

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de kits nutritivos para los niños de las escuelas particulares en la ciudad de Ambato”

AUTORA: María Elizabeth Tipán Chicaiza

TUTOR: Ing. MBA. José Bernardo Herrera Herrera

AMBATO – ECUADOR
Diciembre 2017



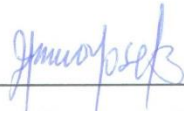
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. José Bernardo Herrera Herrera

CERTIFICA:

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación **“Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de kits nutritivos para los niños de las escuelas particulares en la ciudad de Ambato”**, presentando por la señorita **María Elizabeth Tipán Chicaiza**, para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 14 de diciembre del 2017



Ing. MBA José Bernardo Herrera Herrera

C.I: 1102481148

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **María Elizabeth Tipán Chicaiza**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



María Elizabeth Tipán Chicaiza

C.I: 1723917124

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordoñez

C.I: 1802490548



Ing. CPA. Juan Gabriel Saltos Cruz. Mg

C.I: 1802570985

Ambato, 14 de diciembre del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



María Elizabeth Tipán Chicaiza

C.I: 1723917124

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todo el personal docente de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Al Ing. José Herrera por aportar con valiosos conocimientos, motivación y su experiencia en el desarrollo de mi proyecto de emprendimiento.

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad, a ellos siempre los llevo en mi mente y son mi fuente de inspiración. A mi hermana Jessica y su esposo Javier Campaña, quienes son mis segundos padres y velan todos los días por mi bienestar, y a mis hermanas por ser mi fuente de felicidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

María Elizabeth Tipán Chicaiza

DEDICATORIA

Ese trabajo de emprendimiento se lo dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia, quienes son mi motivación de cada día.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis 5 hermanas por estar siempre presentes, acompañándome para darme ánimos en buenos y malos momentos. A mis sobrinos que forman parte de mi familia y son lo más bonito que llevo en mi corazón.

"Un emprendedor debe tener habilidades que le permitan aguantar los golpes del destino y superar los inevitables fracasos". Jack Ma

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XX
ABSTRACT.....	XXI
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Definición del problema de la investigación.....	1
a. Formulación del problema	8
b. Necesidad social para la creación del emprendimiento	10
CAPÍTULO II	12
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	12
2.1 Nombre del emprendimiento.....	12
2.2 Localización Geográfica.....	12
2.3 Justificación.....	13
2.4 Objetivos	20
2.5 Beneficiarios.....	21
2.6 Resultados a alcanzar	24
ESTUDIO DE MERCADO	25
3.1 Descripción del producto.....	25
3.1.1 Características.....	25
3.1.2 Los beneficios.....	27

3.1.3	Horarios de atención	27
3.1.4	Equipos	27
3.2	Segmentación de mercado.....	28
3.2.1	Investigación de mercado	28
3.2.1.1	Fuentes de investigación	28
3.2.1.2	Población y muestra	29
3.2.1.3	Técnicas e instrumentos	30
3.2.1.4	Encuesta	31
3.2.1.5	Comprobación de la encuesta.....	35
3.2.1.6	Análisis e interpretación.....	36
3.3	Estudio de la Demanda.....	63
3.3.1	Estudio de la Demanda en personas	63
3.3.2	Estudio de la Demanda en productos.....	64
3.4	Estudio de la Oferta.....	66
3.4.1	Estudio de la Oferta en personas.....	66
3.4.2	Estudio de la Oferta en servicios	67
3.5	Mercado Potencial para el proyecto	69
3.6	Precios	70
3.7	Comercialización.....	71
3.8	Canales de distribución	71
3.8.1	Ventajas	72
3.8.2	Desventajas	72
3.9	Estrategias de comercialización	72
3.9.1	Análisis FODA	73
CAPÍTULO IV		76
ESTUDIO TÉCNICO		76
4.1	Tamaño del emprendimiento	76
4.1.1	Factores determinantes del tamaño	76
4.1.2.	Tamaño Óptimo	78
4.2.	Localización	79
4.2.1.	Localización Óptima	79

4.2.1.1 Macrolocalización.....	80
4.2.1.2. Microlocalización.....	81
4.3. Ingeniería del proyecto.....	81
CAPÍTULO V	92
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	92
5.1. Aspectos generales.....	92
5.1.1 Razón social.....	92
5.1.2 Slogan.....	92
5.1.3 Logotipo.....	93
5.1.4 Misión.....	93
5.1.5 Visión.....	93
5.1.6 Valores.....	94
5.2 Diseño Organizacional.....	95
5.3 Organigrama estructural.....	97
5.2. Formato del manual de funciones.....	99
CAPÍTULO VI.....	109
ESTUDIO FINANCIERO.....	109
6.1 Inversiones en activos tangibles.....	109
6.2 Inversiones en activos intangibles.....	110
6.3 Inversiones en capital de trabajo.....	111
6.3.1 Activo corriente o circulante.....	111
6.3.2 Pasivo corriente.....	113
6.3.3 Capital de trabajo.....	113
6.4 Resumen de inversiones.....	114
6.5 Financiamiento.....	114
6.6 Plan de inversiones.....	115
6.7 Presupuesto de Costos e Ingresos.....	117
6.7.1 Situación financiera actual.....	125
6.7.2 Situación financiera proyectada.....	126
6.7.3 Presupuesto de ingresos.....	127
6.7.4 Estado de resultados proyectadas.....	128

6.7.5	Flujo de caja	129
6.8	Punto de equilibrio	129
6.8.1	Punto de equilibrio en unidades monetarias	130
6.8.2	Punto de equilibrio en unidades de servicio	130
6.8.3	Punto de equilibrio graficado	131
6.9	Tasa de descuento	131
6.9.1	Cálculo Tmar1 sin financiamiento	131
6.9.2	Cálculo Tmar2 sin financiamiento	132
6.9.3	Cálculo Tmar1 global mixto.....	132
6.9.4	Cálculo Tmar2 global mixto.....	132
6.10	Valor presente neto o valor actual neto (VAN)	133
6.10.1	Cálculo VAN 1	133
6.10.2	Cálculo VAN 2	133
6.11	Indicadores Financieros	134
6.11.1	Índices de solvencia.....	134
6.11.2	Índice de endeudamiento.....	134
6.11.3	Índice de apalancamiento	135
6.12	Tasa de beneficio – costo	135
6.13	Período de recuperación de la inversión	136
6.14	Tasa interna de retronó (TIR).....	136
6.15	Análisis de sensibilidad.....	137
6.15.1	Cuadro de sensibilidad	138
CAPÍTULO VII		139
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		139
7.1.	Conclusiones	139
7.2.	Recomendaciones.....	141
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		142

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Resumen de los factores que protegen o promueven la obesidad infantil,	2
Ilustración 2 Ingesta diaria recomendable de energía y nutrientes para escolares en el desayuno.....	2
Ilustración 3 Ingesta diaria recomendable de energía y nutrientes para escolares en el desayuno.....	3
Ilustración 4 Indicadores de excesos de nutrientes	4
Ilustración 5 Árbol de Problema	8
Ilustración 6 Requerimientos calóricos y de nutrientes en los refrigerios	11
Ilustración 7 Localización Geográfica	12
Ilustración 8 Prevalencia de retardo en talla, sobrepeso u obesidad, por edad, sexo y etnia.....	15
Ilustración 9 Prevalencia de retardo en talla, sobrepeso u obesidad, en la población escolar (5 a 11 años) por provincia	15
Ilustración 10 Prevalencia de consumos inadecuados de proteínas.....	16
Ilustración 11 Alimentos que más contribuyen al consumo diario de energía, proteínas, carbohidratos y grasa a escala nacional	16
Ilustración 12 Prevalencia de consumos excesivos de carbohidratos y grasas, a escala nacional, por sexo, grupo étnico y subregión.....	17
Ilustración 13 Consumo promedio de frutas y verduras, por sexo y edad, a escala nacional (gramos/día)*	17
Ilustración 14 Determinantes de los problemas nutricionales	18
Ilustración 15 Ingesta diaria recomendada de energía y nutrientes	25
Ilustración 16 Pregunta 1. Propietario de los bares.....	36
Ilustración 17 Pregunta 2. Propietario de los bares.....	37
Ilustración 18 Pregunta 3 Propietario de los bares.....	38
Ilustración 19 Pregunta 4. Propietario de los bares.....	39
Ilustración 20 Pregunta 5. Propietario de los bares.....	40
Ilustración 21 Pregunta 6. Propietario de los bares.....	41

Ilustración 22	Pregunta 7. Propietario de los bares.....	42
Ilustración 23	Pregunta 8. Propietario de los bares.....	43
Ilustración 24	Pregunta 9. Propietario de los bares.....	44
Ilustración 25	Pregunta 10. Propietario de los bares.....	45
Ilustración 26	Pregunta 11. Propietario de los bares.....	46
Ilustración 27	Género de la persona encuestada	47
Ilustración 28	Escala de edad del encuestado	48
Ilustración 29	Estado civil del encuetado.....	49
Ilustración 30.	Número de hijos del encuestado	50
Ilustración 31	Pregunta 1. Padres de Familia.....	51
Ilustración 32	Pregunta 2. Padres de Familia.....	52
Ilustración 33	Pregunta 3. Padres de Familia.....	54
Ilustración 34	Pregunta 4. Padres de Familia.....	55
Ilustración 35	Pregunta 5. Padres de Familia.....	56
Ilustración 36	Pregunta 6. Padres de Familia.....	57
Ilustración 37	Pregunta 7 Padres de Familia.....	58
Ilustración 38	Pregunta 8.Padres de Familia.....	59
Ilustración 39	Pregunta 9. Padres de Familia.....	60
Ilustración 40	Pregunta 10. Padres de Familia.....	61
Ilustración 41	Pregunta 11. Padres de Familia.....	62
Ilustración 42	Proyección de la demanda	64
Ilustración 43	Demanda en productos.....	65
Ilustración 44	Oferta en personas.....	67
Ilustración 45	Oferta en productos.....	68
Ilustración 46	DPI del proyecto de emprendimiento	69
Ilustración 47	Proyección de emprendimiento.....	70
Ilustración 48	Canal de distribución indirecto corto.....	71
Ilustración 49	Demanda Potencia Insatisfecha Real	78
Ilustración 50	Macro Localización Geográfica.....	80
Ilustración 51	Micro localización Geográfica.....	81
Ilustración 52	Simbología para diagramas de flujo.....	84

Ilustración 53 Flujograma de procesos	86
Ilustración 54 Lay-Out	89
Ilustración 55 Logotipo de empresa “Nutrikits”	93
Ilustración 56 Organigrama estructural “Nutrikits”	97
Ilustración 57.- Línea de autoridad de “Nutrikits”	97
Ilustración 58 Organigrama funcional	98
Ilustración 59 Proyección del precio real.....	125
Ilustración 60.- Punto de equilibrio.....	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	5
Tabla 2.....	14
Tabla 3.....	22
Tabla 4.....	26
Tabla 5.....	28
Tabla 6.....	29
Tabla 7.....	29
Tabla 8.....	30
Tabla 9.....	35
Tabla 10.....	35
Tabla 11.....	36
Tabla 12.....	37
Tabla 13.....	38
Tabla 14.....	39
Tabla 15.....	40
Tabla 16.....	41
Tabla 17.....	42
Tabla 18.....	43
Tabla 19.....	44
Tabla 20.....	45
Tabla 21.....	46
Tabla 22.....	47
Tabla 23.....	48
Tabla 24.....	49
Tabla 25.....	50
Tabla 26.....	51
Tabla 27.....	52
Tabla 28.....	53
Tabla 29.....	54

Tabla 30.....	55
Tabla 31.....	56
Tabla 32.....	57
Tabla 33.....	58
Tabla 34.....	59
Tabla 35.....	60
Tabla 36.....	61
Tabla 37.....	62
Tabla 38.....	63
Tabla 39.....	64
Tabla 40.....	65
Tabla 41.....	65
Tabla 42.....	66
Tabla 43.....	66
Tabla 44.....	68
Tabla 45.....	68
Tabla 46.....	69
Tabla 47.....	70
Tabla 48.....	73
Tabla 49.....	74
Tabla 50.....	75
Tabla 51.....	75
Tabla 52.....	78
Tabla 53.....	79
Tabla 54.....	79
Tabla 55.....	82
Tabla 56.....	82
Tabla 57.....	83
Tabla 58.....	83
Tabla 59.....	83
Tabla 60.....	87

Tabla 61.....	88
Tabla 62.....	88
Tabla 63.....	90
Tabla 64.....	94
Tabla 65.....	96
Tabla 66.....	96
Tabla 67.....	100
Tabla 68.....	101
Tabla 69.....	102
Tabla 70.....	103
Tabla 71.....	104
Tabla 72.....	105
Tabla 73.....	106
Tabla 74.....	107
Tabla 75.....	108
Tabla 76.....	109
Tabla 77.....	110
Tabla 78.....	110
Tabla 79.....	110
Tabla 80.....	110
Tabla 81.....	112
Tabla 82.....	112
Tabla 83.....	112
Tabla 84.....	113
Tabla 85.....	114
Tabla 86.....	114
Tabla 87.....	115
Tabla 88.....	115
Tabla 89.....	116
Tabla 90.....	117
Tabla 91.....	118

Tabla 92.....	118
Tabla 93.....	119
Tabla 94.....	119
Tabla 95.....	120
Tabla 96.....	120
Tabla 97.....	121
Tabla 98.....	121
Tabla 99.....	121
Tabla 100.....	121
Tabla 101.....	121
Tabla 102.....	122
Tabla 103.....	122
Tabla 104.....	122
Tabla 105.....	123
Tabla 106.....	123
Tabla 107.....	123
Tabla 108.....	124
Tabla 109.....	124
Tabla 110.....	124
Tabla 111.....	125
Tabla 112.....	126
Tabla 113.....	126
Tabla 114.....	128
Tabla 115.....	128
Tabla 116.....	129
Tabla 117.....	130
Tabla 118.....	132
Tabla 119.....	132
Tabla 120.....	133
Tabla 121.....	133
Tabla 122.....	134

Tabla 123.....	134
Tabla 124.....	135
Tabla 125.....	137
Tabla 126.....	138
Tabla 127.....	138

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa “Nutrikits” nace con la finalidad de elaborar y comercializar kits de comida saludable y nutritiva en base a las disposiciones emitidas por los Ministerios de Educación y Salud Pública, que pretenden reducir los problemas de malnutrición de los estudiantes de las escuelas a nivel nacional. Se contara con una persona especializada en nutrición que elabore y estandarice las recetas de cada uno de los kit, para hacer de los productos deliciosos y que sean del agrado de los niños.

La principal razón que tiene el presente emprendimiento es la de contribuir al desarrollo social de todos los involucrados, es decir, genera recursos económicos para los inversionistas, crea fuentes de empleo y fomenta los hábitos alimenticios en los niños que en base a estadísticas de los organismos de control presentan varios problemas de malnutrición lo cual afecta su rendimiento escolar y crecimiento.

Como resultados se obtuvo una evidente aceptación por parte de los padres de familia y propietarios de los bares escolares que será donde se comercializaran los kits, además, la parte financiera arrojó datos atractivos para los inversionistas, es decir, es un proyecto viable que si se lo ejecuta generara mayor rentabilidad que tener el dinero en alguna institución financiera.

La propuesta es la creación de kits nutritivos, en base los valores recomendados de ingesta diaria para niños propuesto por el Ministerio de Educación, para lo cual se usaran productos naturales ricos en proteína, vitaminas y minerales con un alto índice de nutrientes que aporten en el desarrollo y crecimiento de los niños que estudian en las escuelas privadas de la ciudad.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, CREACIÓN DE EMPRESAS, INDUSTRIA ALIMENTICIA, KIT NUTRITIVO.

ABSTRACT

The company "Nutrikits" was born with the purpose of developing and marketing kits of healthy and nutritious food based on the dispositions issued by the Ministries of Education and Public Health, which aim to reduce the malnutrition problems of the students of the schools nationwide . There will be a person specialized in nutrition who will elaborate and standardize the recipes of each of the kits, to make the products delicious and to the liking of the children.

The main reason that the present enterprise has is to contribute to the social development of all those involved, that is, it generates economic resources for investors, it creates employment sources and it encourages children's eating habits based on the statistics of the organisms of control present several problems of malnutrition which affects their school performance and growth.

As a result, an evident acceptance was obtained from the parents and owners of the school bars that will be where the kits will be commercialized, in addition, the financial part yields attractive data for the investors, that is, it is a viable project that if what it executes will generate more profitability than having the money in a financial institution.

The proposal is the creation of nutritious kits, based on the recommended values of daily intake for children proposed by the Ministry of Education, for which natural products rich in protein, vitamins and minerals with a high rate of nutrients that contribute in the development and growth of children who study in private schools in the city.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, BUSINESS CREATION, FOOD INDUSTRY, NUTRITIOUS KIT.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de la investigación

La nutrición en los niños juega un papel fundamental en su crecimiento personal e intelectual, debido a que una adecuada alimentación y una dieta sana brinda el aporte necesario para que los menores tengan un desarrollo óptimo. Es importante, que durante la infancia y adolescencia se incentiven hábitos dietéticos combinados con ejercicios, ya que estos pueden marcar la diferencia entre una vida saludable y los riesgos de sufrir enfermedades con el pasar de los años.

Para el emprendimiento se tiene definida la población estudiantil al que se dirige el producto, la misma comprende a niños entre 5 y 14 años que integran los niveles de Educación General Básica (EGB) de las escuelas particulares de la ciudad de Ambato. Por lo antes expuesto es importante conocer normas o recomendaciones emitidas por las instituciones públicas pertinentes, para evitar problemas como la obesidad y malnutrición en los estudiantes.

A continuación, en base a información recopilada de la (Coordinación Nacional de Nutrición, 2011) del Ministerio de Salud Pública del Ecuador se conoce que: “1 de cada 5 estudiantes tienen sobrepeso”, adicionalmente mencionan que:

El panorama de prevención y control de la obesidad debe definir distintos ámbitos de acción: sanitario, escolar, deportes y recreación, comunitario y familiar, académico y científico, urbanístico, empresarial, comunicacional, con el fin de mejorar los hábitos alimentarios, aumentar la actividad física e integrar los principios de sostenibilidad, participación social y equidad.

Por lo antes expuesto, la coordinación de salud propone una normativa de control para niños en edad escolar, para lo cual en primer lugar diseñaron un resumen de los factores que protegen o promueven la obesidad infantil, basados en la evidencia:

Evidencia	Riesgo disminuido	Riesgo alto
Convinciente¹	<ul style="list-style-type: none"> – Actividad física regular. – Ingesta de fibra. 	<ul style="list-style-type: none"> – Sedentarismo. – Consumo de alimentos densamente energéticos.
Probable²	<ul style="list-style-type: none"> – Medioambiente favorable en casa y escuela. – Lactancia. 	<ul style="list-style-type: none"> – Agresivo mercadeo. – Ingesta de bebidas y jugos azucarados. – Condición socioeconómica.
Posible³	<ul style="list-style-type: none"> – Alimentos con bajo índice glicémico. 	<ul style="list-style-type: none"> – Mayor tamaño de las porciones. – Comidas preparadas fuera de casa. – Condición socioeconómica.

Ilustración 1 Resumen de los factores que protegen o promueven la obesidad infantil,
Fuente:(Coordinación Nacional de Nutrición, 2011)

Por su parte el (Ministerio de Educación, 2010) propone la ingesta diaria recomendable de energía y nutrientes para escolares:

Ambos sexos				
Rango de edad	Energía (Kcal)	Carbohidratos (g)	Proteína (g)	Grasa (g)
3 - 4 años	313	43,04	11,74	10,43
5 - 9 años	328	45,1	12,3	10,93
10 -14 años	465	63,94	17,44	15,5
14- 18 años	571,1	78,53	17,13	19,04

Ilustración 2 Ingesta diaria recomendable de energía y nutrientes para escolares en el desayuno
Fuente:(Ministerio de Educación, 2010)

Adicionalmente, establecieron la ingesta recomendable para el refrigerio, la misma que se expone a continuación:

INGESTA DIARIA RECOMENDADA DE ENERGÍA Y NUTRIENTES PARA ESCOLARES				
Ambos sexos				
Rango de edad	Energía (Kcal)	Carbohidratos (g)	Proteína (g)	Grasa (g)
3 - 4 años	375	51,56	14,06	12,5
5 - 9 años	492	67,65	18,45	16,4
10 -14 años	698,2	96	26,18	23,27
14- 18 años	856,7	117,8	25,7	28,56

Ilustración 3 Ingesta diaria recomendable de energía y nutrientes para escolares en el desayuno
Fuente:(Ministerio de Educación, 2010)

Por otra parte, la situación de los bares escolares a nivel nacional presentaba una variedad de inconsistencias ya que, según los encargados de hacer inspecciones a estos negocios, notaron que se venden productos con altos índices de grasas, azúcares y sales, componentes que si son consumidos en gran cantidad ocasionan problemas en la salud de los estudiantes. Entre los principales productos que se comercializaban en los bares están: papas fritas, hamburguesas, hotdogs, chitos, otro tipo de fritos, etc. Es por esto que el Ministerio de Salud Pública en conjunto con la Agencia de Regulación y Control Sanitario, ARCSA, emprendieron las acciones necesarias para evitar que se vendan este tipo de productos en los bares de las escuelas a nivel nacional.

La solución a lo anteriormente expuesto, sería fomentar una cultura de hábitos alimenticios en los niños, y reducir de manera paulatina el consumo excesivo de ciertos nutrientes que pueden ser perjudiciales, es por eso que desde el Ministerio de Salud Pública se diseñó una tabla de indicadores de excesos por contenido, para evitar que se ingieran cantidades indebidas y por consiguiente se reduzca el riesgo de padecer enfermedades u otro tipo de problemas alimenticios. A continuación, se presentan dichos valores:




Nutrientes Indicadores	Bajo Contenido 	Medio Contenido 	Alto Contenido 
Grasas totales	Contenido menor o igual a 3 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos. Contenido mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 20 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 10 gramos en 100 mililitros.
Grasas saturadas	Contenido menor o igual a 1,5 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 0,75 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 1,5 y menor a 5 gramos en 100 gramos. Contenido mayor a 0,75 y menor a 2,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 1 gramo en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 0,50 gramos en 100 mililitros.
Grasas trans	Contenido menor o igual a 0,15 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 0,075 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 0,15 y menor a 1 gramo en 100 gramos. Contenido mayor a 0,075 y menor a 0,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 1 gramo en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 0,50 gramos en 100 mililitros.
Azúcares Adicionados (incluye monosacáridos+ disacáridos)	Contenido menor o igual a 5 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos. Contenido mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 15 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 7,5 gramos en 100 mililitros.
Sal	Contenido menor o igual a 0,3 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 0,3 gramos en 100 mililitros. (equivale a 120 miligramos de sodio)	Contenido mayor a 0,3 y menor a 1,5 en 100 gramos. Contenido mayor a 0,3 y menor a 1,5 gramos en 100 mililitros. (equivale a entre 120 a 600 miligramos de sodio)	Contenido mayor o igual a 1,5 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros. (equivale a más de 600 miligramos de sodio)

Ilustración 4 Indicadores de excesos de nutrientes

Fuente:(Ministerio de Educación y Ministerio de Salud Pública, 2010)

En la ilustración 4 se observan los valores de excesos de nutrientes en cada porción, sin embargo, esto no se cumple debido a que la mayoría de este tipo de negocios comercializa todo tipo de alimentos y no toman en cuenta estos valores.

Es por ello, que se ve la necesidad de crear una empresa que elabore los kits de alimentos para las escuelas, de esta manera se benefician todos los involucrados, escuelas, bares, niños y padres, estos últimos que tendrán la posibilidad de olvidar la preocupación de que es lo que comen sus hijos y sentirse tranquilos porque una empresa especializada lo hará por ellos y les brindara todas las garantías para que la nutrición de los niños sea la mejor. Por otra parte, el emprendimiento debe seguir una guía, y que mejor que la propuesta por el (Ministerio de Salud Pública, 2011) donde se encuentran las recomendaciones de consumo diario para los niños de una escuela.

Tabla 1
Guía alimentación diaria escolar

Grupo de Alimentos	Porciones	Cantidad de alimentos por porción	Beneficios
Leche y derivados	3 a 4	1 taza de leche, 1 yogurt pequeño, 1 pedazo pequeño de queso	Aportan proteínas y minerales, en especial el calcio, fósforo, magnesio, potasio y zinc, además de vitaminas, tiaminas, y ácido fólico.
Carne, huevos y legumbres secas	2	1 pedazo pequeño de carne o pescado 1 muslo de ave ¼ plato de legumbres	Las carnes proporcionan un 20% de proteínas y grasas.
Verduras	2	1 tomate de riñón 1 cebolla pequeña 1 pedazo de zapallo Hojas de lechuga 1 zanahoria pequeña 1 pimiento pequeño	Son alimentos de origen vegetal, ricos en agua, fibras, vitaminas y minerales, Son alimentos de origen vegetal, ricos en agua, fibras, vitaminas y minerales, por otra parte, son bajas en proteínas y grasas.
Frutas	3	1 mandarina 2 rodajas de piña 1 guayaba grande 1 naranja pequeña 1 banana ½ papaya pequeña 1 pera pequeña 1 mango pequeño 1 manzana pequeña 1 toronja pequeña	Las frutas son fuente de vitaminas, minerales, agua y fibras. Es aconsejable consumirlas enteras, sin pelar (las que se pueden), se las debe hacer jugo en el momento que se las va a consumir, para evitar que pierdan sus vitaminas.
Cereales, derivados y tubérculos	4 a 7	½ plato de arroz ½ plato de fideos 1 pan 1 galleta 5 rosquillas 1 berenjena 1 mandioca mediana	Los cereales y los derivados, los panificados, fideos, sémola, almidones, están formados por hidratos de carbono complejos, son la principal fuente de energía del organismo, por aquello son la base de la alimentación, especialmente en los infantes.

Grupo de Alimentos	Porciones	Cantidad de alimentos por porción	Beneficios
Azúcares o mieles	4	1 cucharada de azúcar 1 cucharada de mermelada 1 cucharada de miel	Deben ser consumidos con moderación, ya que aportan demasiadas calorías, azúcares simples, los cuales son poco nutrientes. El azúcar morena aporta pequeñas cantidades de hierro. La miel aporta calcio, fósforo y hierro en pequeñas cantidades. Las grasas tienen colesterol y ácidos grasos saturados.
Aceites o grasas	3	1 cucharada de aceite 1 cucharada de mantequilla 1 cucharada de margarina	Los aceites vegetales no contienen colesterol, por lo que son más saludables para la elaboración de los alimentos.

Fuente:(Ministerio de Salud Pública, 2011)

En conclusión, en base a esta guía se deben elaborar los kits para que sean comercializados en los bares de las escuelas.

Los pocos hábitos o costumbres alimenticias es un tema que ha venido siendo combatido a nivel mundial, e involucra a todos quienes conforman una sociedad. El principal interventor son los gobiernos nacionales de cada país, que se deben encargar de diseñar campañas de control alimenticio en todos los establecimientos e instituciones, así como también, deben diseñar políticas de salud pública que garanticen el derecho a recibir una alimentación digna y sancione a quienes comercialicen alimentos en mala calidad o que aportan muy poco al desarrollo de una persona. Otros actores que interviene en este problema son las empresas, productores, agricultores, entre otros, que se encargan de elaborar los alimentos que se comercializan en el país, estos deben obligatoriamente ofertar productos de calidad. Finalmente, la familia debe fomentar en sus hogares los hábitos alimenticios para que sea la situación que fuese cada uno de los miembros estén conscientes de la importancia de ingerir alimentos de calidad y no compren alguno que pueda perjudicar su salud.

En la actualidad existen empresas que elaboran productos saludables o llamados “*light*”, los mismos que surgieron en 1897 con la finalidad de crear productos saludables (Pérez I. , 2013).

Por otra parte, esta terminología se la usa también para referirse a la alimentación sin excesos en nutrientes, esto significa que se consume de todo pero en menor cantidad y depende de las necesidades de cada persona.

A nivel mundial existen varias empresas que comercializan este tipo de alimentos, entre las cuales están:

PantherCoffee, creada en Wynwood, está abriendo cafés en todo el sur de la Florida y vendiendo su café artesanal en todo el mundo. Tío Foods, fabricante de sopas orgánicas estilo gazpacho en botellas, atrajo recientemente como inversionista a General Mills. Las compañías de envíos de comidas hechas en casa han proliferado, con empresas tales como DeliverLean, Fit2Go, TheFreshDiet y FreshMeal Plan llevando comidas saludables y bajas en calorías a viviendas y negocios, y haciendo de la alimentación saludable algo tan fácil como pedir un Uber. El recién abierto Grown, un restaurante de comidas rápidas 100 por ciento orgánicas en South Miami (Dahlberg, 2016).

Se mencionaron pocas empresas que están comercializando productos saludables hoy en día, pero estas lo hacen a nivel de restaurantes o con entrega para hogares y empresas, es por eso que se ve la oportunidad de aprovechar los bares escolares para diseñar kits de alimentos en base a las necesidades de los niños y de esta manera ser un aporte para su crecimiento.

a. Formulación del problema

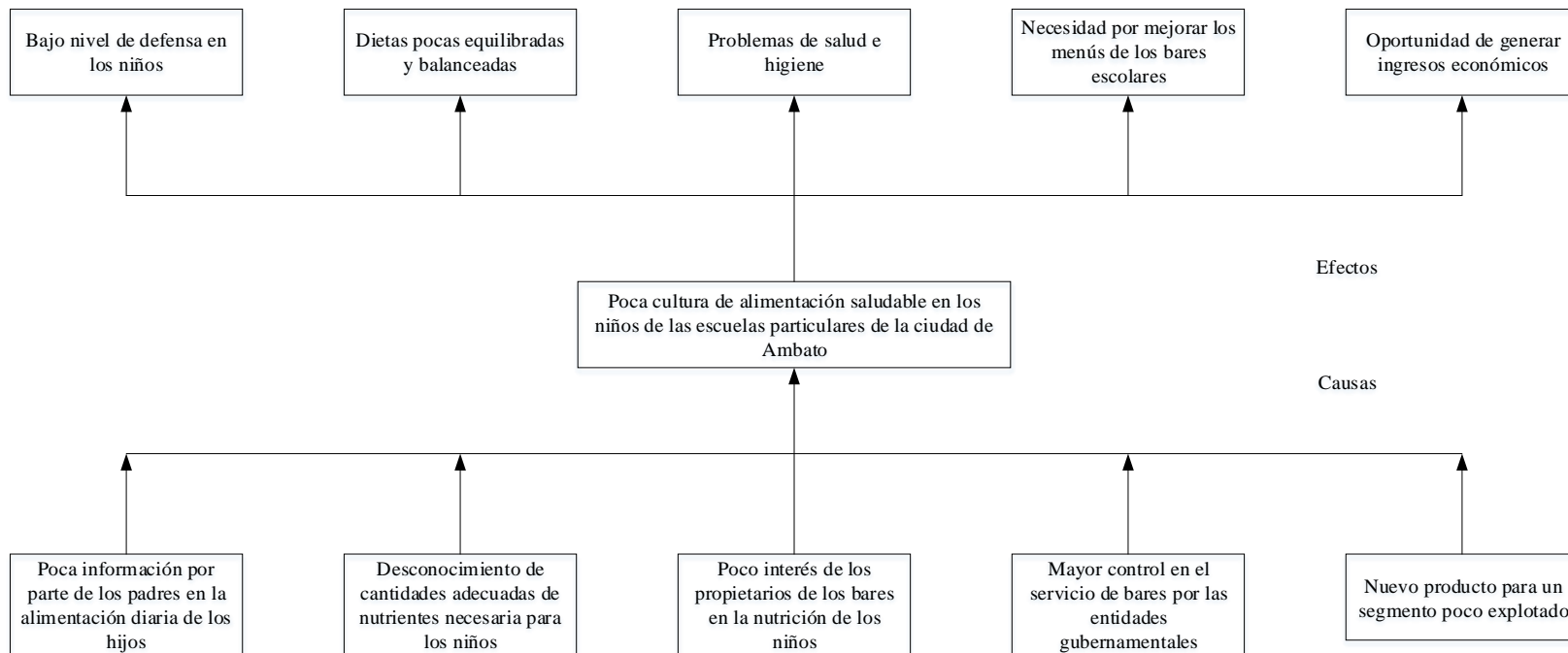


Ilustración 5Árbol de Problema
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

En la actualidad, se ha podido evidenciar que existen varias causas que han producido problemas alimenticios en los niños de las escuelas y colegios de la ciudad de Ambato, entre estos están:

Los dos primeros puntos o apartados tratan sobre los hábitos alimenticios internos, es decir, aquellos que se generan en casa, el tercer y cuarto punto en cambio son sobre factores externos a los niños y jóvenes, pero que juegan un papel fundamental debido a que hablan sobre la realidad de los bares escolares y el aporte que busca el gobierno a través de políticas de salud pública que pretendan mejorar la calidad de vida y salud de los ecuatorianos.

