera escolar en una empresa local que las comercialice?
Si () No ()
11. Por qué medios de comunicación se debería dar a conocer la existencia de este producto?
Internet () Radio () Televisivo ()

Gracias

ANEXO 2

DEPRECIACIÓN ANUAL DE LOS BIENES Y VALOR DE RESCATE DURANTE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO. AÑO 2015-2024

BIENES	TOTAL US\$	Vida Útil	Valor de Rescate	Depreciación anual
MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
Selladora	120	10	12,0	10,8
Mesa de Trabajo	160	10	16,0	14,4
Estantería metálica	115	10	11,5	10,4
Juego de cuchillos	45	10	4,5	4,1
Gavetas industriales	30	10	3,0	2,7
Gavetas plásticas	100	10	10,0	9,0
Congelador	1071	10	107,1	96,4
Recipiente metálico	80	10	8,0	7,2
Cilindro de gas	100	10	10,0	9,0
Purificador de agua	160	10	16,0	14,4
MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio marca ATU	140	10	14,0	12,6
Silla giratoria marca ATU	65	10	6,5	5,9
Sillas plásticas marca PICA	48	10	4,8	4,3
Mostrados (vitrina)	300	10	30,0	27,0
Teléfono Panasonic	60	10	6,0	5,4
Archivador	140	10	14,0	12,6
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computador marca LG	720	5	72,0	129,6
Impresora marca Canon 190	120	5	12,0	21,6
VEHÍCULO				
Moto Suzuki	900	5	90,0	162,0
TOTAL			447	559

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

ANEXO 3

REMUNERACIONES MENSUALES, ANUALES Y BENEFICIOS SOCIALES DEL PROYECTO

DENOMINACION DEL PUESTO	No.	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL REM. MENSUAL	APORTE PATRONAL	TOTAL DE REMUNERACION MENSUAL
Gerente	1	500	42	42	42	21	625	56	681
Contador	1	380	32	32	32	16	475	42	517
Empacador	1	340	28	28	28	14	425	38	463
TOTAL	3	1220	102	102	102	51	1525	136	1661

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

ANEXO 4

PLAN DE PUBLICIDAD

CONCEPTO	Avisos semanales	Cantidad	Costo unitario	Total
Publicidad en medios locales	3	3	5,00	60,00
TOTAL				60,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

ANEXO 5

FOTOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS COMERCIANTES INFORMALES