En primer lugar, se observa la poca información de los padres en la alimentación diaria de los niños ha causado que los niveles de defensa de los menores sean bajos, es decir, están más propensos a enfermedades y a un desarrollo y crecimiento limitado. Por lo general esto se da debido a las múltiples ocupaciones de los padres y al poco interés que le otorgan a incentivar hábitos alimenticios en sus hijos, lo que ha hecho que consuman alimentos procesados o envasados que dicen ser “saludables” pero que no proporcionan la cantidad necesaria de nutrientes para contribuir en la dieta de los niños y jóvenes.

Otro factor es el desconocimiento de las cantidades adecuadas de nutrientes que necesitan los niños y jóvenes en su dieta diaria, esto provoca que las dietas no sean equilibradas y bien balanceadas; tomando en cuenta que el tema de los nutrientes puede resultar muy complejo o tedioso, es importante tener conocimiento sobre nutrición ya que una ingesta diaria adecuada de alimentos en esta etapa garantiza una adultez sana lejos de enfermedades.

A través de la experiencia y el tiempo se ha observado que existe un desinterés de los propietarios de los bares escolares en la nutrición de los niños y jóvenes, y han comercializado todo tipo de alimentos que no proporcionan ningún tipo de nutrientes que contribuyan en su crecimiento y desarrollo adecuado, se puede mencionar también que en ciertas ocasiones las instalaciones de los bares no cumplen con las normas de

higiene indispensables para brindar un servicio y producto de calidad y esto ha generado problemas de salud e higiene en los estudiantes del país.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que el interés que el gobierno tiene por mejorar el nivel de educación y todos sus componentes a nivel general han hecho que se realicen mayores controles de los servicios y productos de los bares de las escuelas y colegios, a través de entidades gubernamentales como el Ministerio de Salud, para conocer la realidad de cada uno de estos establecimientos y hacer las recomendaciones de mejora necesaria para garantizar la calidad de los productos e instalaciones; todo esto ha generado que se realice una reestructuración o mejora de los menús de los bares, es decir, analizar y determinar los alimentos adecuados para la dieta de los estudiantes.

Finalmente, en el ámbito económico al ser una idea nueva e innovadora se determina un nuevo segmento de mercado poco explotado, es decir, no existe un competidor directo, razón por la cual si se aprovecha adecuadamente se pueden generar recursos económicos considerables, además de contribuir en la dinamización de la economía del país.

b. Necesidad social para la creación del emprendimiento

Según Alemán (2014) La necesidad social hace referencia a la carencia o falta de un bien o servicio que demanda la sociedad, es decir, es una problemática que afecta a un grupo determinado de personas en una determinada zona geográfica. Por lo antes expuesto surge el proyecto de emprendimiento por la necesidad de analizar la situación de los bares escolares y la nutrición de los estudiantes y de esta manera contribuir en el crecimiento y desarrollo de los niños y jóvenes de la ciudad de Ambato.

“La necesidad social se refiere a un problema que está fuera de nosotros, pero que nos interpela, nos incumbe y sobre el cual podemos actuar responsablemente intentando, sino solucionarlo, al menos mejorarlo” (Batle, 2015).

Los niños requieren los siguientes niveles de calorías y nutrientes para su refrigerio:

EDAD AÑOS	ENERGIA (Kcal)	PROTEINAS (g)	GRASAS (g)	CARBOHIDRATOS (g)
5-12	273.8	8.2	9.1	39.7
12-18	410.25	12.3	13.7	59.5

Ilustración 6 Requerimientos calóricos y de nutrientes en los refrigerios
Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2011)

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Nombre del emprendimiento

“Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de kits nutritivos para los niños de las escuelas particulares en la ciudad de Ambato”

2.2 Localización Geográfica

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Dirección: Unidad Nacional 892 y Bolívar

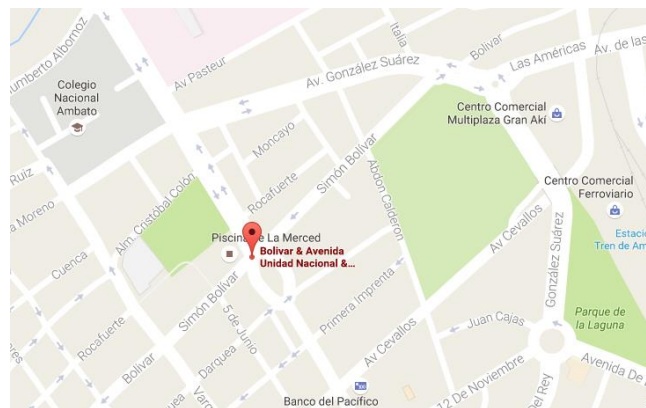


Ilustración 7 Localización Geográfica

Fuente: (google.mpas, 2016)

La ubicación de la empresa es frente al redondel de la primera constituyente, en pleno centro de la ciudad de Ambato, esto beneficia la distribución de los kits a las diferentes escuelas.

2.3 Justificación

Como primer punto para justificar la importancia del proyecto de emprendimiento, es importante poner en consideración ciertos puntos sobre los problemas en el tema de nutrición en el país, es así que de acuerdo con la (ENSANUT-ECU, 2014) “Encuesta de salud y nutrición”, elaborada por el Ministerio de Salud se pueden observar los siguientes datos:

Para determinar los problemas de la malnutrición de los niños y jóvenes ecuatorianos se los clasifica en dos grupos de edad, el primero comprende a niños de entre 5 y 11 años de edad, mientras que el segundo está integrado por jóvenes entre 12 y 19 años, que son quienes forman parte del sistema educativo del país. Por otra parte, los datos arrojados en la encuesta determinan que la mala alimentación o descuido en la nutrición se ven reflejados en los tres perfiles epidemiológicos que se mencionan a continuación:

En primer lugar el retardo en la talla, es decir, en el crecimiento y desarrollo de los estudiantes entre 5 y 11 años representa el 15% de la población escolar; mientras que entre los jóvenes de 12 a 14 años, el 19,1% son de talla baja. En el estudio se pudo observar que son los indígenas quienes se han visto más afectados en su crecimiento, esto se puede dar debido a que no se les proporciona los nutrientes necesarios en su etapa de lactancia y niñez, por otra parte también indican que las reservas de calcio de cada niño es uno de los principales causantes del poco desarrollo.

En la encuesta se trata también sobre el sobrepeso y obesidad como los perfiles epidemiológicos que más afectan a la población escolar del país, de tal manera se han observado los siguientes datos: el 29,9% de los niños entre 5 y 11 años sufren de estas enfermedades, sin embargo, es un problema que más afecta a los varones; los resultados señalan que 3 de cada diez niños sufren de uno de estos problemas de salud. Señalan también que son los indígenas quienes están más expuestos al sobrepeso u obesidad y representan el 36,5% de la población, seguida por los mestizos, blancos y otros con el 10,7%, los montubios que son el 10% y los afros un 7,7%. En conclusión, las ciudades que mayor índice de niños con sobrepeso u obesidad presentan son:

Galápagos 44.1% y Guayaquil 38,1%; mientras que la Costa Rural y la Amazonia Rural tienen un 23,2% y 23,4% respectivamente y son las zonas que menor número de personas con estos problemas tienen.

Indican también que los ecuatorianos entre 12 y 14 años de edad son quienes más se ven afectados por estos problemas alimenticios con el 27%. Tanto el retardo en la talla como la obesidad y el sobrepeso son los nuevos perfiles epidemiológicos al que se enfrentan todos los países que no han manejado políticas de salud pública o campañas de concientización sobre la importancia de la nutrición en los niños desde la lactancia hasta su juventud, y de esta manera reducir el impacto en la economía familiar y la del país, que reduce el gasto en salud pública y mejorara su desarrollo y productividad.

En un estudio realizado en 2014 sobre la carga de la malnutrición en Ecuador, se documentó la coexistencia de elevadas tasas de sobrepeso y obesidad acompañadas de deficiencias de micronutrientes en mujeres en edad fértil y escolares, así como hogares en los cuales coexisten madres con sobrepeso y niños menores de 5 años con retardo en talla (ENSANUT-ECU, 2014).

Tabla 2
Prevalencia de retardo en talla, sobrepeso u obesidad, por edad, sexo y etnicidad (%)

Retardo en talla (desnutrición crónica)		Sobrepeso u obesidad	
Grupo etario	Nº de personas	Grupo etario	Nº de personas
Menores de cinco años	413.913	Menores de 5 años	148 023
De 5 a 11 años	340 000	De 5 a 11 años	678 000
—	—	De 12 a 19 años	413 064

Fuente: (INEC, 2013)

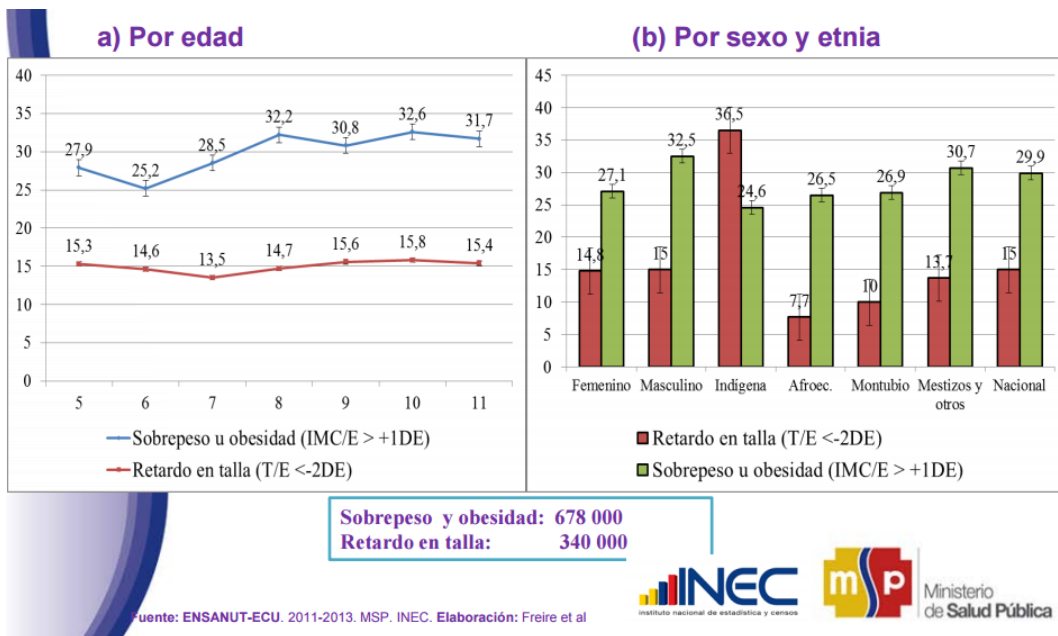


Ilustración 8 Prevalencia de retardo en talla, sobrepeso u obesidad, por edad, sexo y etnia
Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

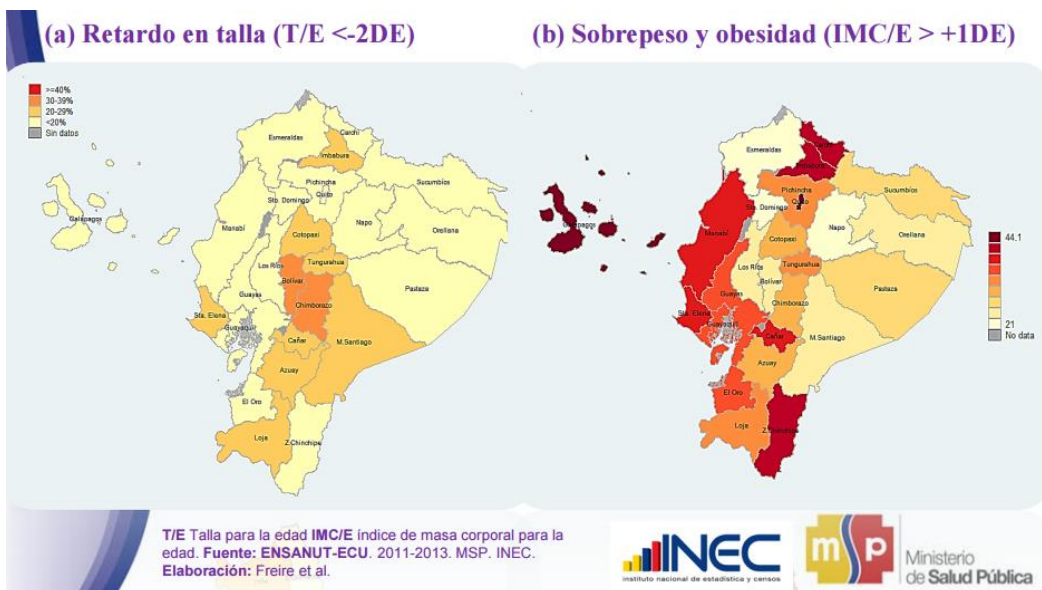
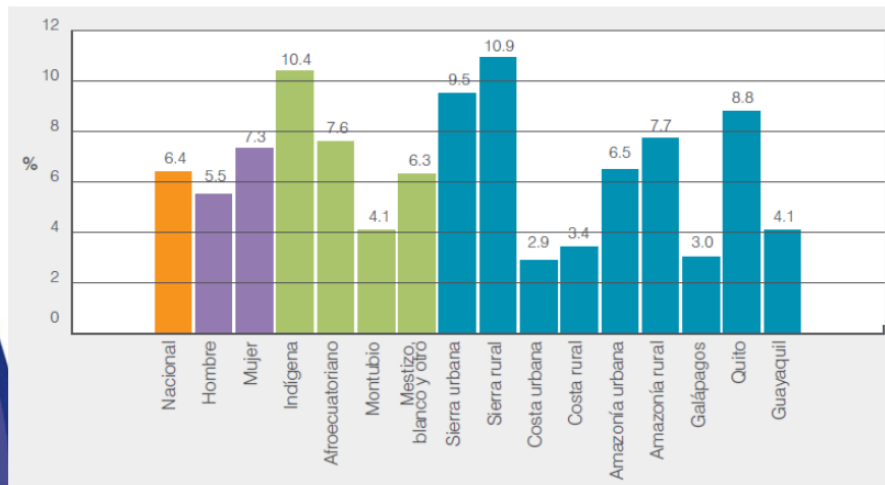


Ilustración 9 Prevalencia de retardo en talla, sobrepeso u obesidad, en la población escolar (5 a 11 años) por provincia
Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

En cuanto al consumo de alimentos en el país tenemos los siguientes datos:



Con base en el Requerimiento Promedio Estimado (Estimated Average Requirement-EAR-) de las Referencias de Ingesta Dietética del Instituto de Medicina de Estados Unidos. Fuente: ENSANUT-ECU, 2011-2013. MSP. INEC. Elaboración: Freire et al



Ilustración 10 Prevalencia de consumos inadecuados de proteínas

Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

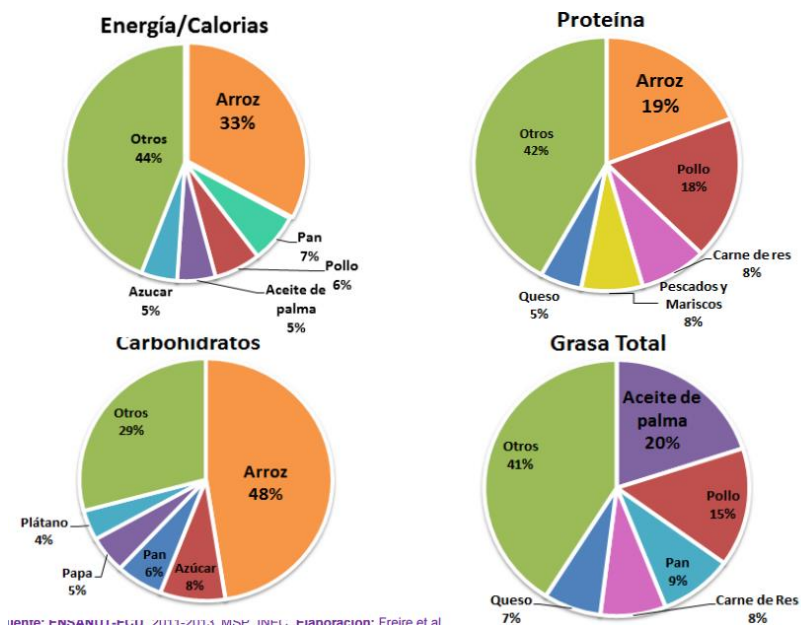


Ilustración 11 Alimentos que más contribuyen al consumo diario de energía, proteínas, carbohidratos y grasa a escala nacional

Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

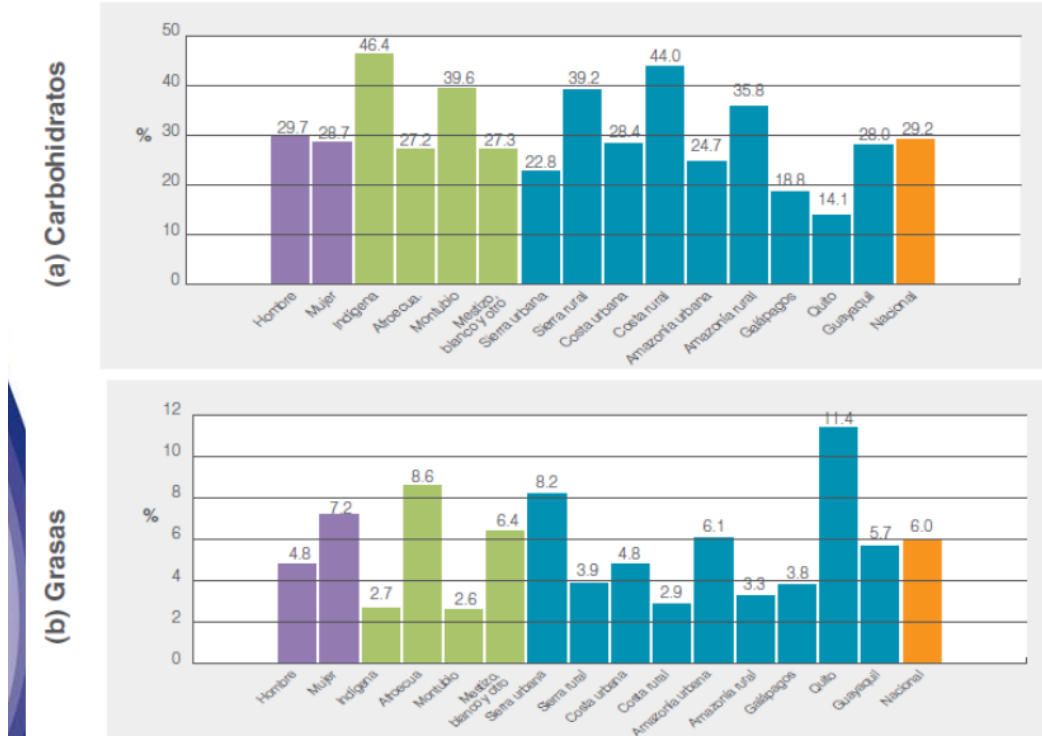


Ilustración 12 Prevalencia de consumos excesivos de carbohidratos y grasas, a escala nacional, por sexo, grupo étnico y subregión
Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

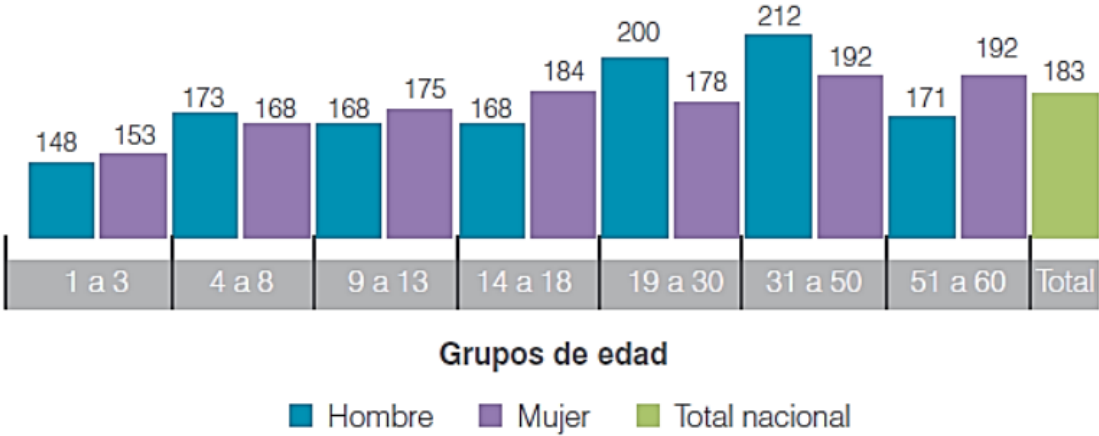


Ilustración 13 Consumo promedio de frutas y verduras, por sexo y edad, a escala nacional (gramos/día)*
Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

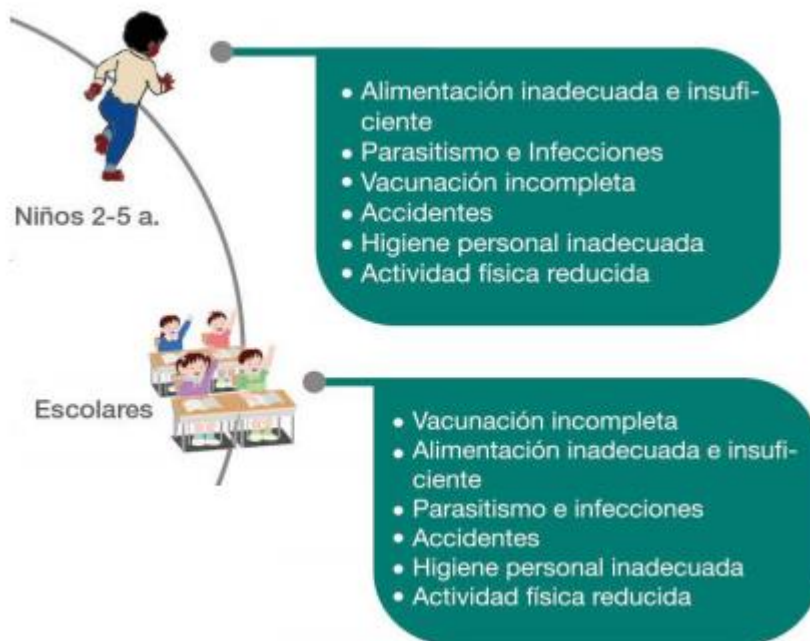


Ilustración 14 Determinantes de los problemas nutricionales

Fuente: (ENSANUT-ECU, 2014)

Por todo lo expuesto anteriormente es justificable la necesidad de contribuir a reducir los índices de estos perfiles epidemiológicos que afectan el normal desarrollo y crecimiento de los niños y jóvenes ecuatorianos.

Por otra parte, el emprendimiento se justifica también debido a que de acuerdo con la (SEMPLADES, 2014) en el “Plan Nacional del Buen Vivir “el objetivo número tres consiste en mejorar la calidad de vida de la población, específicamente en la política 3,6 que dice lo siguiente: “promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permita gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas”, es decir, el gobierno busca a través de sus entidades realizar controles, políticas, campañas u otro tipo de actividades, con la finalidad de concientizar a la población sobre la importancia de ingerir alimentos saludables que reduzca el riesgo de contraer enfermedades u otro tipo de problemas por descuido en la ingesta alimenticia.

Adicionalmente, La Ley Orgánica de Salud propuesta por el Ministerio de Salud Pública (2006) en el artículo 129 y 130, señala que: todas las instituciones

indistintamente del tipo de empresa que realicen actividades de comercialización y expendio de productos de consumo humano deben cumplir con la normas de vigilancia y control sanitarios expendidas por la Autoridad Sanitaria Nacional; en tal sentido y de acuerdo con la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimenticia, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 583 en el 2009 en el artículo 27 que indica que el Estado con el objetivo de disminuir y erradicar los problemas de nutrición en el país fomentara el consumo de alimentos nutritivos de origen agroecológico y orgánicos, esto se lo realizara mediante la realización de programas de educación nutricional, la identificación y etiquetado de los alimentos y su aporte alimenticio y otras políticas públicas de este ámbito. Además, según el artículo 28, está prohibido la venta de alimentos con bajo valor nutricional en los bares de los establecimientos educativos.

Por lo antes expuesto y de acuerdo con la ley, el proyecto de emprendimiento está justificado legalmente, esto significa una oportunidad única para la creación de una empresa encargada de mejorar los menús de los bares escolares con productos que contribuyan al crecimiento y desarrollo óptimo de los estudiantes ecuatorianos, esto se logra a través de un estudio de la situación actual de este tipo de negocios y los gustos y preferencias de los beneficiaros de esta idea de negocio, para poder elaborar dietas equilibradas y nutritivas que sean del agrado de los consumidores.

Es importante señalar que los Ministerios de Salud Pública y Ministerio de Educación (2014) diseñaron el reglamento para el control del funcionamiento de bares escolares del sistema nacional de educación, que consiste en las especificaciones, características, valores nutricionales y alimentos que deben cumplir este tipo de negocios para poder evitar multas y sanciones que perjudique su actividad económica.

En conclusión, el proyecto de emprendimiento se justifica desde la parte legal y debido a la importancia que tiene la elaboración de dietas o menús saludables que contribuyan en el crecimiento y desarrollo de niños y jóvenes. Sin embargo, si bien es cierto que los bares se han visto obligados a realizar cambios en los productos que comercializan, no cuentan con los conocimientos técnicos para la elaboración del tipo de alimentos que deberán comercializar, es por esto que una empresa especializada podrá recopilar

la información de la situación actual de cada uno de estos negocios, el tipo de alumnos que tiene y así elaborar una variedad de packs alimenticios, para que sean vendidos en cada unidad educativa.

2.4Objetivos

2.4.1 Objetivo General

- Crear una empresa que elabore kits de alimentos nutritivos para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Ambato.

2.5.1 Objetivos Específicos

- Diagnosticar los hábitos alimenticios y los productos que se comercializan a los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Ambato.
- Investigar el grado de aceptación del proyecto de emprendimiento en el segmento de mercado establecido.
- Proponer la creación de una empresa de elaboración de kits nutritivos y saludables para los niños y jóvenes de las instituciones educativas particulares de la ciudad de Ambato.

2.5 Beneficiarios

Como beneficiarios directos del proyecto, están quienes tendrán los beneficios de la inversión a efectuar de parte del emprendedor, en este caso son las instituciones particulares de la ciudad, las mismas que recibirán directamente los kits de alimentos nutritivos para ser comercializados en los bares de cada una de estas. Por otra parte, como beneficiarios indirectos serian conjuntamente los productores y proveedores, debido a que con este emprendimiento se pretenden contribuir al desarrollo económico de quienes facilitan las materias primas e insumos.

El impacto social que tiene el emprendimiento es alto, debido a que busca fabricar y comercializar productos sanos en base a la sugerencia del ministerio de salud, para reducir los problemas de nutrición que tienen los niños de las escuelas de la ciudad, con esto al brindarles una alimentación sana se contribuye también al desarrollo intelectual ya que la comida puede constituirse en el pilar fundamental de la concentración para los estudios, la energía para las actividades físicas y los nutrientes para el correcto crecimiento de los niños.

A continuación se muestra el listado de las escuelas particulares de la ciudad de Ambato:

Tabla 3
Institutos Particulares de la Ciudad de Ambato

Parroquia	Nombre	Dirección	F	M	Total
Matriz	Unidad Educativa Intercultural Bilingüe PCEI Pucara	Primera imprenta 1013 tomas Sevilla	20	24	44
	Unidad Educativa Génesis	Aguacollas s/n	68	100	168
	Unidad Educativa San Pio X	Himno Nacional 121 Cantares	196	1.444	1.640
Atocha	Escuela de Educación Básica Horizontes	Mirabeles Montalvo	58	60	118
	Santo Domingo De Guzmán	Av. Los Guaytambos Los Higos	1.486	274	1.760
	Glenn Doman	Ficoa	88	95	183
Celiano Monge	Unidad Educativa San Alfonso	Las limas aguacates	142	407	549
	Juan León Mera La Salle	Los Chasquis Sn Guayllabamba	711	1.007	1.718
	Jerusalén	Pichincha Alta José Mires	120	145	265
	Iberoamérica	Avenida Atahualpa Segundo Granja Almeida	51	75	126
Huachi chico	Escuela De Educación Básica Ecuatoriano Holandés	Barcelona 14116 Manuelita Sáenz	205	226	431
	Menor Indoamericana	Av. Manuelita Sáenz s/n av. VíctorHugo	153	217	370
	Ricardo Descalzi	Jácome Clavijo Ciudadela La Floresta	154	189	343
	Suizo	Antonio Neumane Entrada Huachi Progreso	135	133	268
	Elite Educativa	Av. VíctorHugo Ernesto Alvarado	106	157	263
	Mariscal Sucre	Madrid Barcelona	13	25	38
	Juan León Mera	Sergio Núñez Antonio Clavijo	15	24	39
	Josué	Diego NoboaS/N Vicente Ramón Roca	46	37	83
	Siglo XXI	Carlos Montufar 05-123 José De Antepara	4	5	9
	Eugenio Espejo	CotacachiAntizana	23	30	53
Huachi Loreto	Pestalozzi	Pasaje Villacres 23 Avenida Atahualpa	43	59	102
	Liceo Cristiano Emanuel	Azuay Oriente	89	104	193
	Planeta Azul	Amado Nervo Marcos Montalvo Y Pasaje S/N	41	59	100
	Popular Pichincha	Quevedo 008 Oriente	2	96	98
	ABC	Calle Chimul 116 Avenida El Rey y Los Andes	78	79	157
	Eugenio Espejo	Verde Loma Sn Quispicacha	127	154	281
	González Suárez	Avenida Pichincha Alta AvenidaQuizQuiz	430	854	1.284
	Latinoamericano	HuaynaCapac 01-20 Quimbalembó	45	85	130
	Bautista	Latacunga 04-121 Pichincha	116	196	312
	Pensionado La Merced	Simón Bolívar 05-46 5 De junio	154	273	427
La merced	Escuela de Educación Básica Santa Marianita De Jesús	Ayllon 0930 Darquea	251	99	350
	Centro de Educación Inicial La Alborada	Av. Cevallos 01115 Abdón Calderón	5	9	14
	Unidad Educativa PCEI Japón	Av. Cevallos 01117 Mariano Eguez	204	311	515
	Unidad Educativa PCEI Stephen Hawking	Bolívar 1964 Quito Y Castillo	638	832	1.470
	Unidad Educativa PCEI Juan Delfín Fonseca	Av. Cevallos 01117 Mera, Martínez	112	170	282
Matriz	Unidad Educativa PCEI Miguel De Cervantes	Montalvo 05-37 Sucre	126	198	324
	Escuela de Educación Básica Los Sauces	Av. Gómez De Cerna Vicente Ibáñez	66	78	144
	Unidad Educativa La Inmaculada	Avenida Miraflores 1-159 Las Margaritas	897	16	913
	Escuela de Educación Básica Centro Escolar Ecuador	Rocafuerte 1444 Montalvo- Castillo	86	117	203
	Unidad Educativa Rodríguez Albornoz	Shyris 001 12 de octubre	726	32	758
	Carmen Barona	Av. Cevallos 1782 Castillo	446		446

Parroquia	Nombre	Dirección	F	M	Total
	Unidad Educativa León Becerra	Av. Miraflores 201 Olmedo	205	226	431
	Unidad Educativa Shekina	Las Dalias 134 av. Miraflores	30	81	111
San Francisco	Escuela de Educación Básica La Providencia	Av. Cevallos 1430 Martínez y Lalama	435	228	663
	Unidad Educativa PCEI República de Argentina	Rocafuerte 17-20 Guayaquil	169	157	326
Matriz	Unidad Educativa Adventista Ambato	Eloy Alfaro Macasto Calle Cóndor Mirador	139	180	319
	Escuela de Educación Básica La Granja CEBLAG	Sevilla 03127 Antonio Clavijo	168	201	369
Atahualpa	Los nogales	Barrio Chipzalata	43	44	87
	Unidad Educativa Alemán	Entrada A Atahualpa	81	94	175
Huachi Loreto	Andino Centro Escolar	Darwin Junín	71	94	165
Atocha	Eco School	Reina Claudia 0157 Rodrigo Pachano	17	16	33
	Unidad Educativa CEBI	Modesto Chacón Av. Pedro Vascones Sevilla	195	197	392
	Unidad Educativa Atenas	Av. Pedro Vascones	324	329	653
	Escuela de Educación Básica Nuevo Mundo	Av. César Augusto Salazar Castillo Jácome	242	246	488
Izamba	Unidad Educativa Héroes del 95	VíaPíllaro Sector Yacupamba	33	48	81
	Escuela de Educación Básica El Prado	Barrio San Antonio de Viña Loma	2	11	13
	Unidad Educativa Mayor Galo Miño Jarrín	Sector Yacupamba Av. Pedro Vascones Sevilla	148	262	410
Totoras	INSUTEC	Barrio El Cristal	110	128	238
Huachi chico	Gregoire Girard	Noboa y Caamaño SN Gonzalo Zaldumbide	40	42	82
La península	Escuela de Educación Básica Nueva Esperanza	Montevideo Bogotá	26	33	59
Huachi chico	Juan pablo II	Legarda SNAv. Atahualpa y García Mogrovejo	97	121	218
La merced	Unidad Educativa Sagrada Familia	Avenida de las Américas 474 Brasil	373	409	782
	Tricolor Nacional	Calle Cuenca 1371 Calle Montalvo y Mera	24	32	56
Matriz	Unidad Educativa PCEI CADVRISH	Montalvo SN Cevallos	132	238	370
San francisco	Escuela de Educación Básica PCEI El Cosmopolita	Av. Cevallos 1032 Tomas Sevilla Y Eloy Alfaro	5	13	18
Huachi chico	UNIKIDS	Vía a Tisaleo	113	100	213
	Lemcis Plus	Av. Jácome Clavijo SN Av. Víctor Hugo	27	29	56
Matriz	Centro Infantil Bilingüe Arco Iris	Calle Pamplona 0172 Entre Cádiz Y Valencia	10	8	18
Huachi chico	Centro de Educación Inicial GioGio	Jácome Clavijo 1 Avenida Cervantes	6	16	22
Santa rosa	Centro de Educación Inicial Rinconcito De Ternuras	Simón Bolívar 00 Veinte Y Cuatro De Mayo	17	14	31
La merced	Centro de Educación Básica Nueva Era	Venezuela 0305 Puerto Rico	41	58	99
Matriz	Centro de desarrollo infantil mi pequeño mundo	Guayabas 0143 Rodrigo Pachano	78	84	162
Celiano Monge	Centro educativo inicial romina	José Mires 0142 Pichincha	19	21	40
Izamba	Centro de Educación Inicial Mi Segundo Hogar	Av. Indoamericana SN Los Huertos	15	3	18

Fuente: (Dirección de Análisis e Información Educativa (DNAIE), 2015)

2.6 Resultados a alcanzar

Los resultados que se buscan alcanzar en el presente proyecto de emprendimiento parten de la idea de crear una nueva empresa que se encargue de la elaboración de alimentos nutritivos y saludables para los bares escolares de la ciudad, para lo cual es necesario conocer la situación actual de este tipo de negocios y de esta manera determinar errores o falencias que puedan cometerse en su manejo; se busca también mejorar la calidad del servicio y productos que comercializan a los estudiantes, y de esta forma contribuir al crecimiento y desarrollo de los niños y jóvenes de las instituciones educativas de Ambato.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción del producto

3.1.1 Características

El producto de los kits nutritivos para niños de las escuelas particulares de la ciudad de Ambato consiste en un conjunto de alimentos saludables que contribuyan en la dieta de niños entre 5 y 14 años de la educación básica general.

Los kits deben contener estas cantidades de cada nutriente, sin embargo, debido a la necesidad de diversificar los menús, podrían variar un poco sin sobrepasar el límite permitido:

INGESTA DIARIA RECOMENDADA DE ENERGÍA Y NUTRIENTES PARA ESCOLARES				
Ambos sexos				
Rango de edad	Energía (Kcal)	Carbohidratos (g)	Proteína (g)	Grasa (g)
3 - 4 años	375	51,56	14,06	12,5
5 - 9 años	492	67,65	18,45	16,4
10 -14 años	698,2	96	26,18	23,27
14- 18 años	856,7	117,8	25,7	28,56

Ilustración 15 Ingesta diaria recomendada de energía y nutrientes
Fuente: (Ministerio de Educación y Ministerio de Salud Pública, 2010)

A continuación, se presentan algunas opciones de menús para 20 días:

Tabla 4
Opciones de menús

Lonchera	Componentes	Valor nutricional
1	Barrita de Cereal 1 banano pequeño Yogurt de fresa bajo en grasa Agua	307 calorías 5.6 g grasa 3.6 g fibra
2	2 tortillas de maíz 2 oz de jamón de pavo 6 fresas partidas Yogurt líquido (200ml)	233 calorías 3.3 g grasa 4.5 g fibra
3	Pan de harina de trigo con Atún y Manzana 10 palitos de zanahoria 1 cajita leche semi-descremada (250 ml)	260 calorías 6.3 g grasa 3.6 g fibra
4	1 paquete de galletas integrales ¼ taza de atún escurrido con ½ cada mayonesa liviana 1 manzana pequeña con cáscara Néctar de pera Light (250 ml)	243 calorías 4.8 g grasa 4.5 g fibra
5	Tostada con Pavo y aderezo natural Té frío sin calorías	292 calorías 7.6 g grasa 1.4 g fibra
6	1 galleta de avena integral 1 ciruela Leche saborizada de fresa (250 ml)	310 calorías 8 g grasa 2.9 g fibra
7	½ Waffle con Mantequilla de Maní 1 cajita leche descremada (250 ml)	255 calorías 7.9 g grasa 1.9 g fibra
8	Mango en trocitos (1/2 taza) 5 palitos de ajonjolí Yogurt líquido de melocotón (200ml) ½ taza de fresas en rodajas	344 calorías 4.9 g grasa 3.7 g fibra 207 calorías
9	Taquito: 1 tortilla de trigo pequeña con frijoles molidos y queso mozzarella Agua	4.9 g grasa 4 g fibra
10	½ taza de sandía en cuadrillos ½ taza de cereal seco con fibra 1 yogurt de vainilla (4 oz) 8 uvas grandes	238 calorías 3 g grasa 4 g fibra 172 calorías
11	2 galletas de arroz con mantequilla de maní Agua	5.1 g grasa 2.2 g fibra 230 calorías
12	Postre helado de Fresa Banano Agua saborizada sin calorías 1 taza de palomitas de maíz sin mantequilla	2 g grasa 8 g fibra 191 calorías
13	1 oz de queso mozzarella Jugo de manzana 100% natural 1 kiwi picado en trocitos	3,7 g grasa 2.2 g fibra 253 calorías
14	1 oz de pretzels Leche con chocolate light 1 banano pequeño	2.3 g grasa 4.4 g fibra 210 calorías
15	1 panqueque de arándano 1 cajita de leche descremada (250 ml)	3.7 g grasa 2 g fibra
16	2 rodajas de pan integral con queso fresco y tomates cherry Jugo de uva 100% natural	288 calorías 3g grasa 4 g fibra
17	Pizza con Jamón 1 nectarino Jugo de arándanos sin azúcar Pepino rayado con limón	266 calorías 3.4g grasa 2.6 g fibra 268 calorías
18	Snack Mix de Cereal Leche de soya de vainilla	8.8 g grasa 1 g fibra

Lonchera	Componentes	Valor nutricional
19	Melocotones con Queso Cottage	291 calorías
	6 biscochos de maíz bajos en grasa	3.6 g grasa
	1 yogurt de vainilla (4 oz)	1.7 g fibra
20	Pan integral 2 rodajas	252 calorías
	Ensalada de tomate con queso fresco	6.3 g grasa
	Jugo de naranja 100% natural	1.6 g fibra

Elaborado por: Elizabeth Tipán| (2017)

3.1.2 Los beneficios

Los beneficios de este emprendimiento para los estudiantes de las unidades educativas son las siguientes:

- Se debe consumir proteínas de alta calidad, hidratos de carbono complejos (almidón) integrales están las fibras, vitaminas del complejo B, vitaminas A y E, finalmente minerales como hierro.
- Realizar un kit completo, por lo que de esta manera el cerebro podrá recibir la glucosa necesaria para el correcto funcionamiento a lo largo del día.
- Distribuir la alimentación realizando 4 a 6 tipos de menú de comidas, por lo que aportamos al cerebro una excelente glucosa.

3.1.3 Horarios de atención

El horario de atención de este emprendimiento inicia (7:00 am) y finaliza (16:00 pm), por consiguiente, este tiempo se ajusta al proceso de preparación, distribución, entrega y abastecimiento para la elaboración del kit alimenticio.

3.1.4 Equipos

Los equipos en este emprendimiento se relacionan a las áreas de producción, administración, distribución y entrega del kit alimenticio, en caso que cualquier bar de la unidad educativa necesite un menú especial, se efectúa el respectivo abastecimiento de producto.

3.2 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es la selección correcta de la población, por medio de la correcta identificación de las variables de estudio del bien o servicio a estudiar. (Hellriegel, Jackson, & Slocum, 2013).

Para la segmentación de mercado se toma en cuenta las escuelas particulares con más de 100 estudiantes:

Tabla 5

Variables de Segmentación

Variables de segmentación	Variable	Dato	Fuente
Demográfica	Número de unidades educativas con estudiantes mayor a 100	51	Ministerio de Educación
Demográfica	Número de estudiantes	23078	Ministerio de Educación

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El segmento de mercado para el proyecto de emprendimiento se estratifico en número de unidades educativas con estudiantes mayor a 100 (51) y número de estudiantes (23078).

3.2.1 Investigación de mercado

3.2.1.1 Fuentes de investigación

Las fuentes de información se denomina a las herramientas que contiene los conocimientos necesarios para comprender las situaciones científicas para la toma de decisiones o evaluar los proyectos ya ejecutados (Grande & Abascal, 2013).

Por lo que, el autor lo clasifica:

Tabla 6
Fuentes de información

Fuente	Definición
Primaria	Contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual. Son documentos primarios: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas.
Secundaria	Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Son fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones.

Elaborado por: Elizabeth Tipán| (2017)

3.2.1.2 Población y muestra

La muestra es el objetivo de conocer los parámetros de una o más variables de la población seleccionada, es decir, es la pequeña parte del universo a estudiar (representación muestral) (Pérez, Covadonga, Río, & López, 2013).

Para el cálculo de la muestra se utilizó dos muestras: el número total de unidades educativas que tenga mayor a 100 estudiantes y el número total de estudiantes:

Tabla 7
Cálculo de la muestra A y B

Descripción	Población A	Población B
Población	51	23078
Ocurrencia de levantamiento de información	0.5	0.5
No ocurrencia de levantamiento de información	0.5	0.5
Error estándar	5%	5%
Valor estándar (distribución normal)	1.96	1.96

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

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

Población A:

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)(51)}{(51 - 1)0,05^2 + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 45$$

Población B:

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)(23078)}{(23078 - 1)0,05^2 + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = 378$$

Se estableció las muestras de 45 bares y 378 padres de familia de los estudiantes de las instituciones educativas.

3.2.1.3 Técnicas e instrumentos

Para la realización de la presente investigación se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

Tabla 8
Técnicas e instrumentos

Tipo de información	Técnicas de investigación	Instrumento de investigación
Información Secundaria.	Lectura Comprensiva.	Tesis de pregrado y posgrado. Libros de Administración Marketing.
Información Primaria.	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

3.2.1.4 Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



Introducción: La presente encuesta tiene el objetivo de recopilar información sobre la aceptación de un kit nutritivo de alimentos que contribuyan en el desarrollo de los niños de las escuelas particulares de la ciudad.

Instrucciones: Marque con una (X) la respuesta que considere correcta.

CUESTONARIO

1. ¿Conoce todas las disposiciones del MSP en el tema del manejo de los bares escolares?

Todas	
Algunas	
Ninguna	

2. ¿Está de acuerdo con que se regularicen los alimentos que comercializa en su negocio por parte del MSP?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

3. La mayoría de los alimentos que comercializa en su negocio están hechos en base a:

Frutas	
Verduras y hortalizas	
Cereales	
Lácteos	
Proteínas (pollo, carne, pescado, huevos)	
Carbohidratos (pastas, pan, arroz etc.)	
Productos enlatados o envasados	
Snacks (papas fritas, chitos, etc.)	

4. ¿Está de acuerdo que los hábitos alimenticios de los niños provienen de la educación que reciben en casa?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

5. ¿Estaría de acuerdo en comercializar un kit de alimentos nutritivos elaborado en base al porcentaje de ingesta de energía y nutrientes recomendado por el MSP en su negocio para contribuir en la mejoría de los hábitos alimenticios de los niños?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

6. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto a adquirir los kits de alimentos saludables?

Diaria	
Semanal	
Mensual	
Trimestral	
Semestral	

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el kit, conociendo que incluye varias opciones de alimentos que cumplen con los porcentajes de ingesta de energía y nutrientes sugerida por el MSP?

\$ 1,75	
\$ 2,00	
\$ 2,25	
\$ 2,50	

8. ¿Cuántos niños compran en su bar en promedio?

Entre 100 y 150	
Entre 151 y 200	
Entre 201 y 250	
Entre 251 y 300	
301 o mas	

9. De las siguientes opciones en base a su criterio, ¿Cuál considera que debe ser la característica más importante para la comercialización de los kits?

Menú y calidad	
Diseño del empaque	
Valor Nutritivo	
Variedad de alimentos	

10. ¿Cuál considera que sería la mejor estrategia para lograr mejorar los hábitos alimenticios de los niños?

Campaña de Concientización	
Merchandising	
Publicidad en medios de comunicación	
Flyers, dípticos, entre otros.	
Promoción por lanzamiento del producto	

11. ¿Qué beneficios le gustaría recibir por adquirir los kit?

Obsequios	
Mayor cantidad de producto	
2 x 1	
Kits adicionales por volumen de compra	
Material publicitario	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



Introducción: La presente encuesta tiene el objetivo de recopilar información sobre la aceptación de un kit nutritivo de alimentos que contribuyan en el desarrollo de los niños de las escuelas particulares de la ciudad.

Instrucciones: Marque con una (X) la respuesta que considere correcta.

Datos Generales

a. Genero

Masculino	
Femenino	

b. Edad

20-30 años	
31-40 años	
41-50 años	
51-60 años	
60 años o mas	

c. Estado civil

Soltero	
Casado	
Divorciado	
Viudo	
Unión Libre	

d. Número de hijos

1 hijo	
2 hijos	
3 o mas	

CUESTIONARIO

1. ¿Está usted de acuerdo en que se regulen los alimentos que se comercializan en los bares de las escuelas?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

2. ¿Envía usted a sus niños loncheras a la escuela o dinero para que compren en los bares?

Lonchera	
Dinero ¿Cuánto? _____	

3. De los siguientes alimentos. ¿Cuál considera que son los más apetecidos por los niños?

Frutas	
Verduras y hortalizas	
Fibra (cereales)	
Lácteos	
Proteínas (pollo, carne, pescado, huevos)	
Carbohidratos (pastas, pan, otros)	
Productos enlatados o envasados	
Snacks	

4. ¿Conoce usted si en los bares de la escuela donde estudia su hijo comercializan un kit de alimentos nutritivos?

Si	
No	

5. ¿Estaría interesado en adquirir kits de alimentos nutritivos elaborados en base al porcentaje de ingesta de energía y nutrientes recomendado por el MSP que contribuyan al crecimiento de los niños que en los bares de las escuelas?

Si	
No	

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el kit, conociendo que incluye varias opciones de alimentos que cumplen con los porcentajes de ingesta de energía y nutrientes sugerida por el MSP?

\$ 1,75	
\$ 2,00	
\$ 2,25	
\$ 2,50	

7. ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a adquirir el kit para sus hijos?

1 o 2 kits	
3 o 4 kits	
5 kits	

8. ¿Qué canal de distribución considera apropiado para la comercialización de los kits?

Directo en el bar de la escuela	
En supermercados	
Servicio a domicilio	

9. De las siguientes opciones en base a su criterio, ¿Cuál considera que es el principal atributo para que usted tome la decisión de comprar el kit de alimentos nutritivos?

Menú y calidad	
Calidad	
Diseño del empaque	
Valor Nutritivo	
Variedad de alimentos	
Precio	

10. ¿Cuál considera que sería la mejor estrategia para lograr mejorar los hábitos alimenticios de los niños?

Campaña de Concientización	
Merchandising	
Publicidad en medios de comunicación	
Flyers, dípticos, entre otros.	
Promoción por lanzamiento del producto	

11. ¿Qué beneficios le gustaría recibir por adquirir los kit?

Obsequios	
Mayor cantidad de producto	
2 x 1	
Kits adicionales por volumen de compra	
Material publicitario	

3.2.1.5 Comprobación de la encuesta

Dentro del proyecto de emprendimiento se estableció dos encuestas, la primera dirigida a los dueños de los bares de las Unidades Educativas seleccionadas de la ciudad de Ambato y la segunda a los padres de familia.

La configuración de la encuesta dirigida a los dueños de los bares de las Unidades Educativas y padres de familia, se efectuó un análisis de la validación del instrumento utilizando el test estadístico del Alfa de Cronbach.

Tabla 9

Alfa de Cronbach del instrumento de recolección uno

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,968	,974	11

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta uno.

El 96,8% del resultado de comprobación de la encuesta uno, efectuado a 45 Unidades Educativas de la Ciudad de Ambato, correspondiente al tema de emprendimiento, por lo que el Alfa de Cronbach autoriza la recolección de datos, es decir que la información plasmada dentro del estudio de mercado es correcta para reducir el riesgo de pérdida de la empresa.

Tabla 10

Alfa de Cronbach del instrumento de recolección dos

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,966	,982	15

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta dos.

El 96,6% del resultado de comprobación de la encuesta dos, efectuado a 378 padres de familia seleccionados de las Unidades Educativas de la Ciudad de Ambato, correspondiente al tema de emprendimiento, por lo que el Alfa de Cronbach autoriza la recolección de datos, es decir que la información plasmada dentro del estudio de mercado es correcta para el cálculo respectivo de la oferta (personas-productos) y demanda (personas-productos).

3.2.1.6 Análisis e interpretación

Tabla 11

Pregunta 1. Propietario de los bares

¿Conoce todas las disposiciones del MSP en el tema del manejo de los bares escolares?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Todas	22	49	25
Algunas	16	36	18
Ninguna	7	16	8
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

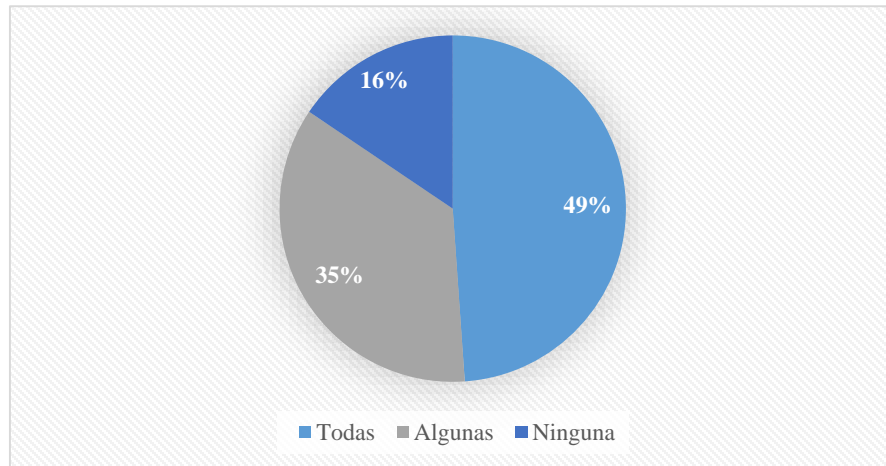


Ilustración 16 Pregunta 1. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017).

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los dueños de los bares de las instituciones educativas no conocen a profundidad las disposiciones del control alimenticio del MSP, de acuerdo a datos proporcionados por la encuesta aplicada; por lo que, se puede mencionar que incumplen con las condiciones y reglamentaciones necesarias sobre alimentación para los jóvenes estudiantes, este es un tema que deben tener en consideración, esto es a los organismos de control suelen hacer revisiones de sorpresa a este tipo de negocios y el no realizar o cumplir con las disposiciones es motivo de sanciones y multas que perjudican el prestigio del bar y ocasiona desconfianza por parte de los padres de los niños.

Tabla 12

Pregunta 2. Propietario de los bares

¿Está de acuerdo con que se regularicen los alimentos que comercializa su negocio por parte del MSP?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Totalmente de acuerdo	16	36	18
De acuerdo	10	22	11
Indiferente	4	9	5
En desacuerdo	7	16	8
Totalmente en desacuerdo	8	18	9
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

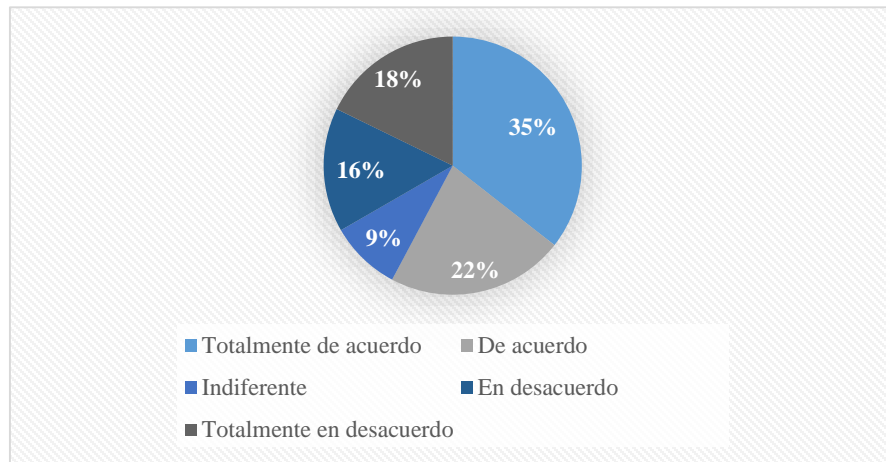


Ilustración 17 Pregunta 2. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

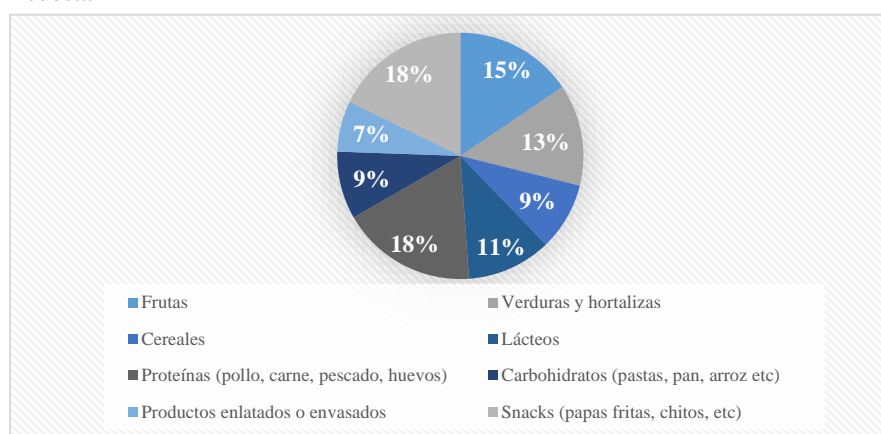
Los dueños de los bares educativos están totalmente de acuerdo en el tema de la regularización de los alimentos, sin embargo, también consideran que la nutrición es un tema que se debe atender de manera prioritaria en casa de cada niño, esto debido a que si no se tiene los hábitos de comer saludable no habrá aceptación por el nuevo kit, ya que es indiscutible que los niños prefieren la comida chatarra antes que algo saludable, es por eso que los padres juegan un papel importante en educar a sus niños sobre la importancia de comer bien y que no es sinónimo de que sea comida fea, al contrario se comercializaran productos deliciosos y nutritivos.

Tabla 13

Pregunta 3. Propietario de los bares

La mayoría de los alimentos que comercializa en su negocio están de hechos en base a:

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Frutas	7	16	8
Verduras y hortalizas	6	13	7
Cereales	4	9	5
Lácteos	5	11	6
Proteínas (pollo, carne, pescado, huevos)	8	18	9
Carbohidratos (pastas, pan, arroz etc.)	4	9	5
Productos enlatados o envasados	3	7	3
Snacks (papas fritas, chitos, etc.)	8	18	9
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta**Ilustración 18**Pregunta 3 Propietario de los bares**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017).**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

Los snacks, frutas, verduras y hortalizas son los productos que se comercializan dentro de los bares de las instituciones educativas, por consiguiente, este se convierte en el punto de partida para un diseño de un buen kit alimenticio. Además, se debe considerar como se mencionó anteriormente el tema de los hábitos de cada niño para que de esta manera se puedan elaborar menús en base a sus gustos, para de manera progresiva ir insertando nuevos y mejores alimentos que contribuyan a la salud y desarrollo de los niños.

Tabla 14

Pregunta 4. Propietario de los bares

¿Está de acuerdo que los hábitos alimenticios de los niños provienen de la educación que reciben en casa?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Totalmente de acuerdo	16	36	18
De acuerdo	10	22	11
Indiferente	7	16	8
En desacuerdo	5	11	6
Totalmente en desacuerdo	7	16	8
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

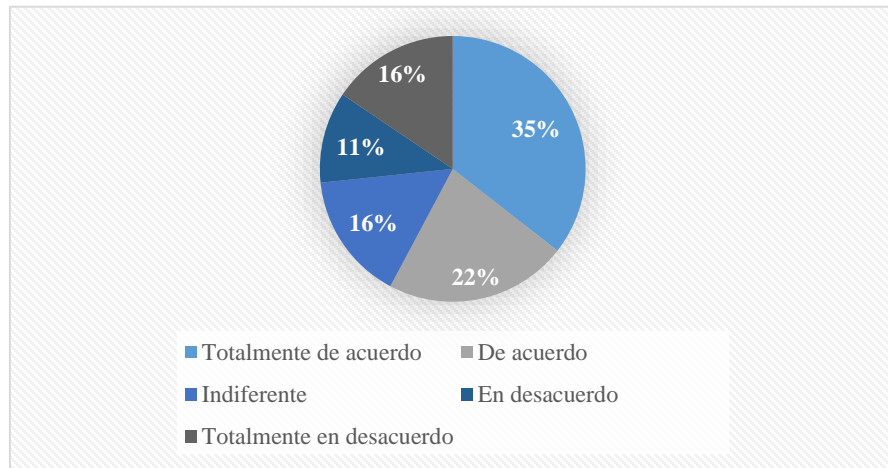


Ilustración 19 Pregunta 4. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

La experiencia adquirida de los dueños de bares de las instituciones educativas, la educación alimenticia proviene de la casa, lo cual significa, que las campañas de concientización deben de ejecutarse para padres de familia y las unidades educativas, para poder llegar con el nuevo producto a los niños que conscientes de la importancia de comer sano, verán el kit como una opción rica y saludable para ser consumida en los recreos.

Tabla 15

Pregunta 5. Propietario de los bares

¿Estaría de acuerdo en comercializar un kit de alimentos nutritivos elaborado en base al porcentaje de ingesta de energía y nutrientes recomendado por el MSP en su negocio para contribuir en la mejoría de los hábitos alimenticios?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Totalmente de acuerdo	13	29	15
De acuerdo	16	36	18
Indiferente	7	16	8
En desacuerdo	5	11	6
Totalmente en desacuerdo	4	9	5
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

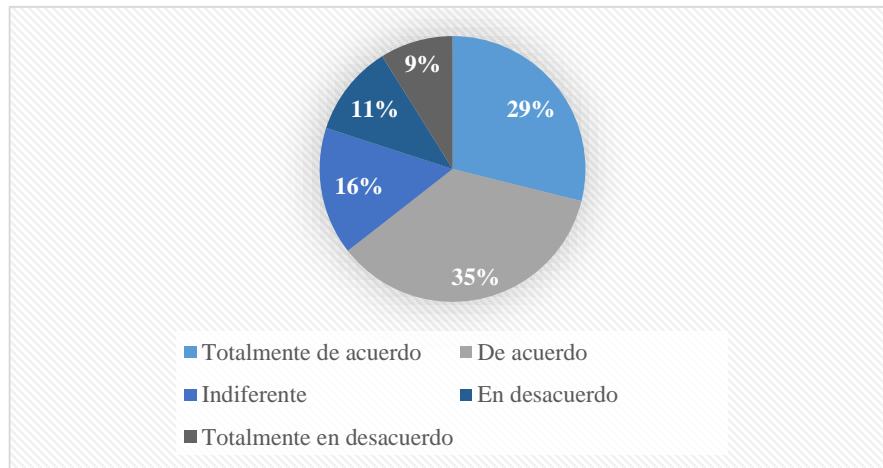


Ilustración 20 Pregunta 5. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

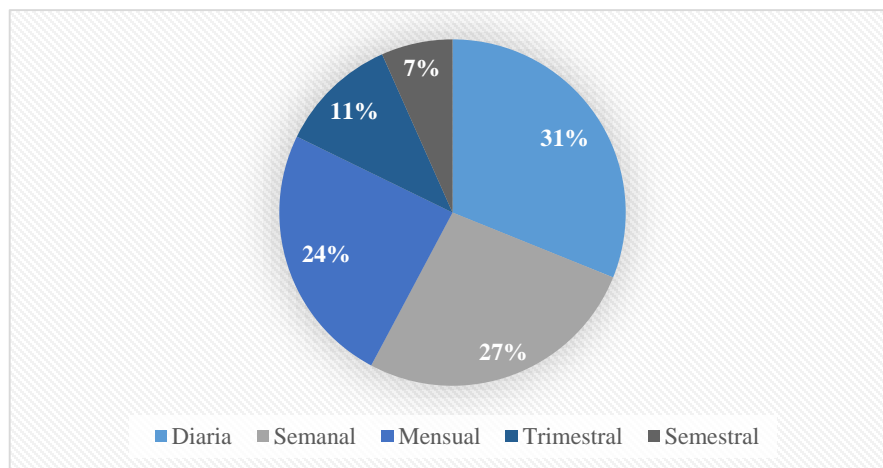
Los dueños de los bares están totalmente de acuerdo en la comercialización del kit de alimentos que cumplan con la normativa del MSP, es decir, la demanda del producto está latente, es por ello que se les debe dar a conocer los beneficios del kit a los dueños del negocio, y en un trabajo en conjunto poder llegar a todos los niños para que comprendan que el producto les beneficiara para su crecimiento y desarrollo.

Tabla 16

Pregunta 6. Propietario de los bares

¿Con que frecuencia estaría dispuesto a adquirir los kits de alimentos saludables?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Diaria	14	31	16
Semanal	12	27	14
Mensual	11	24	12
Trimestral	5	11	6
Semestral	3	7	3
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta**Ilustración 21** Pregunta 6. Propietario de los bares**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

La frecuencia de compra del kit de alimentos saludables de parte de los dueños de bares, es diaria, por lo que, se concluye que antes de la ejecución del emprendimiento el producto tiene la debida aceptación y hace que el mercado sea más atractivo para ir incrementando progresivamente el número de unidades que se deben producir para llegar a más niños.

Tabla 17

Pregunta 7. Propietario de los bares

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el kit, conociendo que incluye varias opciones que cumplen con los porcentajes de ingesta de energía y nutrientes sugerida por el MSP?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
1,75	16	36	18
2,00	13	29	15
2,25	10	22	11
2,50	6	13	7
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

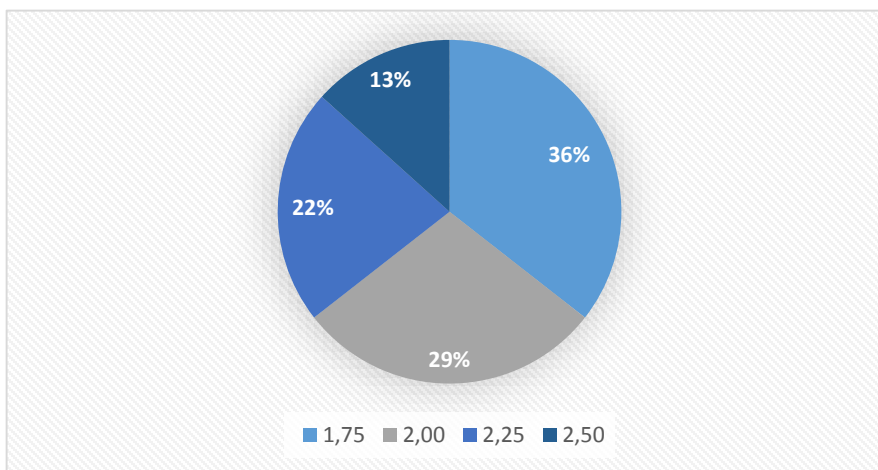


Ilustración 22 Pregunta 7. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

El precio que están dispuestos a cancelar los dueños de bares de las instituciones educativas por adquirir el kit alimenticio es de 1.75, hay que tener en cuenta que este valor puede ser modificado o variar dependiendo de la situación económica (inflación) y los gastos que puedan incrementar ya en la práctica. Sin embargo, es un precio agradable teniendo en cuenta que los chicos llevan aproximadamente \$3 dólares diarios a las instituciones educativas.

Tabla 18

Pregunta 8. Propietario de los bares

¿Cuántos niños compran en su bar en promedio?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
100 y 150 estudiantes	9	20	10
151 y 200 estudiantes	8	18	9
201 y 250 estudiantes	17	38	19
251 y 300 estudiantes	6	13	7
301 o más estudiantes	5	11	6
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

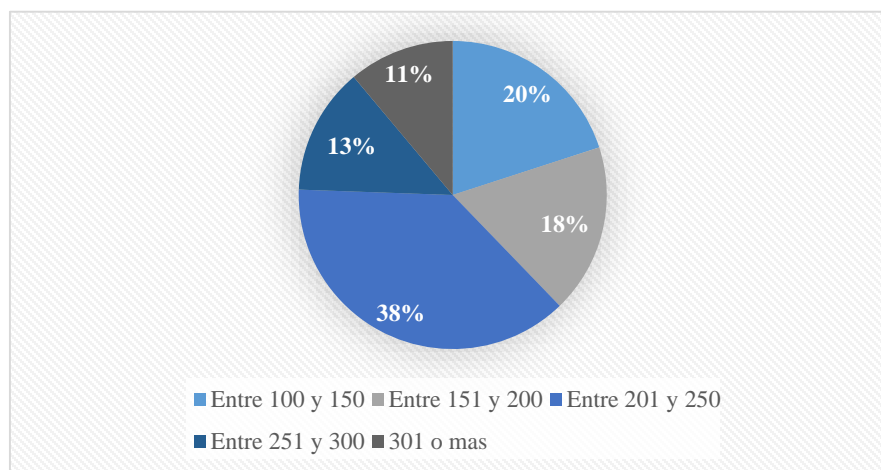


Ilustración 23 Pregunta 8. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Se observa que el número promedio de niños que adquieren los productos dentro de los bares educativos es de 201 y 250 personas al día, por lo que esta respuesta es de mucha importancia para el desarrollo del estudio de la oferta (personas-productos) y demanda (personas-productos) y hacen bastante atractivo al mercado, teniendo en cuenta que en el medio no existen una competencia definida.

Tabla 19

Pregunta 9. Propietario de los bares

De las siguientes opciones en base a su criterio, ¿Cuál considera que debe ser la característica más importante para la comercialización de los kits?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Menú y calidad	13	29	15
Diseño del empaque	16	36	18
Valor nutritivo	7	16	8
Variedad de alimentos	9	20	10
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

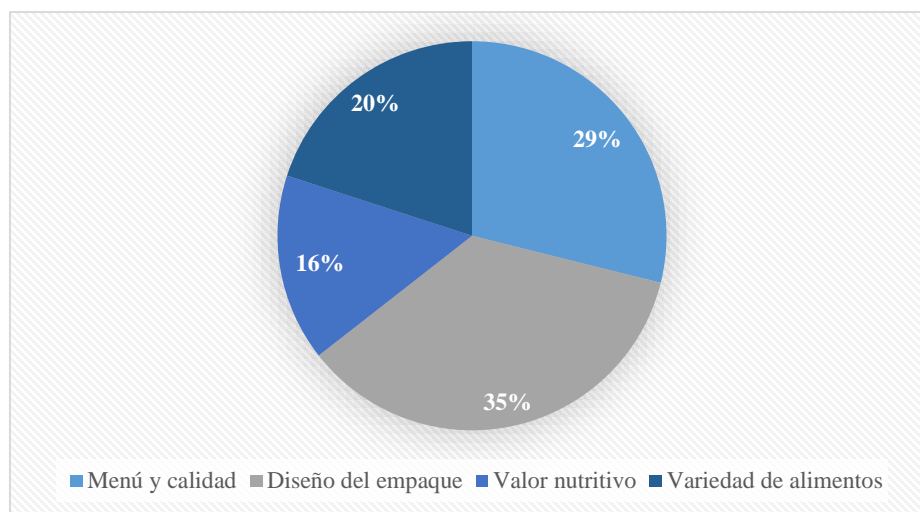


Ilustración 24 Pregunta 9. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017).

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

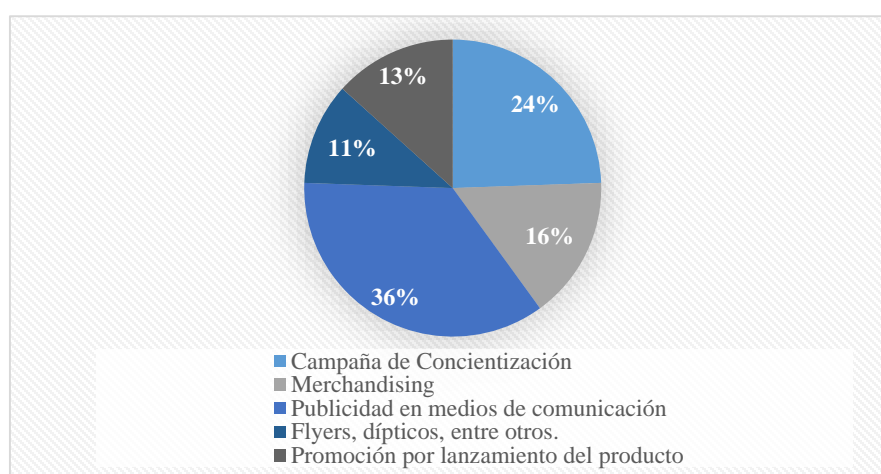
Con respecto a las estrategias de comercialización la mayoría de los dueños de los bares educativos identificaron dos: diseño del empaque, menú y calidad, es decir que el producto debe contener estos atributos y tomarlos en consideración para la ejecución eficiente del emprendimiento, para hacer al producto más llamativo y atractivo para que logre un impacto en la mente de los consumidores.

Tabla 20

Pregunta 10. Propietarios de los bares

¿Cuál considera que sería la mejor estrategia para lograr mejorar los hábitos alimenticios de los niños?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Campaña de Concientización	11	24	12
Merchandising	7	16	8
Publicidad en medios de comunicación	16	36	18
Flyers, dípticos, entre otros.	5	11	6
Promoción por lanzamiento del producto	6	13	7
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta**Ilustración 25** Pregunta 10. Propietario de los bares**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017).**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

Las estrategias de comercialización seleccionadas por la mayoría de los dueños de los bares que contribuyan a mejorar los hábitos alimenticios de los niños fueron estas: campaña de concientización, publicidad en medios de comunicación, que se deben tomar en consideración para poder aplicarlas y llegar de una manera correcta hacia los clientes potenciales.

Tabla 21

Pregunta 11. Propietario de los bares

¿Qué beneficios le gustaría recibir por adquirir los kits?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Obsequios	8	18	9
Mayor cantidad de producto	9	20	10
2 x 1	15	33	17
Kits adicionales por volumen de compra	7	16	8
Material publicitario	6	13	7
Total	45	100	51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

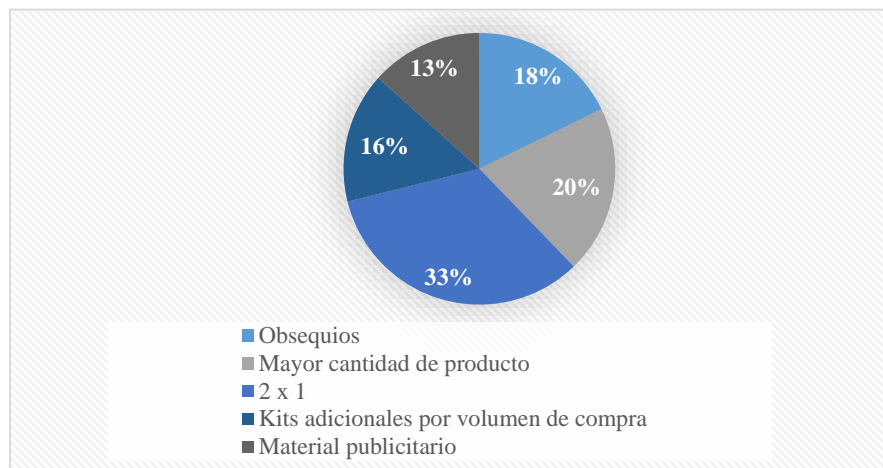


Ilustración 26 Pregunta 11. Propietario de los bares

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017).

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los dueños de los bares de las unidades educativas identificaron estos beneficios especificados como: 2x1, mayor cantidad de producto y material publicitario, por consiguientes, estas tácticas deben tener el análisis respectivo dentro del desarrollo del estudio de mercado para así lograr mantener la fidelidad de los clientes.

Encuesta a los padres de familia

Tabla 22

Género

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Masculino	166	44	10135
Femenino	212	56	12943
Total	378	100	23978

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

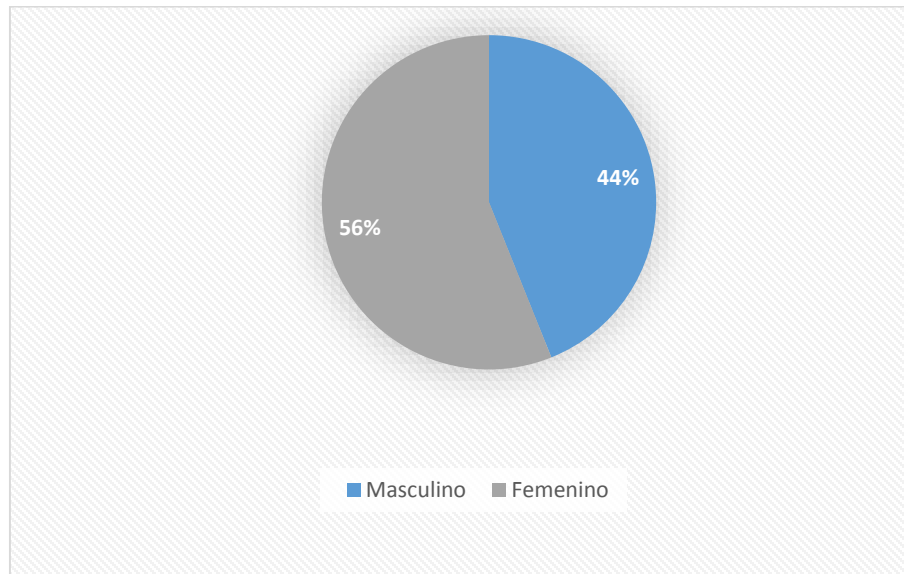


Ilustración 27 Género de la persona encuestada

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Las mujeres tuvieron mejor predisposición al momento de ejecutarles las encuestas. Por otro lado, si se tiene en cuenta en la familia la que conoce las costumbres alimenticias de los hijos e hijas son las madres, lo cual nos ayuda para diseñar estrategias en base a las respuestas expuestas dentro de la encuesta.

Tabla 23

Escala de edad del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
20 - 30 años	91	24	5556
31 - 41 años	136	36	8303
41 - 50 años	93	25	5678
51 - 60 años	39	10	2381
60 años o más	19	5	1160
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

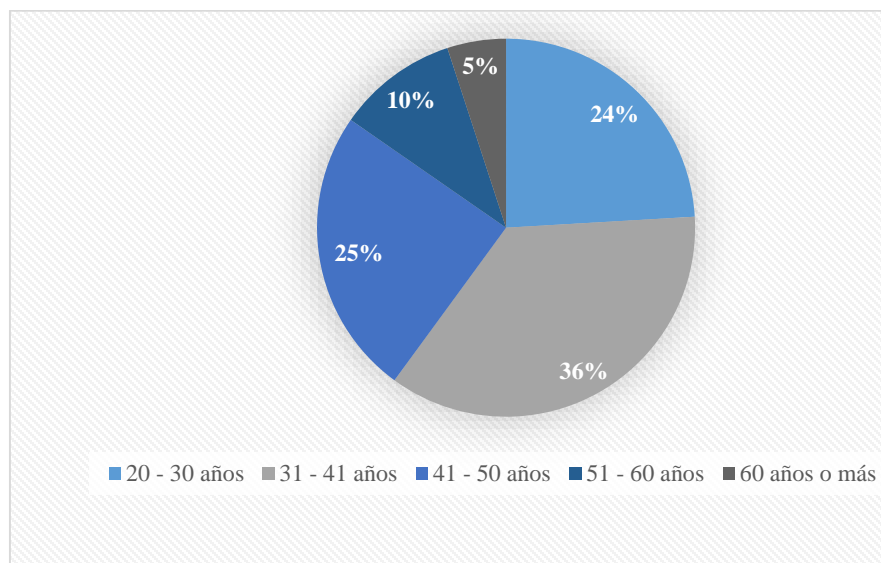


Ilustración 28 Escala de edad del encuestado

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Se toma en consideración a personas entre 31-41 años, en primer lugar, porque son el grupo más grande de la encuesta; por otra parte, ese grupo de edad corresponde a los padres de familia que tienen hijos en edad escolar, que les inculcan hábitos que definen su estilo de vida, además este grupo son los que tienen estabilidad económica, y la capacidad para sostener los gastos familiares.

Tabla 24

Estado civil del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Soltero	86	23	5251
Casado	135	36	8242
Divorciado	66	17	4029
Viudo	26	7	1587
Unión libre	65	17	3968
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

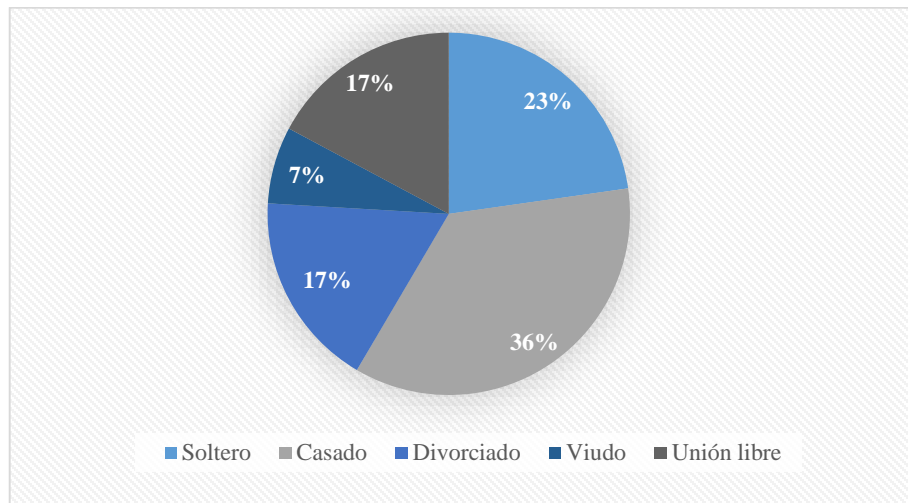


Ilustración 29 Estado civil del encuestado

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

El grupo mayoritario que accedió a contestar la encuesta son padres de familia de estado civil casado y además poseen los conocimientos necesarios para comprender la importancia de la nutrición familiar.

Tabla 25
Número de hijos del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
1 hijo	234	62	14286
2 hijos	144	38	8792
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017).

Fuente: Encuesta

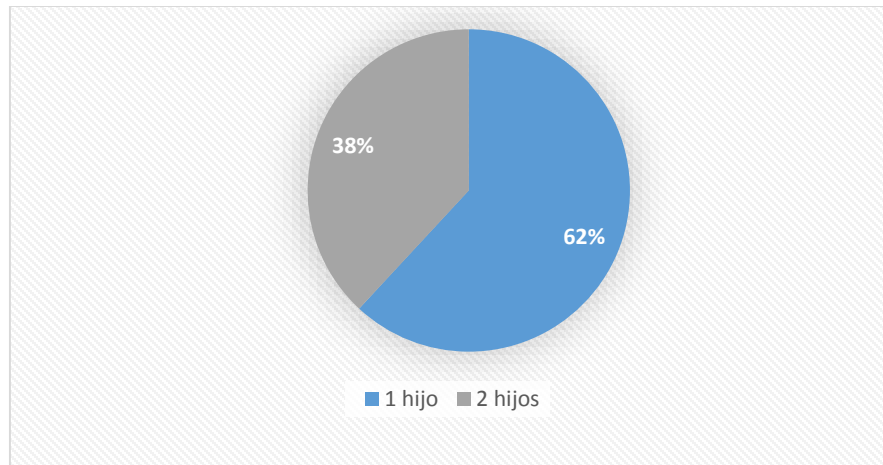


Ilustración 30 Número de hijos del encuestado

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

De acuerdo a la muestra recolectada se conoce que las personas actualmente tienen en promedio un hijo, por lo que, es necesario que los padres se preocupen en la nutrición con la finalidad que eviten problemas de salud.

Tabla 26

Pregunta 1. Padres de Familia

¿Está usted de acuerdo en que se regulen los alimentos que se comercializan en los bares de la escuela?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Totalmente de acuerdo	49	13	2992
De acuerdo	79	21	4823
Indiferente	126	33	7693
En desacuerdo	67	18	4091
Totalmente en desacuerdo	57	15	3480
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

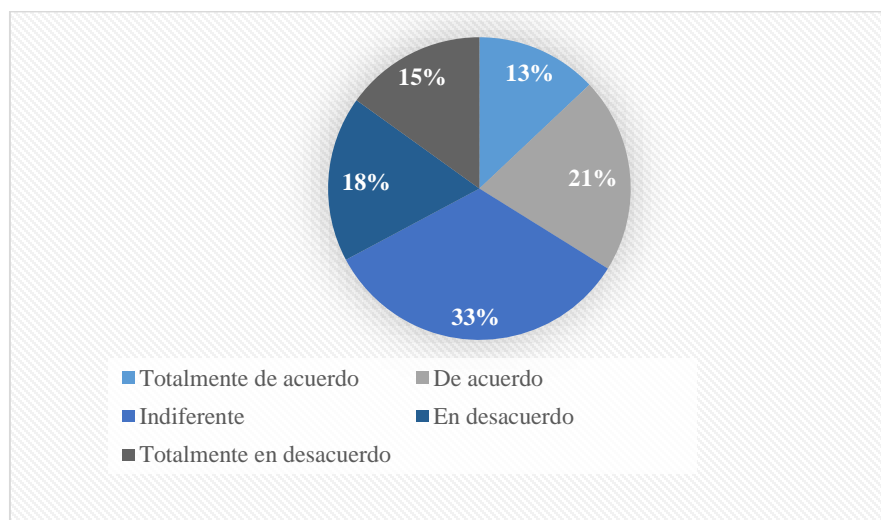


Ilustración 31 Pregunta 1. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los padres de familia están de acuerdo con que se realicen regulaciones en cuanto a la comida que se comercializa en los bares de las escuelas, ya que así contribuyen con el desarrollo de sus hijos y les ayudan a fomentar los hábitos de alimentación adecuada para evitar cualquier tipo de enfermedades o problemas en el crecimiento.

Tabla 27

Pregunta 2. Padres de Familia

¿Envía usted a sus niños loncheras a la escuela o dinero para que compren en los bares?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Lonchera	254	67	15507
Dinero ¿Cuánto? _ _ _ _ _	124	33	7571
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

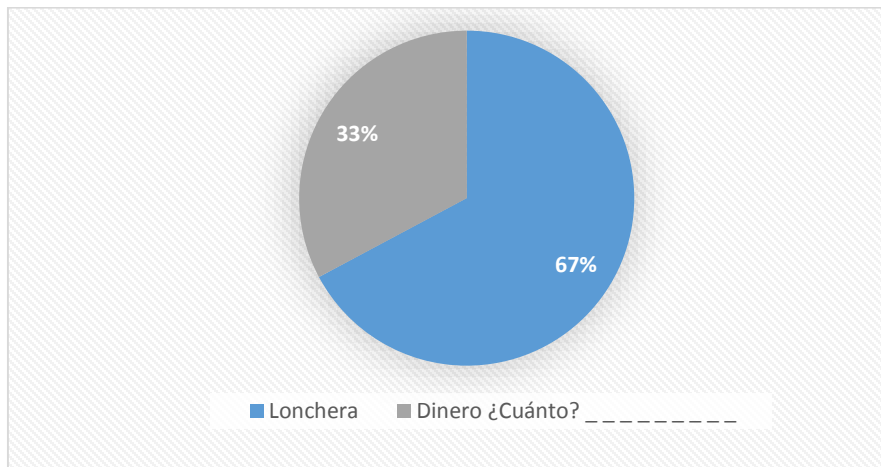


Ilustración 32 Pregunta 2. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

La mayoría de padres encuestados envían loncheras a sus hijos, esto puede ser debido a que están conscientes de que muchos de los productos que se comercializan en las escuelas no son saludables o no tienen ningún aporte nutritivo en sus hijos, por otra parte, es también importante saber que los padres que envían dinero lo hacen muchas veces porque no tienen el tiempo para preparar los alimentos de sus hijos es por ello que un kit sería el producto perfecto para evitar enviar lonchera.

Tabla 28

Promedio de dinero enviado a los niños para gastarse en los bares

Encuesta	Dinero	Encuesta	Dinero	Encuesta	Dinero	Encuesta	Dinero
1	4.00	32	3.00	63	3.50	94	3.75
2	2.50	33	3.00	64	3.50	95	3.75
3	3.00	34	3.00	65	3.50	96	3.75
4	2.50	35	3.00	66	3.50	97	3.75
5	2.50	36	3.00	67	3.50	98	3.75
6	2.50	37	3.00	68	3.50	99	4.25
7	4.00	38	3.00	69	3.50	100	4.25
8	2.50	39	4.50	70	3.50	101	4.25
9	5.00	40	4.50	71	3.50	102	4.25
10	4.50	41	4.50	72	4.25	103	4.25
11	3.50	42	4.50	73	4.25	104	4.25
12	2.50	43	4.50	74	4.25	105	4.25
13	4.00	44	4.50	75	4.25	106	4.25
14	2.50	45	4.50	76	4.25	107	4.25
15	5.00	46	4.50	77	4.25	108	4.25
16	3.00	47	4.50	78	4.25	109	4.00
17	4.50	48	4.50	79	4.25	110	5.00
18	2.50	49	4.50	80	4.25	111	5.00
19	3.75	50	4.50	81	4.25	112	5.00
20	4.25	51	3.50	82	3.75	113	5.00
21	3.00	52	3.50	83	3.75	114	5.00
22	3.00	53	3.50	84	3.75	115	5.00
23	3.00	54	3.50	85	3.75	116	5.00
24	3.00	55	3.50	86	3.75	117	5.00
25	3.00	56	3.50	87	3.75	118	4.75
26	3.00	57	3.50	88	3.75	119	4.75
27	3.00	58	3.50	89	3.75	120	4.75
28	3.00	59	3.50	90	3.75	121	4.75
29	3.00	60	3.50	91	3.75	122	4.75
30	3.00	61	3.50	92	3.75	123	4.75
31	3.00	62	3.50	93	3.75	124	4.75
			Promedio				3.84

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

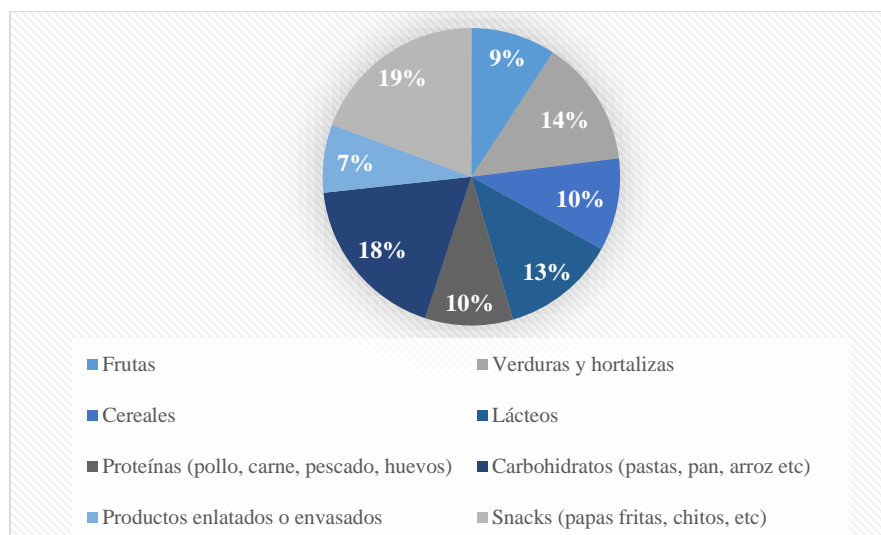
El promedio del 33% de los padres de familia que envía dinero es de \$3,84, para la adquisición de alimentos dentro de los bares de las instituciones educativas.

Tabla 29

Pregunta 3. Padres de Familia

De los siguientes alimentos ¿Cuál considera que son lo más apetecidos por los niños?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Frutas	35	9	2137
Verduras y hortalizas	52	14	3175
Cereales	38	10	2320
Lácteos	47	12	2869
Proteínas (pollo, carne, pescado, huevos)	36	10	2198
Carbohidratos (pastas, pan, arroz etc.)	69	18	4213
Productos enlatados o envasados	28	7	1709
Snacks (papas fritas, chitos, etc.)	73	19	4457
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta**Ilustración 33** Pregunta 3. Padres de Familia**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017).**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

Se dan las pautas o los indicios de los alimentos con los que se debería trabajar para tener una mejor aceptación del producto, sin embargo, es prudente que se realicen los kits en relación a las disposiciones del MSP, e ir educando a los niños a consumir productos más saludables.

Tabla 30

Pregunta 4. Padres de Familia

¿Conoce usted si en los bares de la escuela donde estudia su hijo comercializan un kit de alimentos nutritivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Si	96	25	5861
No	282	75	17217
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

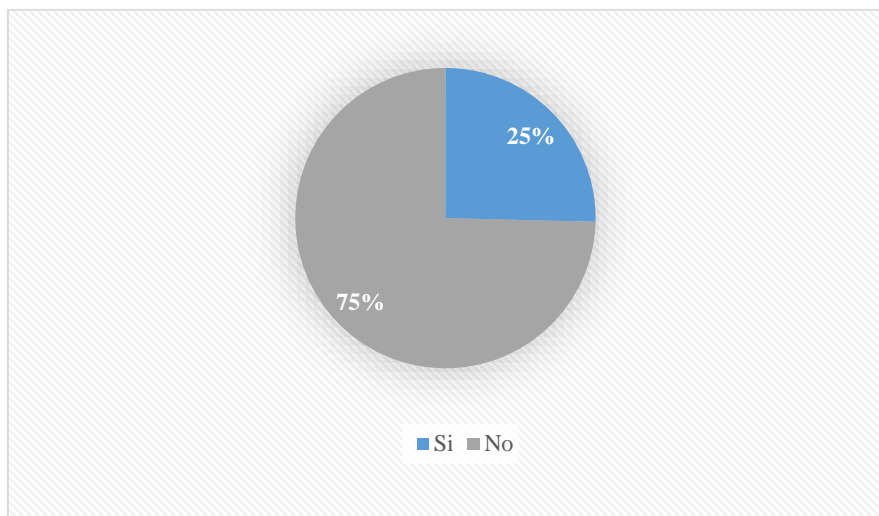


Ilustración 34 Pregunta 4. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los padres de familia están conscientes que en los bares de las unidades educativas no se comercializan productos saludables o no en gran escala, provocando varios problemas de salud alimenticia, sin embargo, gracias a las disposiciones del MSP, es algo que deberá ir mejorando y hace que el producto se vuelva atractivo para los dueños de los bares.

Tabla 31

Pregunta 5. Padres de Familia

¿Estaría interesado en adquirir kits de alimentos nutritivos elaborado en base al porcentaje de ingesta de energía y nutrientes recomendado por el MSP que contribuyan al crecimiento de los niños en los bares de las escuelas?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Si	279	74	17034
No	99	26	6044
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

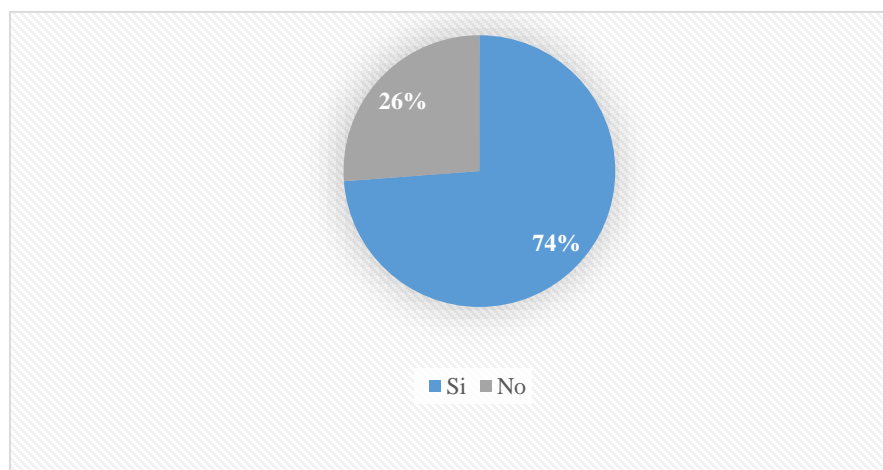


Ilustración 35 Pregunta 5. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

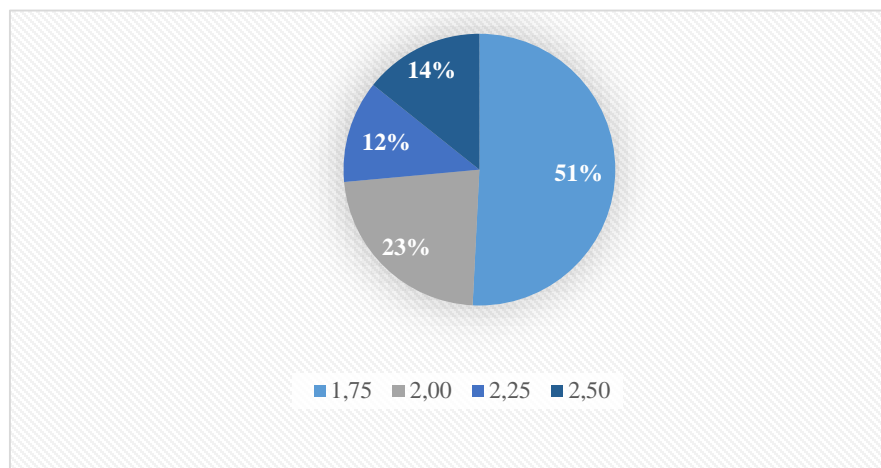
Ante lo expuesto los padres muestran concientización con respecto a la alimentación nutricional estudiantil dentro de los bares de las instituciones educativas, es por eso que están dispuestos y gustosos de que se comercialicen estos kits en las escuelas para que contribuyan al desarrollo de sus hijos y erradiquen los problemas de salud alimentaria que producen los alimentos considerados como comida chatarra y que son comercializados en los bares.

Tabla 32

Pregunta 6. Padres de Familia

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el kit, conociendo que incluye varias opciones de alimentos que cumplen con los porcentajes de ingesta de energía y nutrientes sugerida por el MSP?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
1,75	192	51	11722
2,00	86	23	5251
2,25	46	12	2808
2,50	54	14	3297
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta**Ilustración 36** Pregunta 6. Padres de Familia**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

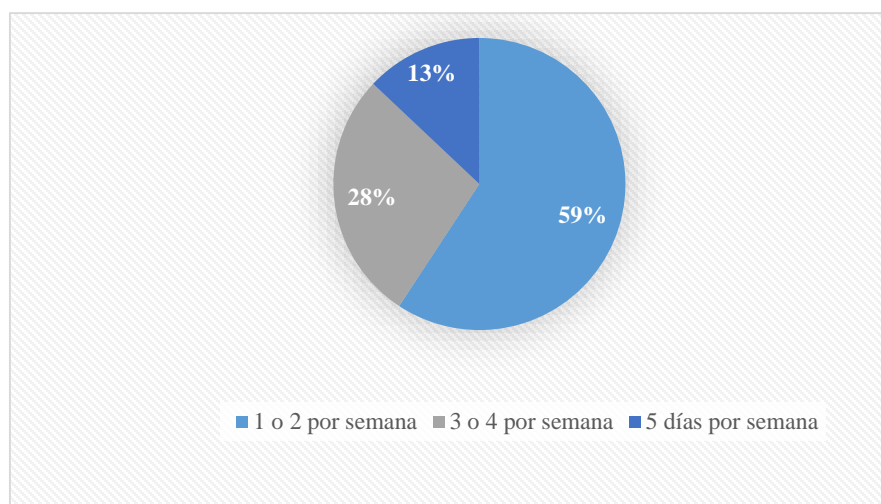
Los padres de familia encuestados tienen la predisposición de adquirir el kit alimenticio por un precio de \$1.75, esto es por la crisis económica de iliquidez en el Ecuador, además la alimentación es parte de los negocios rentables con la finalidad de cubrir con el indicador de necesidad básica insatisfecha.

Tabla 33

Pregunta 7. Padres de Familia

¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a adquirir el kit para sus hijos?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
1 o 2 kits	224	59	13676
3 o 4 kits	105	28	6411
5 kits	49	13	2992
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta**Ilustración 37** Pregunta 7 Padres de Familia**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017)**Fuente:** Encuesta

Análisis e Interpretación

Los padres de familia encuestados contestaron que la frecuencia de compra de los kits alimenticios es de 1 o 2 días por semana, sin embargo, es un factor que debe ser analizado desde la razón metodológica del cálculo de la oferta (personas-productos) y demanda (personas-productos) ya que permite conocer un valor estimado de la cantidad de productos que se deberán comercializar en base al interés de las personas.

Tabla 34

Pregunta 8. Padres de Familia

¿Qué canal de distribución considera apropiado para la comercialización de los kits?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Directo en el bar	195	52	11905
En supermercados	87	23	5312
Servicio a domicilio	96	25	5861
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

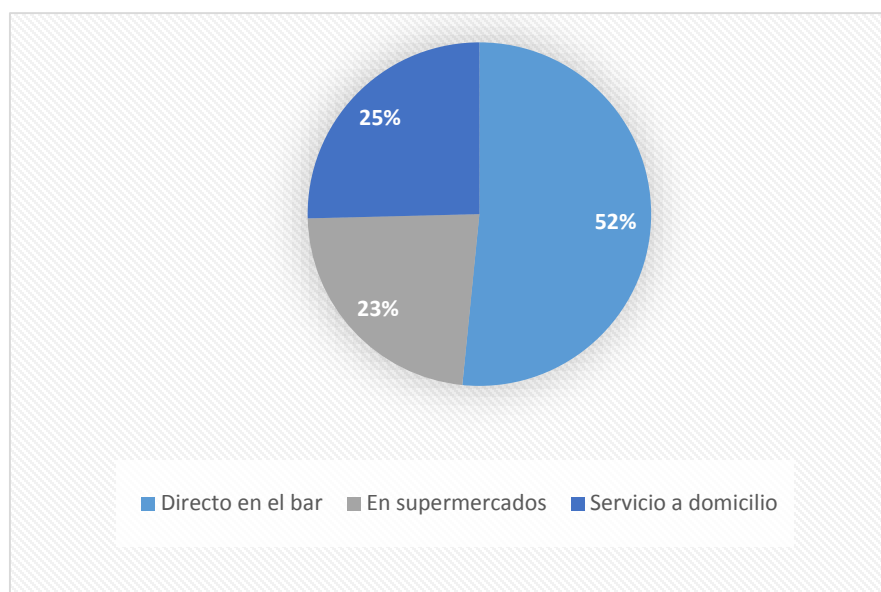


Ilustración 38 Pregunta 8. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los bares de las instituciones educativas es el mejor medio de adquisición del kit alimenticio; no obstante, al ser un producto nuevo se debe considerar otros canales de distribución como: en supermercados y servicio a domicilio, esto con la finalidad de abrir más mercado y llegar a más personas.

Tabla 35

Pregunta 9. Padres de Familia

De las siguientes opciones en base a su criterio, ¿Cuál considera que debe ser la característica más importante para la comercialización de los kits?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Menú y calidad	161	43	9830
Diseño del empaque	99	26	6044
Valor nutritivo	51	13	3114
Variedad de alimentos	67	18	4091
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

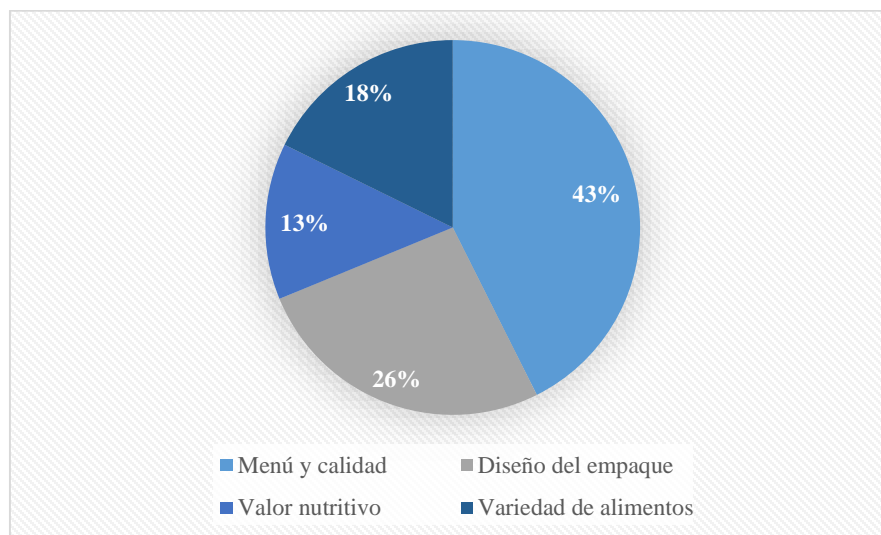


Ilustración 39 Pregunta 9. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los padres de familia desean que el kit alimenticio para los estudiantes de las instituciones educativas contenga parámetros de menú y calidad. Por otra parte, el diseño del empaque, el valor nutritivo y variedad de alimentos también son puntos de consideración.

Tabla 36

Pregunta 10. Padres de Familia

¿Cuál considera que sería la mejor estrategia para lograr mejorar los hábitos alimenticios de los niños?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Campaña de concientización	116	31	7082
Merchandising	75	20	4579
Publicidad en medios de comunicación	85	22	5189
Flyers, dípticos, entre otros.	46	12	2808
Promoción por lanzamiento del producto	56	15	3419
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

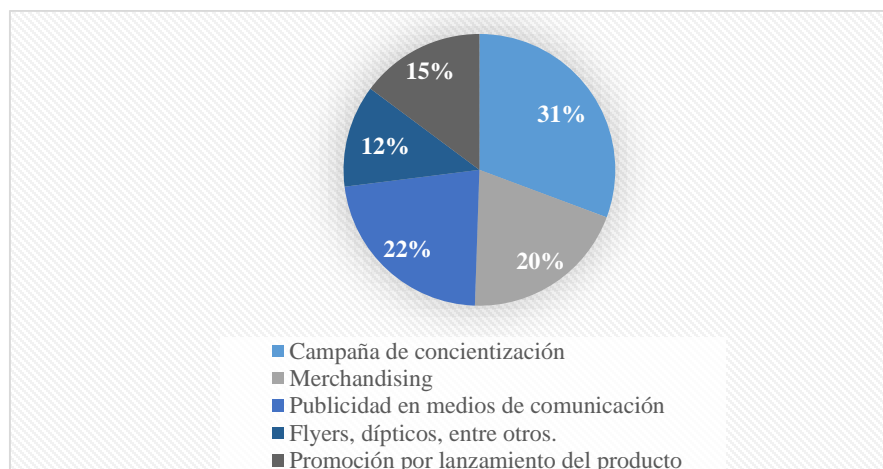


Ilustración 40 Pregunta 10. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2016).

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Los padres de familia contestaron que las estrategias para mejorar los hábitos alimenticios son: campaña de concientización y publicidad en medios de comunicación, con respecto al kit de alimentos a ofertar en las instituciones educativas.

Tabla 37

Pregunta 11. Padres de Familia

¿Qué beneficios le gustará recibir por adquirir los kits?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia de Mercado Objetivo
Obsequios	71	19	4335
Mayor cantidad de producto	63	17	3846
2 x 1	115	30	7021
Kits adicionales por volumen de compra	52	14	3175
Promoción por lanzamiento del producto	43	11	2625
Material publicitario	34	9	2076
Total	378	100	23078

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

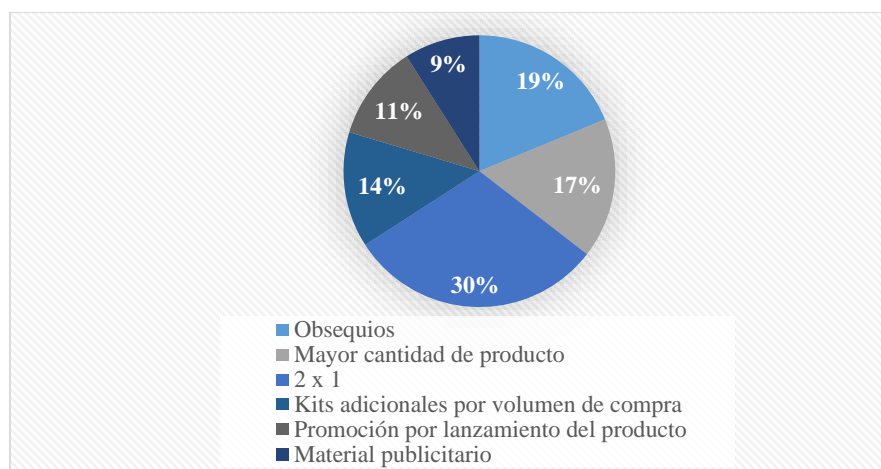


Ilustración 41 Pregunta 11. Padres de Familia

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

El beneficio más importante dentro del producto nuevo es el 2x1 con la finalidad de captar clientes de tipo: padres de familia e instituciones educativas, no obstante, los kits adicionales por volumen de compra también son importantes con respecto a la captación de clientes.

3.3 Estudio de la Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento dado (Cordoba, 2013).

Para la proyección de oferta y demanda aplicamos la tasa de crecimiento promedio del Cantón Ambato de 1.26% anual.

3.3.1 Estudio de la Demanda en personas

Para determinar el cálculo de la demanda en personas, utilizamos el siguiente procedimiento:

a) Metodología de cálculo

En el cálculo de la demanda, se utilizó la pregunta 5 de la herramienta de percepción encuesta con este enunciado ¿Estaría interesado en adquirir kits de alimentos nutritivos elaborado en base al porcentaje de ingesta de energía y nutrientes recomendado por el MSP que contribuyan al crecimiento de los niños en los bares de las escuelas?, por lo que arrojó el 74% de aceptación por parte de los padres de familia.

Tabla 38
Demanda

Población segmentada	Porcentaje de aceptación	Demanda
23078	74%	17078

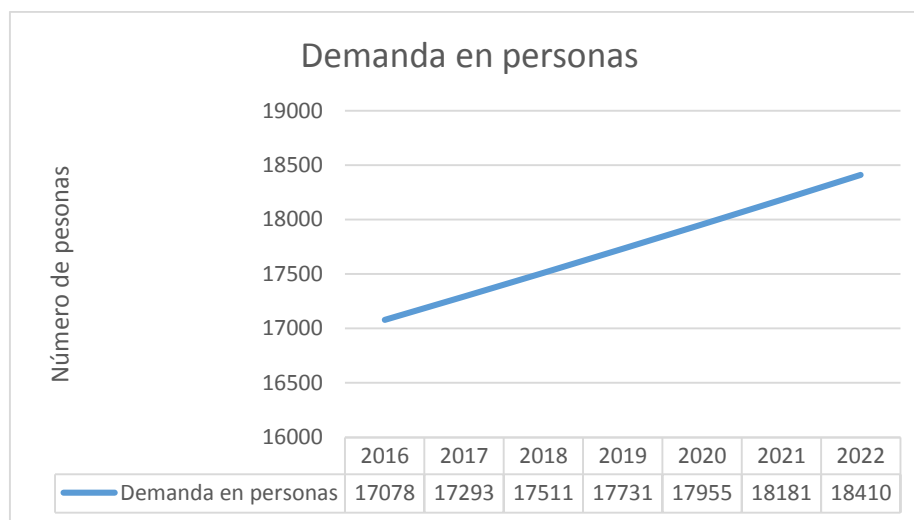
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

En la tabla se observa una demanda de 17078 personas, por lo que dicho valor se somete a la proyección con respecto a la vida útil (5 años).

Tabla 39

Demanda de la proyección

Año	Demanda (personas)	Incremento poblacional
2016	17078	1,26%
2017	17293	215
2018	17511	218
2019	17731	220
2020	17955	224
2021	18181	226
2022	18410	229

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Ilustración 42**Proyección de la demanda**Elaborado por:** Elizabeth Tipán (2017).

En la imagen, se detalla la proyección de la demanda de personas comparado a la vida útil.

3.3.2 Estudio de la Demanda en productos

a) Metodología de cálculo

La demanda de productos se utilizó la pregunta de ¿Cuántos días estaría dispuesto a adquirir el kit para sus hijos?, esto es que la demanda se somete a la multiplicación porcentual de los resultados obtenidos de la herramienta de percepción encuesta.

a) Cálculo

Tabla 40

Cálculo de la demanda en productos

Demanda del proyecto de emprendimiento	Descripción	%	Población	Promedio	Servicios	Cantidad de compra
17078	1 o 2 por semana	59%	10076	2	40 semanas	806068
	3 o 4 por semana	28%	4782	4	40 semanas	765082
	5 días por semana	13%	2220	5	40 semanas	444021
Total						2015171

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 41

Proyección demanda (kits)

Año	Demanda en productos	Incremento poblacional
2016	2015171	1.26 %
2017	2040562	25391
2018	2066273	25711
2019	2092308	26035
2020	2118671	26363
2021	2145367	26695
2022	2172398	27032

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

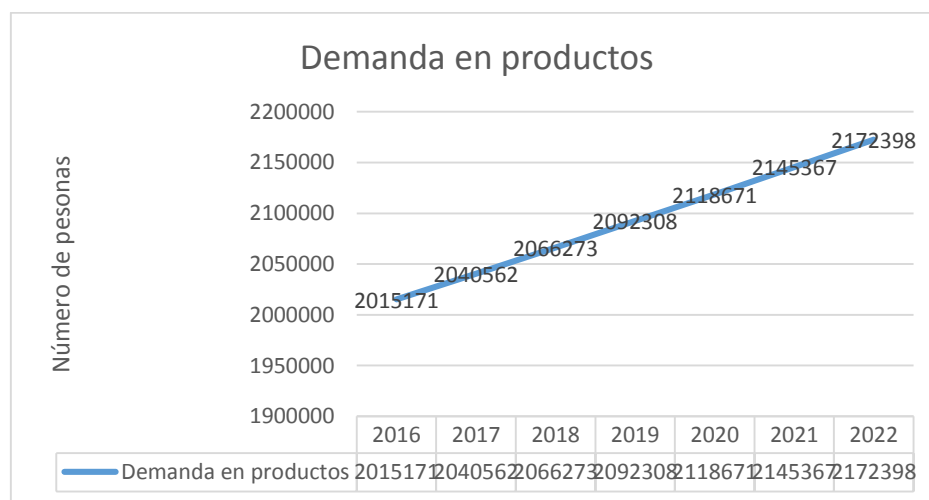


Ilustración 43 Demanda en productos
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Aquí se observa la proyección de la demanda en productos, comparado a la vida útil.

3.4 Estudio de la Oferta

La oferta es el modelo que tienen las organizaciones para enfrentarse a mercados competitivos, a través de variables asociadas (clúster, micro clúster y cadenas productivas) (Jiménez, 2013).

3.4.1 Estudio de la Oferta en personas

a) Metodología de cálculo

Para el cálculo de la oferta, por tratarse de un producto nuevo que no tiene un competidor directo y por ende se desconoce de datos históricos que reflejen la oferta en el mercado se procederá en base al porcentaje de personas que indicaron que no están dispuestos a comprar el kit en la pregunta de aceptación, debido a que no tienen ningún tipo de interés en el producto ya sea porque ellos mismo preparan la comida de los niños o compran algún tipo de sustituto o alimentos que puede constituirse en la competencia.

Tabla 42

Oferta

Población segmentada	Porcentaje de no aceptación	Oferta
23078	26%	6000

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Dentro de la aplicación del formulismo de proyección, para conocer el incremento poblacional del proyecto de emprendimiento.

Tabla 43

Proyección de la oferta en personas

Año	Oferta (personas)	Incremento poblacional
2016	6000	1.26 %
2017	6076	76
2018	6152	76
2019	6230	78
2020	6308	78
2021	6388	80
2022	6468	80

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)



Ilustración 44 Oferta en personas
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

En la imagen, se observa la proyección de tipo lineal en período de cinco años iniciando en 6000 y finalizando de 6468 personas.

3.4.2 Estudio de la Oferta en servicios

a) Metodología de cálculo

Dentro del cálculo de la metodología de servicios, utilizamos la pregunta de ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a adquirir el kit para sus hijos?

Esto se obtiene de la multiplicación del número total de padres de familia de las unidades educativas con más de 100 estudiantes de la oferta en personas con el porcentaje correspondiente.

Tabla 44

Oferta en kits alimenticios

Oferta del proyecto de emprendimiento	Descripción	%	Población	Promedio	Servicios	Cantidad de compra
6000	1 o 2 por semana	59%	3540	2	40 semanas	283213
	3 o 4 por semana	28%	1680	4	40 semanas	268813
	5 días por semana	13%	780	5	40 semanas	156007
Total 2016						708033

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 45

Proyección en oferta en kits alimenticios

Año	Oferta en productos	Incremento poblacional
2016	708033	1.26%
2017	716954	8921
2018	725988	9034
2019	735135	9147
2020	744398	9263
2021	753777	9379
2022	763275	9498

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)



Ilustración 45 Oferta en productos
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

En la imagen se detalla la proyección de la oferta en productos, esto se compara con la vida útil del proyecto de emprendimiento.

3.5 Mercado Potencial para el proyecto

Resultado correcto de la elección del segmento de mercado, en otra palabras, permite la comparación poblacional de lo real y potencial, esto es que los propietarios estudien o analicen los índices de penetración de mercado (Rivera & de Garcillán, 2013).

El autor, menciona que el mercado potencial es el punto de partida para la implementación de estrategias de penetración, integración, ofensivas que permita lograr el éxito del emprendimiento.

Tabla 46
Mercado Potencial

Año	Demanda en productos	Oferta en productos	DPI
2016	2015171	708033	1307138
2017	2040562	716954	1323608
2018	2066273	725988	1340285
2019	2092308	735135	1357173
2020	2118671	744398	1374273
2021	2145367	753777	1391589
2022	2172398	763275	1409123

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

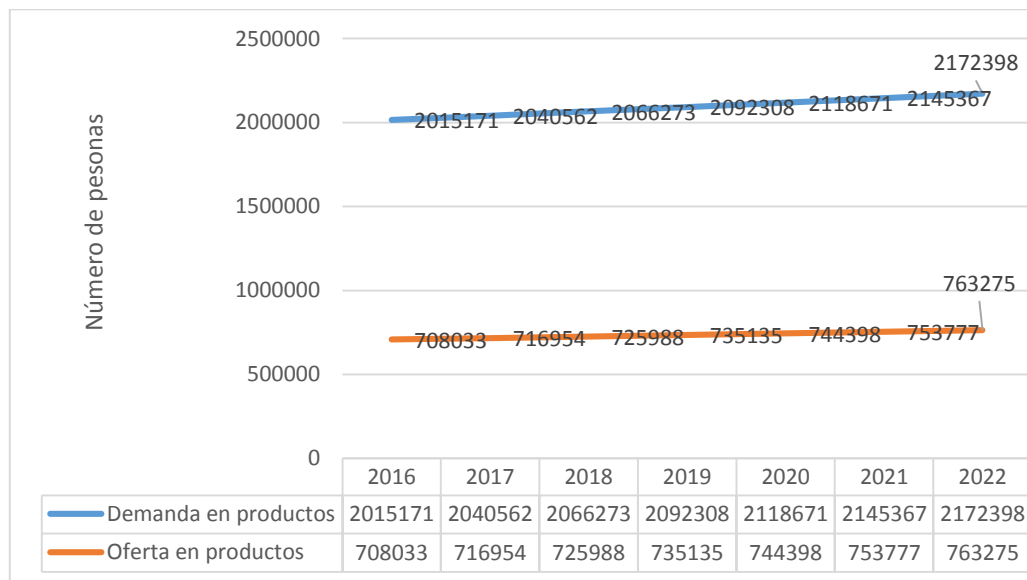


Ilustración 46 DPI del proyecto de emprendimiento

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

3.6 Precios

Costo que emite las empresas y las organizaciones, para que las familias del segmento de mercado establecido se beneficien del bien o servicio cumpliendo con la normativa nacional e internacional (Fadelle, 2015).

Para el precio del proyecto de emprendimiento se estableció un valor estimado de \$1,75 debido a que en la encuesta se planteó una pregunta sobre cuanto estarían dispuestos a pagar por el kit y dicho precio tuvo mayor aceptación, posteriormente, en el capítulo financiero se establecerá el precio en base a los costos y gastos del proyecto.

Tabla 47
Proyección del precio del kit establecido por encuesta

Período	Precio	Tasa
2016	1.75	1.12%
2017	1.77	1.12%
2018	1.79	1.12%
2019	1.81	1.12%
2020	1.83	1.12%
2021	1.85	1.12%
2022	1.87	1.12%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

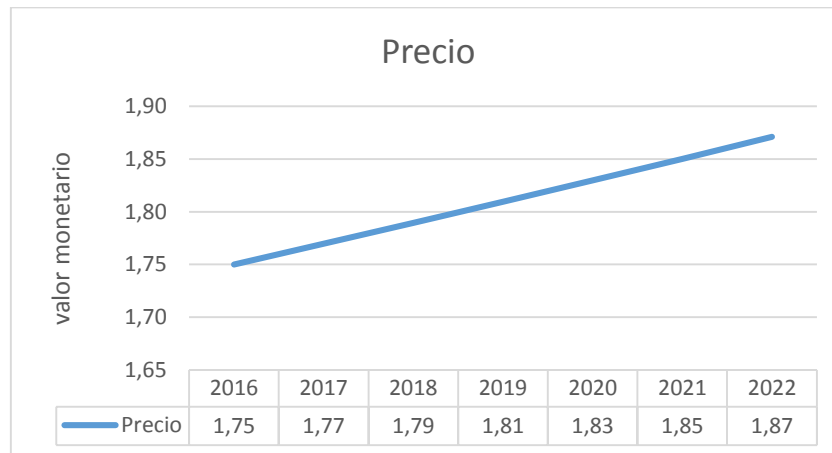


Ilustración 47 Proyección de emprendimiento

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Lo que muestra la proyección del precio del kit alimenticio del emprendimiento titulado “Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de kits nutritivos para

los niños de las escuelas particulares en la ciudad de Ambato”, por lo que se utilizó el valor porcentual de 1.12% (inflación anual).

3.7 Comercialización

El canal de comercialización, se le denomina el flujo de las variables comerciales de tipo productor, regional, detallista y consumidor final, por consiguiente, es importante que el propietario tome en cuenta todos los criterios del talento humano de la organización (Martínez, Cotera, & Cruz, 2013).

Los canales de comercialización son las alternativas que poseen las organizaciones para la entrega de los bienes y servicios, es decir varios caminos de llegada al éxito de la organización.

3.8 Canales de distribución

El canal de distribución es el desarrollo principal del circuito de entrega, esto es perfilar una oportunidad importante de incrementar la demanda del bien o servicio que desarrolle la organización (Carvajal, 2013).

Para el proyecto de emprendimiento llamado “Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de kits nutritivos para los niños de las escuelas particulares en la ciudad de Ambato”, el canal de distribución escogido es indirecto corto.

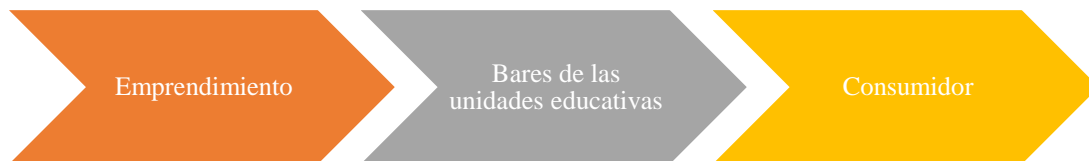


Ilustración 48 Canal de distribución indirecto corto.
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Por qué uso de canal de distribución indirecto corto:

- En primer lugar, es una empresa de elaboración y comercialización de kits nutritivos que necesitan contactar con los dueños de los bares de las unidades educativas.
- La aplicación de este canal de distribución se establece en tomar los pedidos de kits nutritivos por parte de los dueños de bares de las unidades educativas, con el fin que el emprendimiento opere por la modalidad de tipo de órdenes de trabajo.
- Permite al dueño del bar pagar un precio razonable por la ejecución del emprendimiento, cumpliendo con dos condicionantes: satisfacción alimenticia de parte de los estudiantes y el cumplimiento de las disposiciones por parte del Ministerio de Salud.

3.8.1 Ventajas

- Efectuar diagnóstico del tipo de alimentación que ingieren los estudiantes de las unidades educativas, esto es que el especialista en nutrición efectuó menús con equilibrio nutricional.
- Establecer precios razonables para lograr posicionamiento.

3.8.2 Desventajas

- Existen bares de las unidades educativas que pueden plagiar la receta de los menús de los kits nutritivos.
- La rentabilidad del emprendimiento depende de las políticas gubernamentales para solventar la crisis de disponibilidad de efectivo.
- Existen empresas alimenticias que pueden elaborar estos kits alimenticios, por lo que permite expandirlos a otros cantones del Ecuador.

3.9 Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización consiste en el diseño de tácticas de mejora continua para la organización, esto es para optimizar el aprovechamiento de la actividad

productiva dentro la correcta utilización de las variables de mercadotecnia (Coronado, Córdova, & García, 2013).

Las estrategias de comercialización a utilizar en el proyecto de emprendimiento “Creación de una empresa para la elaboración y comercialización de kits nutritivos para los niños de las escuelas particulares en la ciudad de Ambato”, por lo que, se detalló lo siguiente:

3.9.1 Análisis FODA

Tabla 48
Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
Distribución del kit en las unidades educativas de la ciudad de Ambato	Frescura del producto
Reputación o imagen del emprendimiento	Peso del producto
Imagen de marca	Efectos publicitarios
Innovación	Empaque
Calidad del producto	
Servicio al cliente	
Cumplimiento de normas y estándares de calidad expuestas por el MSP.	
Oportunidades	Amenazas
Desarrollo de proyectos de información nutricional estudiantil	Su principal competidor son los bares de las unidades educativas de la ciudad de Ambato
Continuar realizando inversiones en investigaciones de mercado.	Otras empresas alimenticias generen su propio kit alimenticio
Diversificar las líneas de productos alimenticios en el Kit.	Al no estar certificado con la Norma ISO 14000

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 49
Matriz FODA estrategias

	Fortalezas	Debilidades
	Distribución del kit en las unidades educativas de la ciudad de Ambato.	Frescura del producto. Peso del producto.
	Reputación o imagen del emprendimiento.	Efectos publicitarios.
	Imagen de marca.	Empaque
	Innovación.	
	Calidad del producto.	
	Servicio al cliente.	
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Desarrollo de proyectos de información nutricional estudiantil.	Incrementar la comunicación de mercado (distribuidor y consumidor), con el fin de conocer las tendencias, gustos, nuevos hábitos y exigencias de los mismos.	Establecer sistemas de información ágiles que permitan realizar análisis profundos y rigurosos sobre la actividad del emprendimiento.
Continuar realizando inversiones en investigaciones de mercado.		
Diversificar las líneas de productos alimenticios en el kit.		
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
Su principal competidor son los bares de las unidades educativas de la ciudad de Ambato.	Mejorar la calidad y servicio al cliente, con una mayor especialización y mentalización hacia el mercado de todos los componentes a través planes de formación al talento humano	Buscar asociaciones o fusiones con otras compañías con experiencia nacional que permita incrementar la rentabilidad en los mercados.
Otras empresas alimenticias generan su propio kit alimenticio.		
Al no estar certificado con la Norma ISO 14000		

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017).

Tabla 50
Estrategias

PRODUCTO					
Objetivo	Estrategia	Táctica	Actividad	Presupuesto Anual	Responsable
Establecer un 10% de rentabilidad en el proyecto de emprendimiento.	Incrementar la comunicación de mercado (distribuidor y consumidor), con el fin de conocer las tendencias, gustos, nuevos hábitos y exigencias de los mismos.	Efectuar socializaciones en las distintas unidades educativas donde se efectuó la comercialización del producto.	Tres veces a la semana efectuar socializaciones de las características óptimas del producto a ofertar.	1,400.00	Gerencia
Total				1,400.00	
PRECIO					
Calcular el precio accesible para los padres de familia de las diferentes unidades educativas.	Establecer sistemas de información ágiles que permitan realizar análisis profundos y rigurosos sobre la actividad del emprendimiento.	Definir variables de tipo cuantitativo y cualitativo para el desarrollo de la ecuación correcta.	Efectuar dos estudios: Estudio de mercado y Análisis de Precios de venta al público del emprendimiento.	2,200.00	Gerencia
Total				2,200.00	
PLAZA					
Definir alianzas estratégicas con empresas alimenticias de tipo local y nacional.	Buscar asociaciones o fusiones con otras compañías con experiencia nacional que permita incrementar la rentabilidad en los mercados.	Establecer las condiciones de alianzas que permite obtener rentabilidad entre ambas partes.	Efectuar reuniones de trabajo con empresas locales y nacionales para el establecimiento de condiciones de trabajo.	600.00	Gerencia
Total				600.00	
PROMOCIÓN					
Justificar todas las acciones de mejora continua con la formación correcta del talento humano.	Mejorar la calidad y servicio al cliente, con una mayor especialización y mentalización hacia el mercado de todos los componentes a través de planes de formación al talento humano.	Desarrollar planes de capacitación que está acorde a las especificaciones técnicas del talento humano del emprendimiento.	Diversificar los especialistas que domine el tema de capacitación para el talento humano vinculado con el emprendimiento.	1,300.00	Gerencia
Total				1,300.00	

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 51
Presupuesto del Marketing Mix

	Valor
Promoción	1400.00
Plaza	2200.00
Precio	600.00
Producto	1300.00
Total	5500.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del emprendimiento

4.1.1 Factores determinantes del tamaño

Los factores de tamaño de los proyectos de inversión de tipo público y privado, son todos los parámetros que permite la optimización de los recursos que requiere el emprendimiento para alcanzar el éxito esperado, en donde se analizan lo siguiente mencionado por este autor Córdoba (2013):

Los factores que determinan el tamaño de un proyecto son:

a) Tamaño del proyecto en relación a la demanda

La demanda es el principal indicador al momento de determinar el tamaño del proyecto, ya que esta si es superior al tamaño propuesto es viable que se ejecute el proyecto, es decir, a mayor demanda hay mayores posibilidades de que el proyecto sea exitoso, sin embargo, es prudente no abarcar toda la demanda potencial ya que al ser un emprendimiento nuevo no se puede cubrir un mercado tan amplio, el autor recomienda empezar con un 10%, no obstante, es imprescindible conocer la capacidad de producción para que en base a eso se defina el porcentaje alcanzable.

b) Tamaño del proyecto en relación con los suministros e insumos

En cuanto a los suministros e insumos es importante tenerlos siempre en consideración ya que si no hay disponibilidad en cantidad y en el tiempo necesario esto puede ocasionar que se incumplan tiempos de fabricación y entrega de productos terminados, como otros problemas por falta de estos elementos, para el emprendimiento, es importante establecer todos los posibles proveedores, para que de esta manera se pueda seleccionar a aquel que garantice que los pedidos se cumplan bajo las condiciones pactadas y de esta manera poder cumplir con los clientes. En tal sentido, el proyecto

no tendrá inconvenientes porque usa insumos y materias primas disponibles durante todo el año en grandes cantidades, en lugares como: mercado mayorista, plazas y mercados, y súper y mega mercados.

b) El tamaño del proyecto en relación con la tecnología y los equipos

En este sentido hay que tener en cuenta el tipo de negocio que se desea realizar. Ya que en muchos casos o más específicamente en empresas artesanales, se realizan procesos que no necesariamente requieren de equipos o tecnologías muy avanzadas e implementarlas por lo general no es rentable, por ende no se justifica invertir en ellas. Por otra parte, en el medio local existen los equipos que demandan el mercado de marcas nacionales y extranjeras, es por ello que se deben analizar los equipos que se necesitan y buscar el mejor proveedor con el mejor precio que beneficie a la empresa.

c) El tamaño del proyecto en relación con el financiamiento

En tal sentido los recursos financieros son de vital importancia al momento de realizar un proyecto, esto debido a que son aquellos que permiten invertir en todo lo que se necesita para empezar el negocio, hay que tener en cuenta que si el capital propio no es el suficiente para cubrir con todas las necesidades que tiene el proyecto, se puede recurrir a instituciones financieras que permitan complementar el capital necesario y de esta forma equipar a la empresa para poder arrancar la operación de sus actividades, es importante tener en cuenta las condiciones que se manejan en cada institución financiera para elegir la que mayor convenga y mayores beneficios otorga.

d) El tamaño del proyecto y la organización

Una vez que se conoce el tamaño apropiado que se necesita para dar inicio al proyecto, se debe asegurar que se cuenta con el recurso humano necesario o si en el mercado laboral existen profesionales o personas con el perfil que necesita la empresa para que el accionar individual y colectivo permitan que se cumplan con los objetivos.

4.1.2. Tamaño Óptimo

Tamaño óptimo expuesto por Córdoba (2013): “Es la cantidad de bien o servicios que la empresa produce para cubrir el pequeño porcentaje del segmento de mercado escogido o establecido”.

Tabla 52
Tamaño Óptimo

Año	DPI	Estimación	DPI Real	Producción Mínima
2016	1114447	7.26%	80948	405
2017	1128489	7.26%	81968	405
2018	1142707	7.26%	83001	405
2019	1157106	7.26%	84047	405
2020	1171686	7.26%	85106	405
2021	1186449	7.26%	86178	405
2022	1201398	7.26%	87264	405

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

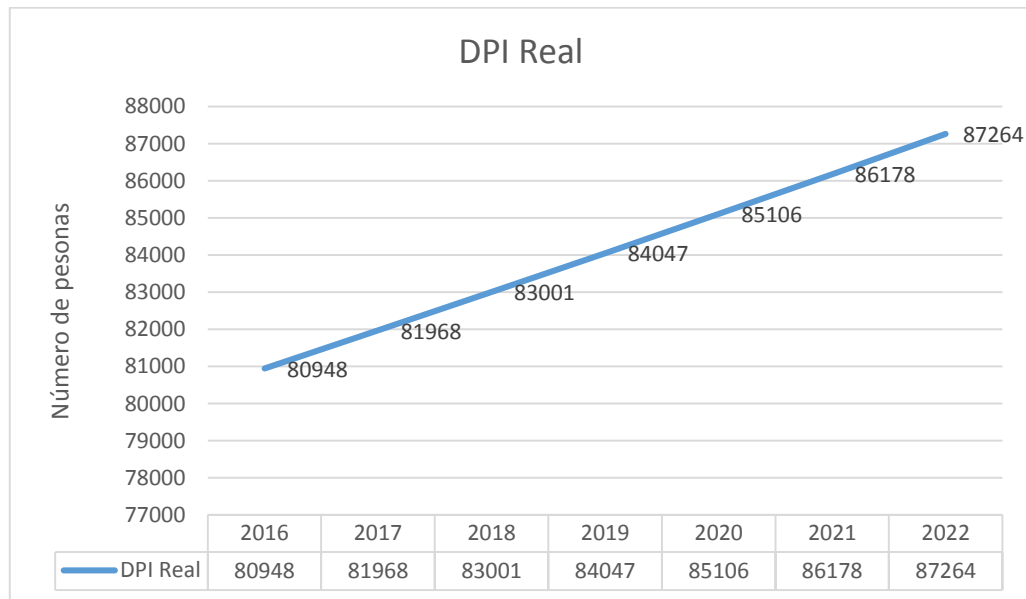


Ilustración 49 Demanda Potencia Insatisfecha Real

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Se observa que la DPI Real es en el año 2016 de 80948 kits, y la estimación de crecimiento es del 7.26% (valor tomado en el ítem de Ingeniería del proyecto, en la tabla capacidad instalada) llegando de esa forma a 87264 kits en el 2022.

4.2. Localización

4.2.1. Localización Óptima

La localización optima expuesto por Córdoba (2013): “Se refiere al sitio geográfico escogido donde cumpla con las condiciones legislativas locales, provinciales y nacionales, además se pueda distribuir el producto de forma correcta”.

El método de cálculo es cualitativo, en donde se utiliza estos parámetros de calificación que permite escoger el sitio geográfico de forma correcta:

Tabla 53

Valorización del impacto

Escala	Impacto
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: (Córdoba, 2013)

Tabla 54

Método cualitativo por puntos

Factor Clave de Éxito	Peso Asignado	Huachi Chico		Izamba		Centro	
		Califi.	Calificación Ponderada	Calif.	Calificación Ponderada	Calif.	Calificación Ponderada
Materias primas disponibles	0,22	3	0,66	3	0,66	3	0,66
Mano de obra disponible	0,18	2	0,36	2	0,36	3	0,54
Costo de insumos	0,16	2	0,32	2	0,32	2	0,32
Cercanía al mercado	0,14	1	0,14	2	0,28	3	0,42
Vías de acceso	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Costo de arriendos	0,14	3	0,42	2	0,28	2	0,28
Disponibilidad de servicios Básicos	0,08	2	0,16	2	0,16	3	0,24
suma	1,00		2,3		2,22		2,62

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Fuente: (Córdoba, 2013)

El sector de Huachi Chico, por estar ubicado a fuera de la ciudad de Ambato va generar complicación en la entrega del producto a las Unidades Educativas Particulares, además, hay que tomar en cuenta que no se cuenta cerca algún mercado para realizar las compras de materias primas.

El sector de Izamba, se puede considerar que existe varias Unidades Educativas Particulares como: Atenas, CEBI, Liceo Policial Mayor Galo Miño; sin embargo, el costo de transporte incrementa por la razón de las instituciones esta ubicados en otros sectores de la ciudad de Ambato.

El centro de la ciudad de Ambato por su localización geográfica, existe la facilidad de encontrar soluciones rápidas en caso de existir inconvenientes en el área de producción por la compra de materiales necesarios para el kit alimenticio.

4.2.1.1 Macrolocalización

La macro localización se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Este tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiadas para el proyecto (Cordobá, 2013).

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Zona: Tres

Cantón: Ambato



Ilustración 50 Macro Localización Geográfica
Fuente: (google.mpas, 2016)

4.2.1.2. Microlocalización

Indica cual es la mejor alternativa de la instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara (Cordobá, 2013).

Ciudad: Ambato

Parroquia: La Merced

Barrio: La Merced

Dirección: Unidad Nacional 892 y Bolívar

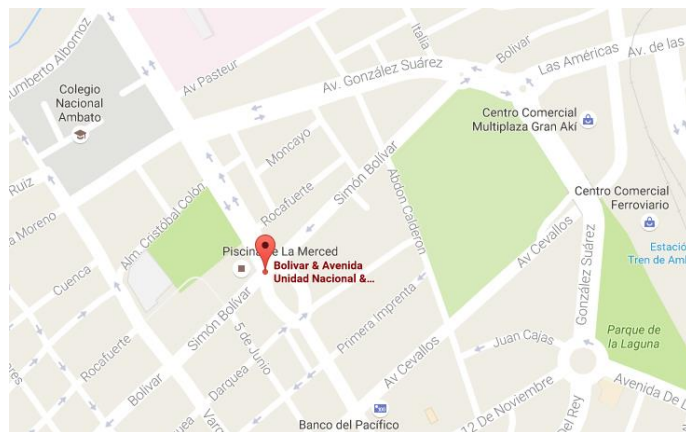


Ilustración 51 Micro localización Geográfica

Fuente: (google.mpas, 2016)

4.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere al estudio técnico en donde se utiliza criterios técnicos del equipo multidisciplinar participe del proyecto, con el fin de cumplir los objetivos de forma mínima y optima de costos (Erossa, 2013).

a) Proceso-Producto

El proceso de producción que se llevara a cabo en la empresa será el siguiente:

Tabla 55

Proceso de Producción

	Actividad	Descripción	Tiempo	Recursos
1	Compra de insumos	Selección de los insumos y proveedores necesarios para la compra de la materia prima	4 horas	Humanos y Económicos
2	Almacenaje de los insumos	Clasificación de los insumos por secciones y según la frecuencia de uso.	4 horas	Humanos y Materiales
3	Estandarización de los menús	Selección de los alimentos y cantidades necesarias para cada pack	2 horas	Humanos
4	Higiene del personal y equipos	Manejar los correctos procedimientos para manipulación de alimentos y evitar la contaminación de los productos	15 minutos	Humanos y Materiales
5	Selección de los alimentos	En base a las recetas estándares, se elegirán los productos que se usaran para cada kit	10 minutos	Humanos y Materiales
6	Cocinar los alimentos	Los que sean necesarios cocinarlos deberá hacerse en primer lugar, aquellos que se consumen crudos o en estado natural se procederá a lavar.	Entre 20 y 30 minutos	Humanos y materiales.
7	Porcionar los alimentos	Distribuir las cantidades exactas para cada kit	50 minutos	Humanos y materiales.
8	Empacado de los alimentos	Se procede a poner en los recipientes adecuados todos los alimentos	30 minutos	Humanos y materiales
9	Clasificación de los kits	De acuerdo a los pedidos se clasifican los kits para facilitar su distribución.	30 minutos	Humanos y materiales
10	Sellado y etiquetado	Ya con los kits armados se procede a sellar el empaque y ponerle la etiqueta.	30 minutos	Humanos materiales
11	Distribución del kit	Se entrega a los repartidores para que empiecen a repartir los kits	90 minutos	Humanos, materiales y financieros.

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**b) Balance de Materiales***Estado inicial de proyecto***Insumos**

En primer lugar están los insumos o componentes fijos, se toman tres macronutrientes como son los carbohidratos, las proteínas y las grasas, que son esenciales en los kits, es decir, siempre forman parte de ellos para cualquier combinación o menú.

Tabla 56

Insumos (Componentes Fijos del Kit)

Descripción	Unidad	Cantidad por Kit	Consumo Anual	Consumo Total en g	Consumo en Kilos
Carbohidratos	G	67.65	80948	5476138	5476
Proteína	G	18.45	80948	1493492	1493
Grasa	G	16.4	80948	1327549	1328

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Los insumos variables, se los considera así porque pueden variar, es decir, un día si pueden formar parte del kit o no.

Tabla 57

Insumos (Componentes Variables del Kit)

Descripción	Unidad	Cantidad por Kit	Consumo Anual	Consumo Total en g	Consumo en Kilos
Lácteos	MI	250	80948	20237020	20237
Frutas	U	1	80948	80948	81
Fibra	G	4.5	80948	364266	364

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Los materiales indirectos son adicional a cada kit.

Tabla 58

Materiales Indirectos

Descripción	Unidad	Cantidad por Kit	Consumo Anual	Consumo Total en g
Empaque	U	1	80948	80948
Servilleta	U	1	80948	80948
Etiqueta	U	1	80948	80948
Fundas de pedidos	U	1	809.48	809.48
Cartón de protección	U	1	809.48	809.48
Cinta de embalaje	U	1	809.48	809.48

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

A continuación se detallan todas las materias y equipos que se necesitan para el proyecto.

Tabla 59

Maquinaria y Equipos

Descripción	Tipo	Unidad	Consumo Anual
Mesas de aluminio	Herramientas	U	3
Cuchillos	Menaje	U	10
Cucharones	Menaje	U	5
Tablas para picar	Menaje	U	5
Bolds	Menaje	U	10
Pírex	Menaje	U	4
Ollas	Menaje	U	5
Sartenes de teflón	Menaje	U	3
Espumaderas	Menaje	U	2
Cernidores	Menaje	U	5
Exprimidor	Menaje	U	2
Pelador de papas	Menaje	U	3

Descripción	Tipo	Unidad	Consumo Anual
Mandiles	Herramientas	U	10
Guantes	Herramientas	U	100
Gorros	Herramientas	U	20
Mascarillas	Herramientas	U	100
Cocina y horno industrial	Maquinaria y equipo	U	1
Tanque de gas de 45 Kg	Herramientas	U	1

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo son los parámetros gráficos que tienen la empresa para cumplir con el desarrollo del bien o servicio, por medio del talento humano multidisciplinar que participa en el área de producción (Erossa, 2013).

Dentro de los proyectos de alimentación, el ministerio exige que se utilice la norma ISO 22000:2005 que habla acerca de la manipulación de alimentos y evitar el contagio de bacterias dentro del procesamiento del kit alimenticio, así, evitar que los consumidores se contagie de enfermedades estomacales.







Simbología	Descripción
	Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora. Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección. Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Operación combinada. Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Ilustración 52 Simbología para diagramas de flujo

Fuente: (Córdoba, 2013)

La implantación de la Norma ISO 22000:2005, presenta estas ventajas expuestas por los autores Carranza & Carranza (2012):

- Mejora la organización interna de la seguridad alimentaria, ayudando a asignar responsables de cada función relacionada con la seguridad alimentaria y mejorando el seguimiento de dichas funciones.
- Mejora el conocimiento de los peligros asociados a materias primas, etapas de proceso y productos que se fabrican en la empresa.
- Mejora el conocimiento de los requisitos legales que se aplican a los productos, así como ayuda asegurar que se cumplen dichos requisitos legales.
- Mejora el control sobre los productos fabricados, ya sea de la trazabilidad del producto como de sus características y parámetros ayudando a asegurar su inocuidad.
- Mejora la comunicación de temas relacionados con la seguridad alimentaria ya sea internamente o externamente (con clientes, proveedores y organismos oficiales).
- Permite adelantarse a posibles crisis alimentarias o dar respuesta ante situaciones que pueden comprometer la seguridad alimentaria de los productos y procesos productivos.
- Aporta una mayor garantía de hacer las cosas bien hechas de cara a terceros, lo que da una ventaja competitiva ante otras empresas que no dispongan de estos sistemas.

NUTRIKITS								
DIAGRAMA DE FLUJO								
Producto: Kits de comida saludable				Inicia: Compra de insumos				
Fabrica: NutriKits				Termina en: Distribución de kits				
Método: Vertical Normativa ASME				Elaborado por: Elizabeth Tipán				
Fecha: 16 de febrero del 2017								
No.	Actividad	Tiempo (minutos)	○	■	➔	◐	▽	Observación
1	Compra de insumos	240	○					
2	Almacenaje de los insumos	240					○	
3	Estandarización de los menús	120	○					
4	Higiene del personal y equipos	15	○					
5	Selección de los alimentos	10				○		
6	Cocinar los alimentos	30	○					
7	Porcionar los alimentos	50	○					
8	Empacado de los alimentos	30	○					
9	Clasificación de los kits	30	○					
10	Sellado y etiquetado	30	○					
11	Distribución del kit	90			○			
TOTAL		885	8	0	1	1	1	

*Ilustración 53*Flujograma de procesos
Fuente: (Córdoba, 2013)

La normativa ASME se refiere a la utilización de símbolos para la elaboración de diagramas de flujo en cualquier proyecto de emprendimiento, esta es la razón que el Comité Europeo de Normalización vio la necesidad de proteger al talento humano y los diferentes elementos e instalaciones contra riesgos de accidentes durante el proceso de producción, mantenimiento e inspección (Ministerio de Fomento España, 2015).

c) Periodo operacional estimado de la empresa

De acuerdo con (Arata, 2013) es “el procedimiento, que se basa en los supuestos más realistas y por ende más utilizadas en la industria, que busca determinar cada cuantos periodos será optimo reemplazar el equipo” (p.221). En conclusión es el tiempo de vida del proyecto. El tiempo o periodo de operación para el presente proyecto de emprendimiento será de cinco años.

d) Capacidad de producción

Es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los

equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara , 2015). Dicho esto la capacidad que tiene la empresa está definida por:

Para el cálculo de la capacidad de producción, aplicamos la metodología de (Toro, 2013): “Mide la capacidad de producción promedio hora, en otras palabras mide la probabilidad de la organización para desarrollar el producto”, con la siguiente ecuación:

$$Cp [hora] = \frac{\sum D[productos] - \sum O[productos]}{6 \text{ Desviación estandar [DPI]}}$$

$$Cp [hora] = \frac{14650751 - 5147561}{6 \cdot 31306}$$

$$Cp [hora] = 50,59 \text{ productos}$$

La aplicación de la ecuación, se basa en criterios de estadística descriptiva como: sumatoria (oferta-demanda productos) y desviación estándar (Demanda Potencial Insatisfecha), por consiguiente, arrojo un resultado de la capacidad de producción hora de 50 kits.

Tabla 60

Capacidad Instalada

Producción diaria (8 horas)	Producción mensual (20 días)	Producción Anual (10 meses)	DPI	Porcentaje de participación
404.740	8094.81	80948.08	1114447	7.26%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Para el cálculo del tamaño óptimo de producción, tomamos como referencia la capacidad de producción hora para comparar con la producción diaria (8 horas), mensual (20 días) y anual (10 meses).

Por lo que, la producción anual se compara con la DPI para obtener el porcentaje de participación en el mercado de la ciudad de Ambato, alcanzando un valor de 7,26.

e) Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

Detalle de equipos y maquinaria

Tabla 61

Equipos y maquinaria

Descripción	Unidad	Consumo Anual
Cocina Industrial	U	1
Horno Industrial	U	1
Refrigeradora	U	1
Batidora Industrial	U	1
Licuadora Industrial	U	1
Tostadora	U	1
Microondas	U	1

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 62

Equipos y muebles de oficina

Descripción	Unidad	Consumo Anual
Computadora All in one	U	3
Escritorios	U	3
Sillas para escritorio	U	3
Sillas de espera	U	6
Archivadores	U	3
Teléfonos Fijos	U	3
Impresora	U	3

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Distribución de planta (Lay-out)

Consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamento (De la Fuente, 2013, pág. 176).

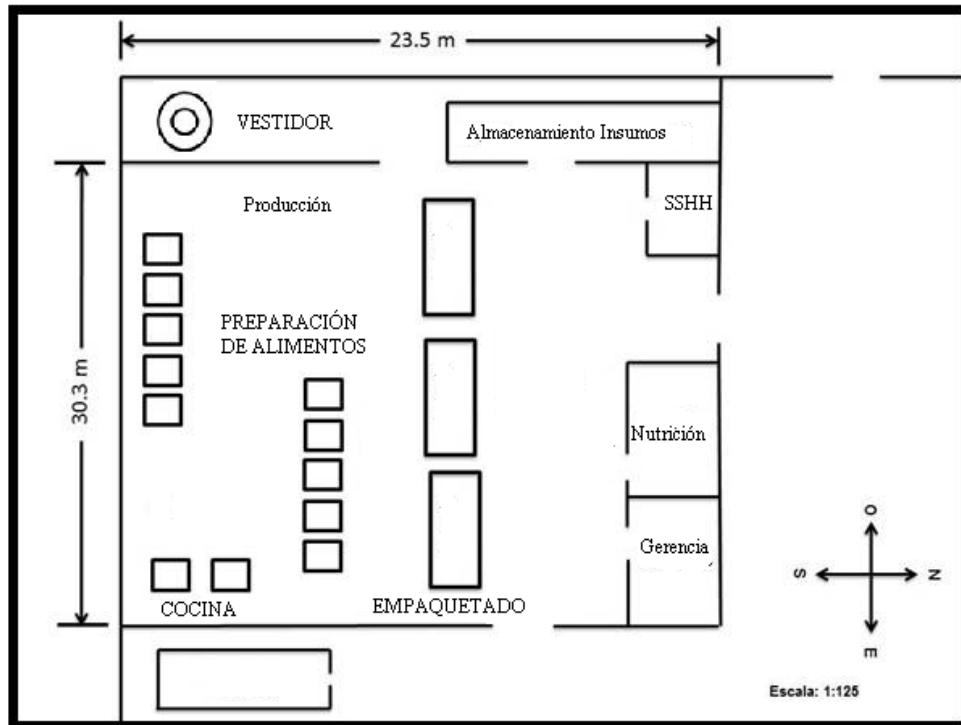

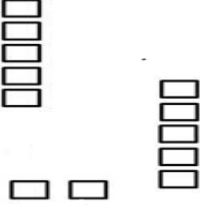

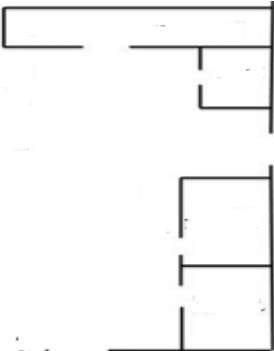


Ilustración 54 Lay-Out
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La Norma Internacional ISO 22000_ 2005, propone el uso de esta simbología que establece parámetros de gestión de calidad de las empresas dedicadas al proceso de manufactura de alimentos cumpliendo la comunicación entre el equipo multidisciplinario, gestión de tecnología, protección de riesgos y la actualización contante de los procesos de producción (Villacís, 2015).

Tabla 63
 Simbología de la planta de producción

Simbología	Descripción
	<p>Este símbolo se refiere al vestidor, aquí es donde el talento humano del área de producción se coloca la ropa adecuada.</p>
	<p>Este símbolo dentro de la ilustración es el área de producción, donde se localizan las sub áreas de cocina y preparación de alimentos</p>
	<p>Este símbolo dentro de la ilustración es el área del empaquetado, aquí es donde se efectúa el proceso de almacenamiento de los insumos alimenticios que conforma el kit.</p>
	<p>Este símbolo dentro de la ilustración es el área de administración, donde se establece las oficinas de gerencia, nutrición, almacenamiento de insumos.</p>

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Ventajas

- La gráfica de colocación de las áreas de producción y administración la sugiere la Norma Internacional ISO 22000:2005, que se refiere al sistema de inocuidad de alimentos.

- Otra ventaja es la creación del vestidor, que se refiere al espacio físico donde el talento humano se coloca la vestimenta adecuada para el desarrollo del trabajo en el área de producción.
- Que dentro del área de producción el ordenamiento se maneja en tres subáreas como: cocina, preparación de alimentos y empaquetado.
- La aplicación de la Norma Internacional ISO 22000:2005 consiste en mitigar la contaminación de alimentos, en donde se evita que el consumidor final no se contagie de enfermedades tipo intestinales.

Desventajas

- La desventaja de la aplicación de la Norma Internacional ISO 22000:2005 está completamente instaurado dentro de un año.
- Que el talento humano esté dispuesto a mantener el orden de los productos alimenticios dentro de la Norma Internacional ISO 22000:2005.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

Hoy en día en la mayoría de la población infantil en edad escolar se puede observar un incorrecto hábito alimenticio, tales como, el ingerir alimentos de mala calidad; mientras que la comida casera, los alimentos de origen orgánico parecen estar siendo erradicados de las mesas en los hogares ecuatorianos. Las nuevas generaciones no se encuentran al tanto de estas opciones alimenticias alternas que pudieran ayudar a sus niños a alcanzar un mejor desempeño, tanto en la escuela como en su vida diaria.

La empresa “Nutrikits” es una empresa dedicada a la producción y venta de productos alimenticios nutricionales de excelente calidad, a través de una oferta integral y oportuna de productos y servicios, para satisfacer las necesidades de los clientes en el contexto local.

Adaptando los principios y técnicas del mercadeo para influenciar una población con el fin de que voluntariamente acepte, rechace, modifique, o abandone un comportamiento para beneficiar a individuos, grupos o a la sociedad en general y así suministrar el alimento al organismo con la finalidad de proporcionar una correcta nutrición para la salud.

5.1.1 Razón social

El nombre que se le ha puesto a la empresa corresponde a “Nutrikits”.

5.1.2 Slogan

Comer sano es, sin duda, el camino hacia una buena salud.

5.1.3 Logotipo



Ilustración 55 Logotipo de empresa “Nutrikits”
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

5.1.4 Misión

Suministrar una alimentación saludable, rica y equilibrada a los niños y jóvenes de las unidades educativas de la ciudad, brindando kits nutritivos de alta calidad, a precios competitivos y con el mejor servicio a los clientes. “Nutrikits” ofrece y difunde información sobre nutrición y salud en los centros educativos promoviendo así la generación de conciencia entre la comunidad en general. Para llegar a conseguir estos propósitos se cuenta con una infraestructura técnica y administrativa de gran calidad, con un grupo comprometido para ofrecer sus mejores esfuerzos en un marco de excelencia, con el objetivo de satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes.

5.1.5 Visión

“Nutrikits” será reconocida en 2017 como la empresa líder en el mercado de kits nutritivos para los niños de las unidades educativas en la ciudad de Ambato, resaltando por sus novedosas propuestas culinarias ajustadas a las exigencias nutricionales de cada uno de sus clientes; pero destacándose por la calidez y la eficiencia en su servicio.

5.1.6 Valores

Tabla 64

Matriz Axiológica de los valores del proyecto de emprendimiento

Grupos de Referencia	Valores			
	El propietario	El talento humano	Los usuarios	La sociedad
Compromiso	X	X		X
Innovación	X	X	X	X
Integridad	X	X		X
Trabajo en equipo	X	X		X
Actitud de servicio	X	X	X	X

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

- **Compromiso:** quienes “Nutrikits” estamos comprometidos con la salud y la buena alimentación de nuestros clientes, mediante la entrega eficiente de los kits nutritivos, la manipulación y preparación adecuada de cada uno de los alimentos y recetas.
- **Innovación:** es el pilar fundamental para alcanzar nuestro continuo aprendizaje y mejoramiento, para así, ser siempre los líderes en este mercado, teniendo como condición la búsqueda de la satisfacción de nuestros clientes mediante nuevas alternativas.
- **Integridad:** hace referencia al deber ético y la honestidad de la conducta de los que conformamos “Nutrikits”. Ya que es la manera más apropiada con la que debemos afrontar cualquier situación; con la máxima responsabilidad y respeto.
- **Trabajo en equipo:** trabajamos en colaboración con otras empresas (suministradores de los ingredientes, nutriólogos, doctores, entre otros), formando un grupo de personas que trabajan en búsqueda de los mismos objetivos, de mejorar la salud y la manera de alimentarse de nuestros niños.
- **Actitud de servicio:** es el deseo de ayudar y servir a nuestros clientes en todo momento y lugar, con el fin de satisfacer sus necesidades de alimentación y de sentirnos bien por el simple hecho de saber que nuestro trabajo los beneficia a ellos.

5.2 Diseño Organizacional

El diseño organizacional de este emprendimiento se estratifica de la siguiente manera:

Nivel ejecutivo

En el nivel ejecutivo corresponde al talento humano que ejecutan actividades administrativas como: supervisor, control de jefaturas de los profesionales que están a cargo. Esto es, que ellos ejecutan tareas específicas de verificación de personal a su cargo para el cumplimiento de tareas específicas.

Nivel auxiliar

En el nivel auxiliar, es el complemento del nivel ejecutivo de parte de la organización, por lo que se cuenta estas reglas:

- El talento humano adquirirán un grado de desempeño por cumplimiento de uno o más puestos de acuerdo al nivel correspondiente durante el período de contratación.
- El nivel ejecutivo consolida al talento humano auxiliar, en base al cumplimiento del perfil de puesto esto es por el proceso selectivo.

Nivel operativo

Este nivel se trata del apoyo a todas las áreas o departamentos, en base al seguimiento de las actividades y transacciones elementales de la organización, para ejemplificar, ventas, ingresos, depósitos de efectivo, nómina, decisiones de crédito y flujo de materiales.

Los niveles de “Nutrikits” se detallan en la tabla con las variables de nivel, puesto y nombres.

Tabla 65

Niveles jerárquicos de la empresa “Nutrikits”

Nivel	Puesto	Nombres
Nivel Ejecutivo	Gerente	Elizabeth Tipán
	Secretaria	Andrea García
	Asistente Contable	Carlos Benalcázar
Nivel Auxiliar o de Apoyo	Repartidores	Carlos Tipán Santiago Tipán Lourdes Tipán
	Nutricionista	Mario E. Beltrán
	Chef	Santiago López
	Asistente de Cocina	Enrique Castillo
	Jefe de Marketing	Marcelo Tipán
Nivel Operativo	Asesores Comerciales	Diego E. Escobar Mario F. Vaca Leonel Martínez

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Para este proyecto se va a tomar como formato de la codificación por puesto, el cual es expuesto por el autor Idalberto Chiavenato.

Tabla 66

Codificación por puesto

Nivel estratégico	Nombre del puesto	Sigla	Ocupantes	Código
Estratégico 1	Gerente General	GG	1	GG-01-01
	Secretaria	SE	1	SE-02-01
Administrativo 2	Asistente Contable	AC	1	AC-02-01
	Repartidores	RE	3	RE-02-03
Operativo 3	Nutricionista	NU	1	NU-03-01

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

5.3 Organigrama estructural

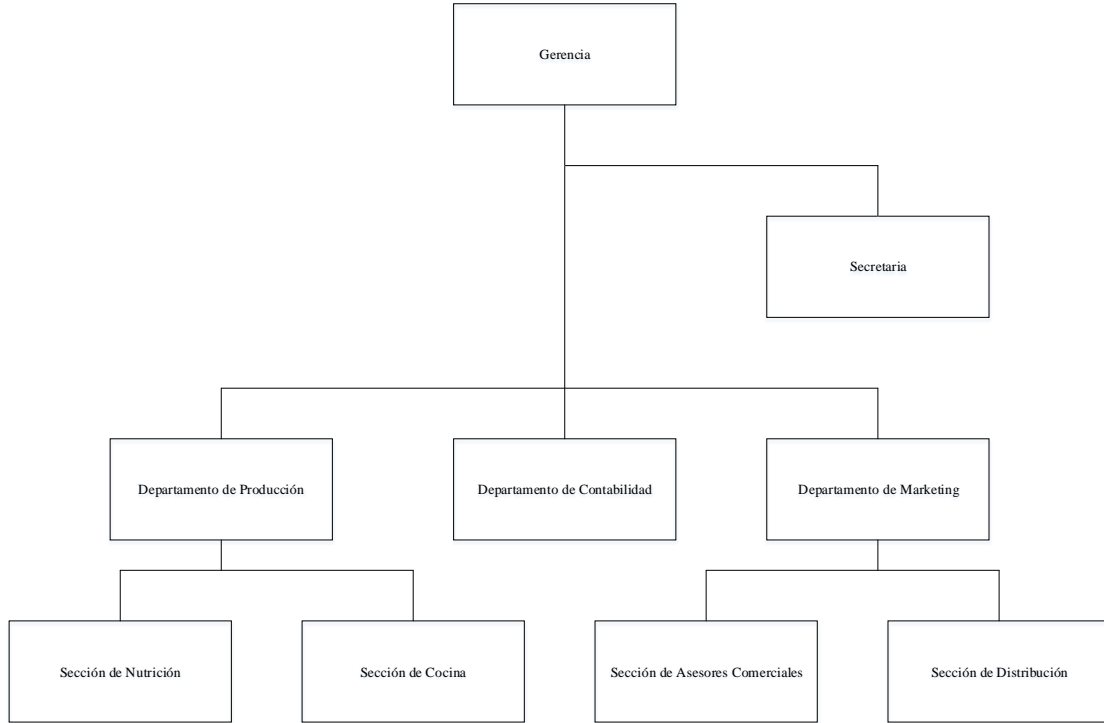


Ilustración 56 Organigrama estructural “Nutrikits”
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)




Referencia	Elaborado	Aprobado	Fecha
 Autoridad		Gerente	
 Auxiliar o de Apoyo	Tipán, Elizabeth	Tipán, E.	11 / IV / 2017
 Operativo			

Ilustración 57 Línea de autoridad de “Nutrikits”
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

5.4 Organigrama funcional

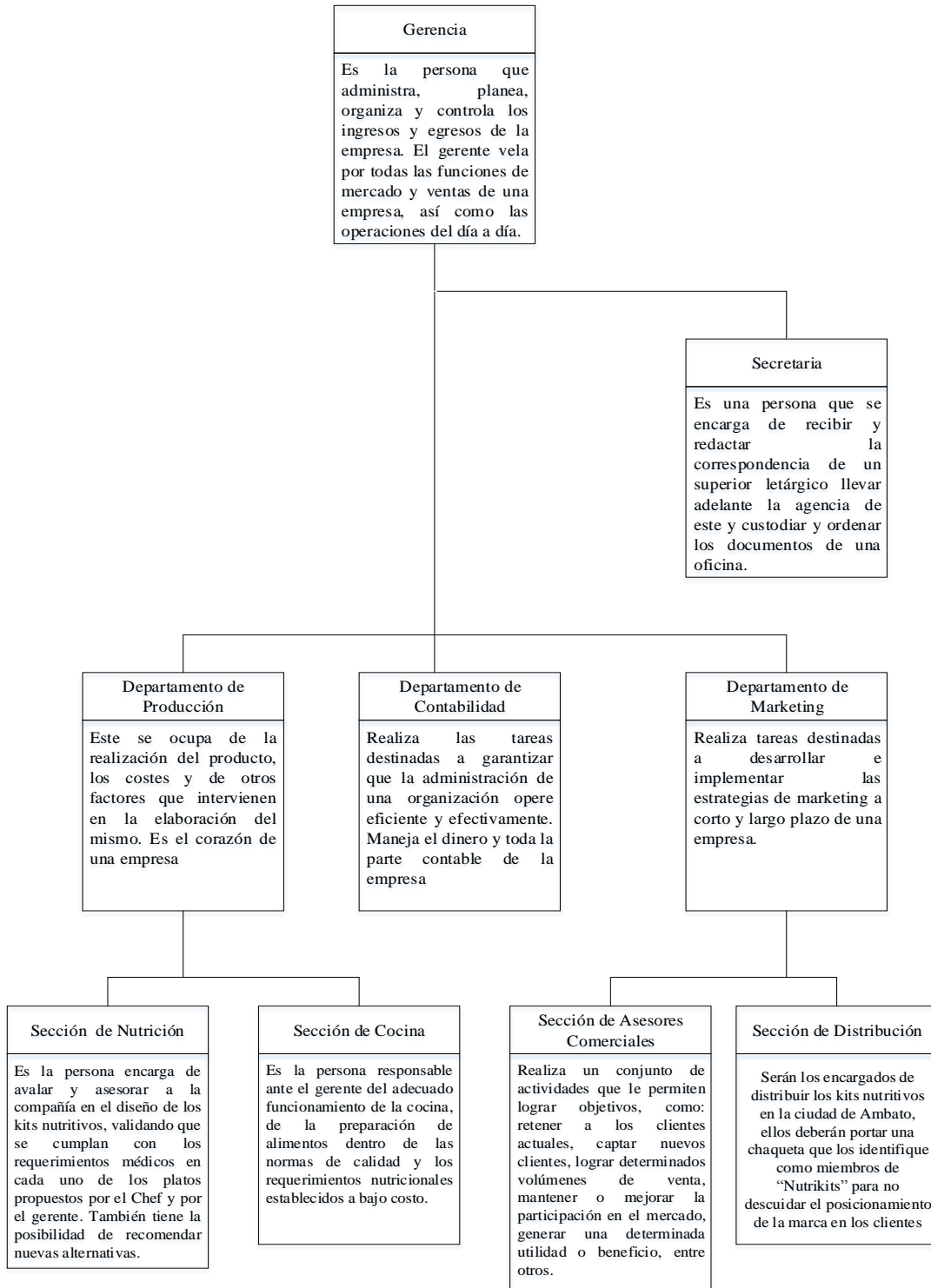


Ilustración 58 Organigrama funcional
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

5.2.Formato del manual de funciones

El manual de funciones son los pasos que tienen que seguir el equipo multidisciplinar de las empresas para cumplir con las tareas, por medio de las líneas de comunicación y relaciones de autoridad que tengan (Rubio, 2013).

Para Montalván (2013) el manual de funciones: “Son los pasos a seguir que tienen el equipo multidisciplinar de la empresa para cumplir con las obligaciones expuestas por los superiores”.

El manual se compone de las siguientes partes:

- a.** Nombre del puesto.
- b.** Nivel.
- c.** Número de ocupantes.
- d.** Código.
- e.** Ubicación en el organigrama.
- f.** Relación estructurada.
- g.** Misión del puesto.
- h.** Funciones del puesto.
- i.** Instrucción formal.
- j.** Conocimientos requeridos.
- k.** Habilidades.
- l.** Experiencia laboral.
- m.** Condiciones del trabajo.
- n.** Riesgos de trabajo.
- o.** Actividades esenciales.

Tabla 67**Manual de funciones Gerente General**

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Gerente General Nivel del cargo: Estratégico Número de ocupantes: Uno (1) Código: GG-01-01 Coordina con: Secretaría, Departamento de Producción, Departamento de Contabilidad, Departamento de Marketing Qué coordina: Estrategias e información Frecuencia: Semanal Recibe asesoría de: Secretaria Que asesoría recibe: Varia Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Planificar, dirigir y controlar todos los recursos de la empresa Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección y Supervisión del personal de la Empresa. • Planea y Ejecuta lo concerniente a la evolución estratégica de la Empresa. • Posicionamiento de ventas de la Empresa. • Contactarse con los proveedores y clientes. • Diseñar estrategias de comercialización. • Aprobar presupuestos de gastos e ingresos. • Revisar información contable. • Representar legalmente a la empresa frente a los organismos de control. <p>Perfil Requerido Universitario Título: Ser profesional en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Ingeniero Industrial o carreras afines. Tener conocimientos de mercadeo, finanzas, auditoría, presupuestos, normas de control, manejo de personal Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración. • Contabilidad. • Finanzas. • Recursos humanos. • Procesos de producción, innovación y calidad. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control directivo. • Planeación. • Toma de decisiones. • Liderazgo. • Habilidades de lenguaje. • Conocimientos básicos de las actividades de los subordinados. <p>Experiencia: Que tenga dos años de experiencia como mínimo en cargos directivos o similares.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 68**Manual de funciones Secretaria**

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Secretaria Nivel del cargo: Auxiliar o de apoyo Número de ocupantes: Uno (1) Código: SE-01-01 Coordina con: Directores departamentales Qué coordina: Planificaciones e información Frecuencia: Semanal Recibe asesoría de: Gerente General Que asesoría recibe: Informes Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Planea, organiza y supervisa las acciones de secretaría de acuerdo a las normas y disposiciones impartidas por la Gerencia General. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Somete a consideración del Gerente General los planes operativos, administrativos y financieros que requieran aprobación. • Realiza otros trabajos específicos que dentro de sus funciones y necesidades, le encarga el Gerente General. • Contactarse con proveedores y clientes según sea la necesidad de la empresa. • Apoyar a la Gerencia en la elaboración de informes para presentar a los propietarios de la empresa. • Asistir al departamento contable. <p>Perfil Requerido Técnico Título: De preferencia título en Ciencias Administrativas, Contables o Afines Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfectos manejo de paquetes de Microsoft Office. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Que tenga de tres a cinco años de experiencia en cargos de Secretaria o cargos similares.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 69**Manual de funciones Nutricionista**

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Nutricionista Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Uno (1) Código: NU-01-01 Coordina con: Gerencia General Qué coordina: Nutrición clínica, Pediátrica y Alimentación Colectiva Frecuencia: Semanal Recibe asesoría de: Gerente General Que asesoría recibe: Planes de alimentación Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Avala y asesora a la empresa en el diseño de los platos, validando que se cumplan con los requerimientos médicos en cada uno de los kits nutritivos propuestos por el chef y por el gerente. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe construir las tablas nutricionales de cada plato. • Tiene la posibilidad de recomendar nuevas alternativas. • Contactarse con proveedores según sea la necesidad de la empresa. • Educar los hábitos alimenticios de los niños de las unidades de educación de la ciudad. • Contribuir a la prevención de diversas enfermedades crónicas como Hipertensión Arterial, Diabetes, enfermedades de carácter clínico como trastornos en excesos (Sobrepeso y obesidad) y déficit alimentario (Bulimia, Anorexia y Desnutrición). <p>Perfil Requerido Universitario Título: Grado de nutrición humana y dietética, Técnico Superior en Dietética Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en rama deportiva. • Conocimiento en dietética hospitalaria. • Alimentación infantil. • Calidad y seguridad alimentaria. • Elaboración e innovación de productos alimentarios. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada de tres a cinco años en cargos de nutricionista o en cargos similares</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 70**Manual de funciones Chef**

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Chef Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Uno (1) Código: CH-01-01 Coordina con: Nutricionista Qué coordina: Coordina actividades de cocina, Nutrición infantil y Alimentación Colectiva Frecuencia: Semanal Recibe asesoría de: Gerente General Que asesoría recibe: Planes de alimentación Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Ejercer el control en todo el departamento de cocina de la empresa, organiza las operaciones para la preparación de los alimentos, gestionar personal y controlar el nivel de calidad en la cocina. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elabora las compras teniendo en cuenta los lineamientos del gerente en términos de inventarios, resultados del conteo de kits vendidos, demanda semanal, demanda mensual. • Supervisa la calidad de los alimentos que salen de la cocina, verifica que se haya entregado la cantidad y la calidad requerida. • Elabora junto con el gerente de la empresa las hojas de costos de las respectivas recetas. • Inspecciona que en cada uno de los kits nutritivos de la cocina, las porciones, limpieza y la decoración sea la adecuada. • Establece mecanismos que optimicen los desplazamientos y tiempos de preparación de los kits, estandarizando y optimizando procedimientos y tareas que permitan una mejor ejecución en la cocina. <p>Perfil Requerido Universitario Título: Chef profesional o algún tipo de estudios en cocina o gastronomía ya sea en nivel técnico. Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de personal. • Alimentación infantil. • Calidad y seguridad alimentaria. • Elaboración e innovación de productos alimentarios. • Planificación del tiempo y de los recursos. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada mínima de cuatro años como Chef especializado, Chef de cabecera o en el sector gastronómico de todas las claves de salud y sanidad.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 71

Manual de funciones Asistente de cocina

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Asistente de cocina Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Uno (1) Código: AC-01-01 Coordina con: Chef Qué coordina: Coordina actividades de cocina, Validar los kits nutritivos Frecuencia: Semanal Recibe asesoría de: Chef Que asesoría recibe: Planes de alimentación Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Apoya en todas las actividades, incluyendo la limpieza de los alimentos, limpieza de los elementos y los utensilios. Prepara en conjunto con el Chef los kits nutritivos, revisa las órdenes de producción asignadas y mantiene ordenado todo el proceso. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer muy bien las recetas estándar establecidas, las cantidades de ingredientes a utilizar y la manera como se preparan todos los kits nutritivos. • Servir de forma estandarizada las órdenes de producción remitidas con las respectivas porciones y medidas. Empacar debidamente cada uno de los kits nutritivos. • Inspeccionar y supervisar el almacenamiento adecuado de cada tipo de alimento. Saber evaluar por medio del olor, color o sabor, los alimentos en mal estado. • Evitar el desperdicio de materia prima, llevar a cabo métodos que permitan la economización y racionalización de los alimentos en cada una de las preparaciones. <p>Perfil Requerido Técnico Título: Título profesional de técnico en cocina con formación gastronómica. Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de la organización y/o de establecimientos de alimentación. • Servicios gastronómicos. • Entrenamiento en preparación y manipulación de alimentos. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada mínima de cuatro años como ayudante de cocina en el sector educativo o nutricional.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 72

Manual de funciones Asistente de contabilidad

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Asistente de contabilidad Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Uno (1) Código: AC-02-01 Coordina con: Qué coordina: Frecuencia: Recibe asesoría de: Gerencia General y Secretaria Que asesoría recibe: Información contable Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Realizar informes contables. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y Certificación de los Estados Financieros y Tributarios de la empresa. • Organización de los Servicios Contables de la empresa. • Contabiliza los comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos. • Elaborar mensual, semestral y anualmente reportes financieros y de gestión de la empresa. • Proveer la información necesaria para la gestión y toma de decisiones de la jefatura. <p>Perfil Requerido Universitario Título: Título profesional de contadores, finanzas o auditores. Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normas de contabilidad. • Elaboración de estados financieros. • Tributación. • Manejo de paquetes contables. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada mínima de cuatro años en áreas contables y financieras o en cargos similares.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 73**Manual de funciones Jefe de marketing**

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Jefe de marketing Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Uno (1) Código: JM-03-01 Coordina con: Qué coordina: Frecuencia: Recibe asesoría de: Gerencia General y Secretaria Que asesoría recibe: Estrategias Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Apoyar en la elaboración de estrategias de comercialización para posicionar los productos en el mercado. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios de mercado y sus necesidades. • Diseñar estrategias de comercialización. • Establecer canales de distribución. <p>Perfil Requerido Universitario Título: Título profesional de Marketing, Administración o carreras afines. Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de ventas. • Publicidad y promoción. • Canales de distribución. • Redes sociales. • Alta capacidad de respuesta a la demanda del cliente. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada mínima de cuatro años en jefaturas de Marketing, ventas o en cargos similares.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 74**Manual de funciones Asesores Comerciales**

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Repartidores Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Tres (3) Código: RE-03-01 Coordina con: Jefe de Marketing Qué coordina: Estrategias Frecuencia: Diaria Recibe asesoría de: Jefe de Marketing Que asesoría recibe: Estrategias Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Visitar a los clientes actuales y para la entrega de los productos de la empresa. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitar a los clientes. • Realizar proformas. • Recopilar información de los clientes. • Cumplir las metas planteadas por la empresa. <p>Perfil Requerido Técnico Título: Título de bachiller, con licencia profesional de manejo. Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trato con los clientes. • Publicidad y promoción. • Rutas de distribución. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada mínima de cuatro años en cargos de Chofer Repartidor, Chofer Profesional o en cargos similares. Asesores comerciales, recuperadores de carterá</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 75
Manual de funciones Repartidores

	Nutrikits
	Manual de Funciones

Fecha	18 de Octubre del 2017		
Página	1	De	1

Descripción del puesto
<p>Nombre del puesto: Asesores comerciales Nivel del cargo: Operativo Número de ocupantes: Dos (2) Código: AC-03-01 Coordina con: Jefe de Marketing Qué coordina: Estrategias Frecuencia: Diaria Recibe asesoría de: Jefe de Marketing Que asesoría recibe: Estrategias Frecuencia: Diaria Misión del puesto: Visitar a los clientes actuales y potenciales para comercializar los productos de la empresa. Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitar a los clientes. • Realizar proformas. • Recopilar información de los clientes. • Cumplir las metas planteadas por la empresa. <p>Perfil Requerido Universitario Título: Título profesional de Marketing, Técnico Auxiliar de Comercio o carreras afines. Conocimientos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de ventas. • Publicidad y promoción. • Canales de distribución. • Redes sociales. • Alta capacidad de respuesta a la demanda del cliente. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo • Buena presencia • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad <p>Experiencia: Experiencia comprobada mínima de cuatro años en cargos de asesores comerciales, recuperadores de cartera, técnico en actividades comerciales o cargos similares.</p>

Elaboró: Elizabeth Tipán	Revisó: Ing. Fernando Silva	Autorizó: Ing. Fernando Silva
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Inversiones en activos tangibles

Es la partida de inversión que efectúa la empresa u organización en la ejecución, edificación y adquisición de maquinaria para sustentar la producción de bienes y servicios durante la vida útil del proyecto (Wild & Halsey, 2013).

Tabla 76

Inversión en activos tangibles del proyecto de emprendimiento

Descripción	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Mesas de aluminio	Herramienta	3	Unidades	\$50.00	\$150.00
Cuchillos	Menaje	10	Unidades	\$12.00	\$120.00
Cucharones	Menaje	5	Unidades	\$8.00	\$40.00
Tablas de picar	Menaje	5	Unidades	\$6.00	\$30.00
Bolds	Menaje	10	Unidades	\$25.00	\$250.00
Pírex	Menaje	4	Unidades	\$30.00	\$120.00
Ollas	Menaje	5	Unidades	\$80.00	\$400.00
Sartenes de teflón	Menaje	3	Unidades	\$60.00	\$180.00
Espumaderas	Menaje	2	Unidades	\$120.00	\$240.00
Cernidores	Menaje	5	Unidades	\$5.00	\$25.00
Exprimidor	Menaje	2	Unidades	\$5.00	\$10.00
Pelador de papas	Menaje	3	Unidades	\$12.00	\$36.00
Mandiles	Herramienta	10	Unidades	\$16.00	\$160.00
Guantes	Herramienta	100	Unidades	\$4.00	\$400.00
Gorros	Herramienta	20	Unidades	\$12.00	\$240.00
Mascarillas	Herramienta	100	Unidades	\$2.00	\$200.00
Cocina y horno industrial	Maquinaria	1	Unidades	\$1,200.00	\$1,200.00
Tanque de gas Industrial	Herramienta	1	Unidades	\$100.00	\$100.00
Total, Activos fijos					\$3,901.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Un total de \$3,901.00 representa la inversión en activos tangibles para el proyecto de emprendimiento, teniendo en cuenta que la cocina y horno industrial representa el 31% del gasto de la inversión.

6.2 Inversiones en activos intangibles

Es la inversión que efectúa los propietarios en la compra de activos intangibles que se destina a la ejecución de proyectos sociales, productivos, económicos, entre otros, por lo que, dicha actividad económica se sustenta con la legislación (Bouso & Aitor, 2013).

Tabla 77

Inversión en Ante Proyecto

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Servicios profesionales Marketing	1	Unidades	\$500.00	\$500.00
Servicios profesionales Seguridad Industrial	1	Unidades	\$500.00	\$500.00
Servicios profesionales Abogado	1	Unidades	\$500.00	\$500.00
Servicios profesionales Chef	1	Unidades	\$500.00	\$500.00
Ante Proyecto				\$2,000.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 78

Inversión en Permisos

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Patente Municipal	1	Unidades	\$250.00	\$250.00
Registro de la actividad económica	1	Unidades	\$500.00	\$500.00
Otros	1	Unidades	\$250.00	\$250.00
Permisos				\$1,000.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 79

Inversión Publicidad y propaganda

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Promoción	1	Unidades	\$1400.00	\$1400.00
Plaza	1	Unidades	\$2200.00	\$2200.00
Precio	1	Unidades	\$600.00	\$600.00
Producto	1	Unidades	\$1300.00	\$1300.00
Publicidad y propaganda				\$5,500.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 80

Inversión en activos intangibles del proyecto de emprendimiento

Detalle	Valor	Valor estandarizado	Precio	Precio total
Ante proyecto	1	Unidades	\$2,000.00	\$2,000.00
Permisos	1	Unidades	\$1,000.00	\$1,000.00
Publicidad y propaganda	1	Unidades	\$5,500.00	\$5,500.00
Total, Activo Diferido				\$8,500.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El valor monetario de \$8,500.00 corresponde a los activos intangibles del emprendimiento, por lo que, comprende las cuentas de ante proyecto, permisos, publicidad y propaganda.

6.3 Inversiones en capital de trabajo

Son aquellas inversiones que se recuperan durante el ciclo productivo, esto es, en un período inferior a 12 meses y se lo estratifica en existenciales, deudores o clientes, inversiones financieras y tesorería (Fernández & Casado, 2013).

6.3.1 Activo corriente o circulante

El activo corriente es la disponibilidad de efectivo que mantiene el emprendimiento, con el fin de enfrentar cualquier eventualidad con proveedores en período corto, lo cual significa, utilizar de forma correcta los recursos.

Dentro de este proyecto de emprendimiento se utilizó la metodología de lote económico, para conocer la cantidad optima que se requiere en el inventario, en donde se aplicó dos ecuaciones para conocer el valor monetario.

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{K \times F \times U}{C \times P}}$$

K = Constante (2)

F = Costos de colocar y recibir el producto

U = Consumo anual de materia

C = Tasa Pasiva referencial (4.80% Octubre 2017)

P = Precio

Tabla 81

Lote económico clasificado por kilos, lácteos y frutas.

Descripción	Valor Kilos	Valor Lácteos	Valor frutas
K	2	2	2
F	13	20	5
U	8661.44	20237.02	81
P	3.25	0.01	1.5
C	4.80%	4.80%	4.80%
Numerador	225197.56	809480.81	809.48
Denominador	0.1560	0.0005	0.0720
Lote económico	1201.488288	41066.02427	106.03202

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

$$\text{Inventario} = \text{Lote económico} \times \text{Precio}$$

Tabla 82

Inventario de los kilos, lácteos y frutas

Descripción	Valor Kilos	Valor Lácteos	Valor frutas
Lote económico	1201.488288	41066.02427	106.0320187
P	\$3.25	\$0.01	\$1.50
Inventario	\$3,904.84	\$410.66	\$159.05

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)**Tabla 83**

Activo circulante del proyecto de emprendimiento

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Caja y bancos	1	Dólares	\$2,000.00	\$2,000.00
		Total, caja y bancos		\$2,000.00
Kilos	1	Kg	\$3,904.84	\$3,904.84
Lácteos	1	MI	\$410.66	\$410.66
Frutas	1	U	\$159.05	\$159.05
		Total, Inventarios		\$4,474.55
		Total, Activo Circulante		\$6,474.55

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La inversión en activos circulantes es de \$6,474.55, dividido en cuentas de: Caja y bancos e inventarios que mantiene este emprendimiento.

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas anuales}}{360} \times 30 \text{ días}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\$146,513.03}{360} \times 30 \text{ días}$$

Cuentas por cobrar = \$12,209.67

Un valor de \$12,209.67 representa las cuentas por cobrar, que probablemente mantiene este proyecto de emprendimiento para recuperar el crédito en promedio en días de 15, 30 y 45.

Tabla 84

Activo Corriente del proyecto de emprendimiento

Detalle	Precio total
Caja y bancos	\$2,000.00
Inventarios	\$4,475.55
Cuentas por cobrar	\$12,209.67
Activo Corriente	\$18,684.21

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La inversión en activo corriente es de \$18,684.21, dicho valor monetario esta expresada en las cuentas contables de análisis.

6.3.2 Pasivo corriente

$$Pasivo Corriente = \frac{Activo Corriente}{Tasa circulante}$$

$$Pasivo Corriente = \frac{\$18,684.21}{2.5}$$

\$7,473.69 es el valor monetario del pasivo corriente, utilizando como información los valores de activo corriente (\$18,684.21) y tasa circulante (2.5% valor emitido por el BCE).

6.3.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo es el efectivo disponible que la empresa sustente los gastos durante el período de vida del proyecto, lo cual significa, sustentar los bienes y servicios de la empresa (Wild & Halsey, 2013).

Tabla 85

Capital de Trabajo del proyecto de emprendimiento

Detalle	Precio total
AC (Activo Corriente)	\$18,684.21
PC (Pasivo Corriente)	\$7,473.69
CT (Capital de trabajo)	\$11,210.53

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El capital de trabajo del proyecto de emprendimiento alcanzo un valor monetario de \$11,210.53, dicho cálculo se obtuvo de la resta del Activo y Pasivo corriente.

6.4 Resumen de inversiones

La inversión es una propuesta económica que surge de los estudios previos que sustenta el cumplimiento de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos, esto es al momento de la introducción del emprendimiento genere ganancias o beneficios adicionales (Fernández S. , 2013).

Tabla 86

Inversión del proyecto de emprendimiento

Detalle	Precio total
Af (Activo fijo)	\$3,901.00
Ad (Activo diferido)	\$8,500.00
Ct (Capital de trabajo)	\$11,210.53
Inversión	\$23,611.53

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La inversión del proyecto de emprendimiento es de \$23,611.53, por lo que el capital de trabajo representa el 47% de gasto monetario, es decir, el futuro empresario tomara en cuenta estos valores estratificado en Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

6.5 Financiamiento

Son los ingresos monetarios provenientes de los inversionistas propios (emprendedor y ajenos (entidad financiera), por consiguiente, permite el fortalecimiento integral del talento humano y los procesos productivos (Barquero, y otros, 2013).

Tabla 87

Inversión del proyecto de emprendimiento

Tipo de inversión del proyecto	Precio
Propia (30%)	\$7,083.46
Ajena (70%)	\$16,528.07
Inversión del emprendimiento	\$23,611.53

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El financiamiento propuesto en este proyecto se toma en cuenta los valores monetarios de \$7,083.46 [30%] y \$16,528.07 [70%].

6.6 Plan de inversiones

El plan de inversiones es el requisito de la actividad económica a ejecutar, esto es la afectación del sujeto pasivo o variaciones al momento de pago del préstamo, con las condicionantes de las leyes orgánicas y normativas de las entidades financieras (Begoña, González, Campo, & Garde, 2013).

Tabla 88

Plan de Inversión

Descripción	Valor	Porcentaje
Activos Fijos	\$3,901.00	17%
Activo Diferido	\$8,500.00	36%
Capital de trabajo	\$11,210.53	47%
Total, Inversión	\$23,611.53	100%
Financiamiento propio	\$7,083.46	30%
Financiamiento ajeno	\$16,528.07	70%
Total, Financiamiento	\$16,528.07	70%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Dentro del emprendimiento se estratifico los valores monetarios de activos fijos (\$3,901.00), diferido (\$8,500.00) y capital de trabajo (\$11,210.53), por lo que el financiamiento ajeno se ejecuta la simulación (plataforma del Banco de Pichincha) con una tasa de interés del 11.23% valor emitido del Banco Central del Ecuador.

Tabla 89

Tabla de amortización

Número de Cuota	Saldo	Interés	Capital	Cuota Mensual
0	\$16,528.07	\$0.00	\$0.00	\$0.00
1	\$16,400.52	\$149.22	\$210.12	\$359.34
2	\$16,188.52	\$147.33	\$212.00	\$359.34
3	\$15,974.61	\$145.43	\$213.91	\$359.34
4	\$15,758.78	\$143.51	\$215.83	\$359.34
5	\$15,541.01	\$141.57	\$217.77	\$359.34
6	\$15,321.28	\$139.61	\$219.73	\$359.34
7	\$15,099.58	\$137.64	\$221.70	\$359.34
8	\$14,875.89	\$135.64	\$223.69	\$359.34
9	\$14,650.19	\$133.64	\$225.70	\$359.34
10	\$14,422.46	\$131.61	\$227.73	\$359.34
11	\$14,192.69	\$129.56	\$229.77	\$359.34
12	\$13,960.85	\$127.50	\$231.84	\$359.34
13	\$13,726.93	\$125.41	\$233.92	\$359.34
14	\$13,490.91	\$123.31	\$236.02	\$359.34
15	\$13,252.77	\$121.19	\$238.14	\$359.34
16	\$13,012.49	\$119.05	\$240.28	\$359.34
17	\$12,770.04	\$116.90	\$242.44	\$359.34
18	\$12,525.43	\$114.72	\$244.62	\$359.34
19	\$12,278.61	\$112.52	\$246.82	\$359.34
20	\$12,029.58	\$110.30	\$249.03	\$359.34
21	\$11,778.31	\$108.07	\$251.27	\$359.34
22	\$11,524.78	\$105.81	\$253.53	\$359.34
23	\$11,268.98	\$103.53	\$255.80	\$359.34
24	\$11,010.87	\$101.23	\$258.10	\$359.34
25	\$10,750.45	\$98.91	\$260.42	\$359.34
26	\$10,487.69	\$96.57	\$262.76	\$359.34
27	\$10,222.57	\$94.21	\$265.12	\$359.34
28	\$9,955.07	\$91.83	\$267.50	\$359.34
29	\$9,685.16	\$89.43	\$269.91	\$359.34
30	\$9,412.83	\$87.01	\$272.33	\$359.34
31	\$9,138.05	\$84.56	\$274.78	\$359.34
32	\$8,860.81	\$82.09	\$277.25	\$359.34
33	\$8,581.07	\$79.60	\$279.74	\$359.34
34	\$8,298.82	\$77.09	\$282.25	\$359.34
35	\$8,014.04	\$74.55	\$284.78	\$359.34
36	\$7,726.69	\$71.99	\$287.34	\$359.34
37	\$7,436.77	\$69.41	\$289.92	\$359.34
38	\$7,144.24	\$66.81	\$292.53	\$359.34
39	\$6,849.08	\$64.18	\$295.16	\$359.34
40	\$6,551.28	\$61.53	\$297.81	\$359.34
41	\$6,250.79	\$58.85	\$300.48	\$359.34
42	\$5,947.61	\$56.15	\$303.18	\$359.34
43	\$5,641.70	\$53.43	\$305.91	\$359.34
44	\$5,333.05	\$50.68	\$308.65	\$359.34
45	\$5,021.62	\$47.91	\$311.43	\$359.34
46	\$4,707.40	\$45.11	\$314.22	\$359.34

Número de Cuota	Saldo	Interés	Capital	Cuota Mensual
47	\$4,390.35	\$42.29	\$317.05	\$359.34
48	\$4,070.45	\$39.44	\$319.90	\$359.34
49	\$3,747.68	\$36.57	\$322.77	\$359.34
50	\$3,422.01	\$33.67	\$325.67	\$359.34
51	\$3,093.42	\$30.74	\$328.59	\$359.34
52	\$2,761.87	\$27.79	\$331.55	\$359.34
53	\$2,427.35	\$24.81	\$334.52	\$359.34
54	\$2,089.82	\$21.81	\$337.53	\$359.34
55	\$1,749.26	\$18.77	\$340.56	\$359.34
56	\$1,405.63	\$15.71	\$343.62	\$359.34
57	\$1,058.93	\$12.63	\$346.71	\$359.34
58	\$709.10	\$9.51	\$349.82	\$359.34
59	\$356.14	\$6.37	\$352.97	\$359.34
60	\$0.00	\$3.20	\$356.14	\$359.34
Total	\$0.00	\$4,949.51	\$16,610.64	\$21,560.15

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Dentro de la elaboración de la tabla de amortización del préstamo aplicamos esta ecuación financiera:

$$\text{Saldo final} = \text{Saldo Inicial} - \text{Cuota fija}$$

6.7 Presupuesto de Costos e Ingresos

Los presupuestos de gastos e ingresos son los que provienen de la naturaleza económica de la actividad a desarrollar, además, de acuerdo con la finalidad que con la empresa pretende conseguir el éxito o fracaso de la misma (Arnal & González, 2013).

Para la elaboración del presupuesto de costo e ingreso, por lo que se estratifica en:

- Gasto operacional

Tabla 90

Materia prima

Descripción	Consumo Anual	Unidad de Medida	Precio Unitario	Precio Total
Carbohidratos	5476	Kilos	\$3.00	\$16,428.41
Proteína	1493	Kilos	\$2.40	\$3,584.38
Grasa	1328	Kilos	\$3.50	\$4,646.42
Lácteos	20237	Mililitros	\$0.01	\$202.37
Frutas	81	Unidades	\$1.50	\$121.42
Fibra	364	Kilos	\$4.00	\$1,457.07
	Total			\$26,440.07

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 91

Materiales indirectos

Descripción	Consumo Anual	Unidad de Medida	Precio Unitario	Precio Total
Empaque	80948	Unidades	\$0.30	\$24,284.42
Servilleta	80948	Unidades	\$0.02	\$1,618.96
Etiqueta	80948	Unidades	\$0.02	\$1,618.96
Fundas de pedidos	809.48	Unidades	\$1.10	\$890.43
Cartón de protección	809.48	Unidades	\$2.50	\$2,023.70
Cinta de embalaje	809.48	Unidades	\$0.60	\$485.69
Total				\$30,922.17

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El consumo anual de las fundas de pedidos, cartón de protección y cinta de embalaje representa el 1% de la DPI Real.

Tabla 92

Costo de depreciación

Descripción	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor total	Tiempo de depreciación [Años]	Valor depreciación
Mesas de aluminio	Herramienta	3	Unidades	\$50.00	\$150.00	5	\$30.00
Cuchillos	Menaje	10	Unidades	\$12.00	\$120.00	5	\$24.00
Cucharones	Menaje	5	Unidades	\$8.00	\$40.00	5	\$8.00
Tablas de picar	Menaje	5	Unidades	\$6.00	\$30.00	5	\$6.00
Bolds	Menaje	10	Unidades	\$25.00	\$250.00	5	\$50.00
Pírex	Menaje	4	Unidades	\$30.00	\$120.00	5	\$24.00
Ollas	Menaje	5	Unidades	\$80.00	\$400.00	5	\$80.00
Sartenes de teflón	Menaje	3	Unidades	\$60.00	\$180.00	5	\$36.00
Espumaderas	Menaje	2	Unidades	\$120.00	\$240.00	5	\$48.00
Cernidores	Menaje	5	Unidades	\$5.00	\$25.00	5	\$5.00
Exprimidor	Menaje	2	Unidades	\$5.00	\$10.00	5	\$2.00
Pelador de papas	Menaje	3	Unidades	\$12.00	\$36.00	5	\$7.20
Cocina y horno industrial	Maquinaria	1	Unidades	\$1,200.00	\$1,200.00	5	\$240.00
Tanque de gas Industrial	Maquinaria	1	Unidades	\$100.00	\$100.00	5	\$20.00
Total, Depreciación							\$580.20

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La Norma Internacional de Información Financiera, dentro de los proyectos de emprendimientos aplicando el método de depreciación de línea recta utilice el período de 5 años que dura por lo general este negocio o actividad económica (Mantilla, 2016).

Tabla 93
Costo de amortización

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total	Tiempo de amortización [5 años]	Valor de Amortización
Ante Proyecto	1	Unidades	\$2,000.00	\$2,000.00	5	\$400.00
Permisos	1	Unidades	\$1,000.00	\$1,000.00	5	\$200.00
Publicidad y propaganda	1	Unidades	\$5,500.00	\$5,500.00	5	\$1,100.00
Total, Amortización						\$1,700.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La obtención del costo de amortización, se aplicó el método de línea recta comparado a cinco años de duración del proyecto de emprendimiento (venta de kits alimenticios).

Tabla 94
Costo de mantenimiento

Descripción	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total	Valor porcentual de mantenimiento [10%]
Mesas de aluminio	Herramienta	3	Unidades	\$50.00	\$150.00	\$15.00
Cuchillos	Menaje	10	Unidades	\$12.00	\$120.00	\$12.00
Cucharones	Menaje	5	Unidades	\$8.00	\$40.00	\$4.00
Tablas de picar	Menaje	5	Unidades	\$6.00	\$30.00	\$3.00
Bolds	Menaje	10	Unidades	\$25.00	\$250.00	\$25.00
Pirex	Menaje	4	Unidades	\$30.00	\$120.00	\$12.00
Ollas	Menaje	5	Unidades	\$80.00	\$400.00	\$40.00
Sartenes de teflón	Menaje	3	Unidades	\$60.00	\$180.00	\$18.00
Espumaderas	Menaje	2	Unidades	\$120.00	\$240.00	\$24.00
Cernidores	Menaje	5	Unidades	\$5.00	\$25.00	\$2.50
Exprimidor	Menaje	2	Unidades	\$5.00	\$10.00	\$1.00
Pelador de papas	Menaje	3	Unidades	\$12.00	\$36.00	\$3.60
Cocina y horno industrial	Maquinaria	1	Unidades	\$1,200.00	\$1,200.00	\$120.00
Total, Mantenimiento						\$280.10

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La Norma Internacional de Información Financiera, para los gastos deducibles o de mantenimiento recomienda utilizar el valor porcentual que sugiere la legislación nacional, que puede ser entre el 10% o 20% (Uribe, 2016).

La Ley de Régimen Tributario del Ecuador, propone que el cálculo del mantenimiento se lo ejecute con el valor porcentual del 10%, en caso que el valor monetario del arreglo bien se recomienda que lo sustituya o lo aumente al poder adquisitivo (SRI, 2017).

El mantenimiento efectuado por técnicos especialistas alcanza un valor de \$280.10, dicho valor monetario se comparó con el 10% que recomienda la ley tributaria del Ecuador.

Tabla 95

Mano de obra

Descripción	Tipo de Operario	Valor Mensual	Valor Anual
Chef	Directo	\$450.00	\$5,400.00
Ayudante de cocina	Directo	\$375.00	\$4,500.00
Despachador	Indirecto	\$375.00	\$4,500.00
Total			\$14,400.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La mano de obra dentro del proyecto de emprendimiento, consta de los siguientes operarios como: Chef, Ayudante de Cocina y Despachador, por lo que, el monto monetario anual es de \$14,400.00.

Tabla 96

Costo de producción

Descripción	Valor
Materia Prima	\$26,440.07
Materiales indirectos	\$30,922.17
Depreciación	\$580.20
Amortización	\$1,700.00
Mantenimiento	\$280.10
Mano de obra (directa e indirecta)	\$14,400.00
Total, Costo de producción	\$74,322.54

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El costo de producción alcanzo un monto monetario de \$74,322.54 detallado por estas cuentas contables de la contabilidad de producción.

- Costo administrativo

Los costos administrativos son los montos monetarios que presenta el emprendimiento, correspondiente al manejo de trámites y movimientos internos dentro de la organización.

Tabla 97
Servicios Básicos

Detalle	Anual consumo	Valor estandarizado	Precio	Precio total anual
Energía eléctrica	7000	KwH	\$29.00	\$348.00
Servicio básico de agua potable	10	m ³	\$5.20	\$62.40
Servicio básico de teléfono	9.45	minutos	\$6.10	\$73.20
Servicio básico de internet	15	Mbps	\$30.10	\$361.20
Cilindros de gas	12	Cilindros	\$3.00	\$36.00
Servicios básicos				\$880.80

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 98
Sueldos y salarios (administrativos)

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	Mes	1	\$450.00	\$5,400.00
Secretaria	Mes	1	\$375.00	\$4,500.00
Sueldos y salarios				\$9,900.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 99
Otros (administrativos)

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo del sitio	Mes	1	\$375.00	\$4,500.00
Limpieza	Mes	1	\$40.00	\$480.00
Total				\$4,980.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 100
Suministros de oficina

Detalle	Valor estandarizado	Valor	Precio	Precio total
Resmas hojas A4	Unidades	12	\$5.50	\$66.00
Lapicero	Unidades	13	\$0.35	\$4.55
Sellos	Unidades	2	\$14.00	\$28.00
Folders	Unidades	20	\$0.60	\$12.00
Grapadora	Unidades	1	\$4.50	\$4.50
Perforadora	Unidades	1	\$2.50	\$2.50
Cajas de clips	Unidades	4	\$3.50	\$14.00
Suministros de oficina				\$131.55

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 101
Costos administrativos

Descripción	Valor
Servicios básicos	\$880.80
Sueldos y salarios	\$9,900.00
Otro costos	\$4,980.00
Suministros de oficina	\$131.55
Total, Costo administrativos	\$15,892.35

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El costo administrativo del proyecto alcanza un valor monetario de \$15,892.35 dividido en servicios básicos, sueldos y salarios, otros costos y finalmente en suministros de oficina.

- Costo de venta

El costo de venta son los rubros monetarios que tiene la organización, para la comercialización del producto dentro de los establecimientos educativos de la ciudad de Ambato.

Tabla 102

Sueldos y salarios (costo de venta)

Detalle	Valor estandarizado	Valor	Precio mes	Precio anual
Asesor comercial	Mes	1	\$375.00	\$4,500.00
Sueldos y salarios (costo de venta)				\$4,500.00

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Tabla 103

Transporte del producto

Descripción	Cantidad [Anual]	Precio Unitario	Valor Anual
Transporte de pedidos	1618.96	\$3.00	\$4,856.88
Estibador	1618.96	\$0.50	\$809.48
Total			\$5,666.37

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El transporte dentro de los proyectos manufactureros de emprendimiento, se recomienda utilizar el 2% de la DPI Real, con la finalidad de establecer un valor estándar de gasto de acuerdo al tiempo de vida útil (5 años).

El transporte del producto dentro de este negocio es el 2% de la DPI Real, en donde el valor monetario alcanza a \$5,666.37.

Tabla 104

Costo de venta

Descripción	Valor
Sueldos y salarios	\$4,500.00
Transporte	\$5,666.37
Total	\$10,166.37

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El costo de venta en el proyecto de emprendimiento alcanzo un monto monetario de \$10,166.37 clasificado en cuentas de sueldos y salarios, transporte.

- Costo financiero

El costo financiero es el valor monetario a pagar hacia la entidad financiera donde se efectuó el préstamo bancario.

Tabla 105

Costo financiero

Descripción	Cantidad	Interés del préstamo mensual	Interés del préstamo anual	Total de interés al tiempo del préstamo
Interés del préstamo al 11.23%	1	\$149.22	\$1,662.24	\$4,949.51
Total, Costo Bancario				\$4,949.51

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El pago de \$4,949.01 es el monto monetario (interés) que tiene la organización frente a la entidad financiera que le prestó el dinero.

- Resumen del presupuesto de costos

Tabla 106

Presupuesto de costos

Descripción	Valor
Costo de producción	\$74,322.54
Costo Administrativos	\$15,892.35
Costo de Venta	\$10,166.37
Costo Financiero	\$4,949.51
Total	\$105,330.76

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

- Costo de producción unitario

Tabla 107

Costo de producción unitario

Descripción	Valor
Costo de producción	\$74,322.54
DPI REAL	80948
Costo de producción unitario	\$0.92

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El costo de producción unitario es \$0.92, dicho valor monetario se obtiene comparando el costo de producción con la DPI Real.

- Valor a cubrir

Tabla 108

Valor a cubrir

Descripción	Valor
Costo Administración	\$15,892.35
Costo de Venta	\$10,166.37
Costo Financiero (Interés)	\$4,949.51
Costo Financiero (Capital)	\$16,528.07
Costo total de gastos	\$47,536.29

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El valor monetario a cubrir es \$47,536.29 esto se obtuvo con el costo administrativo, venta, financiero (interés y capital).

- Utilidad porcentual a cubrir sin tener ganancia

Tabla 109

Utilidad porcentual

Descripción	Valor
Costo total de gastos	\$47,536.29
Costo de producción	\$74,322.54
Valor porcentual	64%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

La utilidad porcentual unitaria del kit es el 64%, dicho valor se obtiene comparando el costo total a cubrir con el costo de producción.

- Precio de venta real

Tabla 110

Precio de Venta real

Descripción	Valor
Costo de producción unitario	\$0.92
Valor porcentual	64%
Utilidad porcentual	33%
Valor porcentual de ganancia	97%
Precio Real	\$1.81

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El precio real del kit al momento de la comercialización es de \$1.81, por lo que, esta cantidad se utiliza para establecer los indicadores financieros; por otro lado, la utilidad porcentual se propone un 33% de ganancia donde dicho producto es ganancia.

- Proyección del precio del kit real

Tabla 111

Proyección del precio del kit establecido por encuesta

Período	Precio	Tasa
2016	1.81	1.12%
2017	1.84	1.12%
2018	1.86	1.12%
2019	1.88	1.12%
2020	1.90	1.12%
2021	1.92	1.12%
2022	1.95	1.12%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

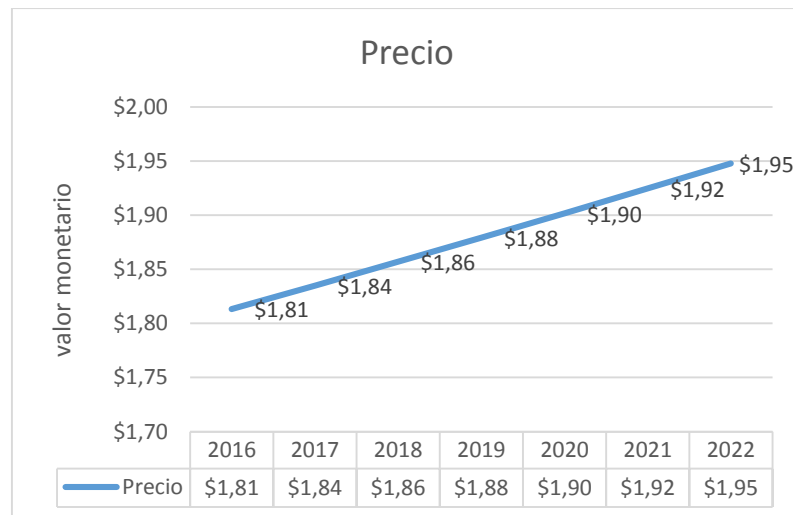


Ilustración 59 Proyección del precio real

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

6.7.1 Situación financiera actual

Es todo aquello que permite ver el diagnóstico interno y externo de las cuentas del activo, pasivo y patrimonio dentro del inicio de arranque de actividades económicas (Campos, 2013).

Tabla 112
Balance General

Descripción	Valor	Descripción	Valor
Activo		Pasivo	
Activo Circulante		Pasivo Corriente	\$7,473.69
Caja y bancos	\$2,000.00	Total, Pasivo corriente	\$7,473.69
Inventario	\$4,474.55	Pasivo largo plazo	
Cuentas por cobrar	\$12,209.67	Préstamo bancario	\$16,528.07
Total, Activo Circulante	\$18,684.21	Interés del préstamo	\$1,662.24
Activo Tangible		Total, Pasivo largo plazo	\$18,190.31
Herramienta	\$3,901.00	Total Pasivo	\$25,664.00
(-) Depreciación Acumulada neta	\$580.20		
Total, Activo Tangible	\$3,320.80		
Activo Intangible			
Ante Proyecto	\$2,000.00		
Permisos	\$1,000.00	Patrimonio	
Publicidad y propaganda	\$5,500.00	Capital	\$3,141.02
(-) Amortización Acumulada neta	\$1,700.00		
Total, Activo Intangible	\$6,800.00	Total Patrimonio	\$3,141.02
Total Activo	\$28,805.01	Total Pasivo + Patrimonio	\$28,805.01

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

6.7.2 Situación financiera proyectada

El estado de situación proyectada, son las cuentas que se somete a un proceso de cálculo matemático y estadístico de los valores monetarios de los rendimientos, con la finalidad de observar la evolución monetaria respecto a la vida útil (Campos, 2013).

Tabla 113
Estado de situación proyectada

Activo	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Activo Circulante					
Caja y bancos	\$2,000.00	\$2,180.00	\$2,376.20	\$2,590.06	\$2,823.16
Inventario	\$4,474.55	\$4,877.25	\$5,316.21	\$5,794.67	\$6,316.19
Cuentas por cobrar	\$12,209.67	\$13,308.54	\$14,506.31	\$15,811.88	\$17,234.94
Total, Activo Circulante	\$18,684.21	\$20,365.79	\$22,198.71	\$24,196.60	\$26,374.29
Activo Tangible					

Equipos de cocina	\$3,901.00	\$4,252.09	\$4,634.78	\$5,051.91	\$5,506.58
(-) Depreciación Acumulada neta	\$580.20	\$580.20	\$580.20	\$580.20	\$580.20
Total, Activo Tangible	\$3,320.80	\$3,671.89	\$4,054.58	\$4,471.71	\$4,926.38
Activo Intangible					
Ante Proyecto	\$2,000.00	\$2,180.00	\$2,376.20	\$2,590.06	\$2,823.16
Permisos	\$1,000.00	\$1,090.00	\$1,188.10	\$1,295.03	\$1,411.58
Publicidad y propaganda	\$5,500.00	\$5,995.00	\$6,534.55	\$7,122.66	\$7,763.70
(-) Amortización Acumulada neta	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00
Total, Activo Intangible	\$6,800.00	\$7,565.00	\$8,398.85	\$9,307.75	\$10,298.44
Total Activo	\$28,805.01	\$31,602.68	\$34,652.14	\$37,976.05	\$41,599.12
Pasivo					
Pasivo Corriente	\$7,473.69	\$8,146.32	\$8,879.49	\$9,678.64	\$10,549.72
Total, Pasivo corriente	\$7,473.69	\$8,146.32	\$8,879.49	\$9,678.64	\$10,549.72
Pasivo largo plazo					
Préstamo bancario	\$16,528.07	\$13,960.85	\$11,010.87	\$7,726.69	\$4,070.45
Interés del préstamo	\$1,662.24	\$3,024.29	\$3,980.15	\$4,707.93	\$4,949.51
Total, Pasivo largo plazo	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Total Pasivo	\$25,664.00	\$25,131.46	\$23,870.51	\$22,113.26	\$19,569.68
Patrimonio					
Capital	\$3,141.02	\$6,471.22	\$10,781.63	\$15,862.79	\$22,029.44
Total Patrimonio	\$3,141.02	\$6,471.22	\$10,781.63	\$15,862.79	\$22,029.44
Total Pasivo + Patrimonio	\$28,805.01	\$31,602.68	\$34,652.14	\$37,976.05	\$41,599.12

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El método de proyección aplicado es de tipo geométrico, por lo que la aplicación de la ecuación se aplica la inflación anual (0.90%) valor emitido por el Banco Central del Ecuador.

6.7.3 Presupuesto de ingresos

Son los valores monetarios evolutivos que se presenta dentro de un período, por consiguiente (Campos, 2013).

Tabla 114

Presupuesto de ingresos

Años	DPI Real (Productos)	Precio Kit Real	Ingresos Anuales [Precio Kit Real]
2016	80948	\$1.81	\$146,516.03
2017	81968	\$1.83	\$150,142.47
2018	83001	\$1.85	\$153,858.55
2019	84047	\$1.88	\$157,666.85
2020	85106	\$1.90	\$161,569.36
2021	86178	\$1.92	\$165,568.36
2022	87264	\$1.94	\$169,666.34

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Ante lo expuesto, se detalla el rubro de ingresos que mantendrá el proyecto de emprendimiento relacionado a la vida útil del proyecto de emprendimiento, con el precio establecido en encuesta y el obtenido en el estudio financiero.

6.7.4 Estado de resultados proyectadas

Tiene como objetivo calcular los resultados económicos de las operaciones corrientes de los negocios como pérdidas o utilidades, dentro de un horizonte de tiempo (Mungaray & Ramírez, 2013).

Tabla 115

Estado de resultados proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$150,142.47	\$153,858.55	\$157,666.85	\$161,569.36	\$165,568.36
(-) Costo de producción	\$74,322.54	\$81,011.57	\$88,302.61	\$96,249.84	\$104,912.33
(=) Utilidad Bruta	\$75,819.93	\$72,846.98	\$69,364.24	\$65,319.52	\$60,656.03
(-) Costo Administrativos	\$15,892.35	\$17,322.66	\$18,881.70	\$20,581.05	\$22,433.35
(-) Costo Financiero	\$1,662.24	\$3,024.29	\$3,980.15	\$4,707.93	\$4,949.51
(-) Costo de Venta	\$10,166.37	\$11,081.34	\$12,078.66	\$13,165.74	\$14,350.65
(=) Utilidad antes de impuestos	\$48,098.97	\$41,418.69	\$34,423.73	\$26,864.79	\$18,922.52
(-) Impuesto a la renta persona natural 23%	\$11,062.76	\$9,526.30	\$7,917.46	\$6,178.90	\$4,352.18
(=) Utilidad después de impuestos	\$37,036.21	\$31,892.39	\$26,506.28	\$20,685.89	\$14,570.34
(-) Reparto de utilidades trabajadores 15%	\$5,555.43	\$4,783.86	\$3,975.94	\$3,102.88	\$2,185.55
(=) Utilidad Neta	\$31,480.78	\$27,108.53	\$22,530.33	\$17,583.01	\$12,384.79
(+) Cargo Depreciación y Amortización	\$580.20	\$580.20	\$580.20	\$580.20	\$580.20
(+) Pago principal de la deuda	\$16,528.07	\$13,960.85	\$11,010.87	\$7,726.69	\$4,070.45
(+) Flujo neto de efectivos	\$48,589.05	\$41,649.58	\$34,121.41	\$25,889.90	\$17,035.44

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

6.7.5 Flujo de caja

El flujo de caja es aquel estado financiero que verifica las entradas y salidas de los valores monetarios dentro de un período de tiempo, por consiguiente, esta herramienta financiera permite observar el indicador de liquidez de la empresa (Wild & Halsey, 2013)..

Tabla 116
Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Operacionales	\$23,611.53	\$150,142.47	\$153,858.55	\$157,666.85	\$161,569.36	\$165,568.36
Propio	\$7,083.46					
Financiada	\$16,528.07					
Ventas		\$150,142.47	\$153,858.55	\$157,666.85	\$161,569.36	\$165,568.36
Gastos operacionales	\$0.00	\$26,338.82	\$28,685.19	\$31,242.64	\$34,030.16	\$37,068.46
Costos administrativos		\$15,892.35	\$17,322.66	\$18,881.70	\$20,581.05	\$22,433.35
Costos de venta		\$10,166.37	\$11,081.34	\$12,078.66	\$13,165.74	\$14,350.65
Costos operativos		\$280.10	\$281.19	\$282.28	\$283.37	\$284.46
Flujo operacional	\$23,611.53	\$123,803.65	\$125,173.36	\$126,424.21	\$127,539.20	\$128,499.90
No operacionales						
Crédito						
Gastos no operacionales	\$0.00	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Pago de crédito		\$16,528.07	\$13,960.85	\$11,010.87	\$7,726.69	\$4,070.45
Pago de interés de crédito		\$1,662.24	\$3,024.29	\$3,980.15	\$4,707.93	\$4,949.51
Flujo no operacional	\$0.00	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Flujo de caja	-\$23,611.53	\$105,613.34	\$108,188.21	\$111,433.19	\$115,104.57	\$119,479.94

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

6.8 Punto de equilibrio

Expresa el valor monetario en el que la empresa no tiene pérdida y ganancia financiera, únicamente, cubre los costos.

Tabla 117
Costos Fijos y Variables

Detalle	Costo fijos	Valor	Costo variables	Valor
Costo de producción	Cargo de amortización y depreciación	\$2,280.20	Materia Prima	\$26,440.07
	Mantenimiento Maquinaria y Equipo	\$280.10	Materiales Indirectos	\$30,922.17
Costo administrativo	Mano de obra directa e indirecta	\$14,400.00		
	Servicios básicos	\$880.80	Suministros de oficina	\$131.55
	Sueldos y salarios	\$9,900.00		
Costo de venta	Sueldos y salarios	\$4,500.00	Transporte	
Costo financiero	Interés Préstamo Bancario	\$1,662.24		\$5,666.37
Total	Costo Fijos	\$33,903.34	Costos Variables	\$63,160.15

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Ante lo expuesto, se detalla los costos fijos y variables del emprendimiento que permite el cálculo del punto de equilibrio en unidades monetarias y físicas.

6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias

El valor monetario de equilibrio en este estudio financiero alcanza un total \$59.592,48, este rubro se obtuvo aplicando con esta ecuación:

Punto de equilibrio en dólares = Valor unitario de venta al público por punto de equilibrio en kits alimenticios

Punto de equilibrio en dólares = 1.81 por 32924

Punto de equilibrio en dólares = \$59.592,48

6.8.2 Punto de equilibrio en unidades de servicio

El número de kits que permite obtener equilibrio en el proyecto de emprendimiento es de 32924 unidades, por consiguiente se aplica esta ecuación:

$$\text{Punto de equilibrio en kits} = \frac{\text{Costo fijo del proyecto}}{\text{Valor unitario de venta al público} - \text{Valor unitario variable}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en kits} = \frac{\$33.903,34}{\$1,81 - \$0,78}$$

$$\text{Punto de equilibrio en kits} = \frac{\$39.484,15}{\$1.03}$$

Punto de equilibrio en kits = 32924

6.8.3 Punto de equilibrio graficado

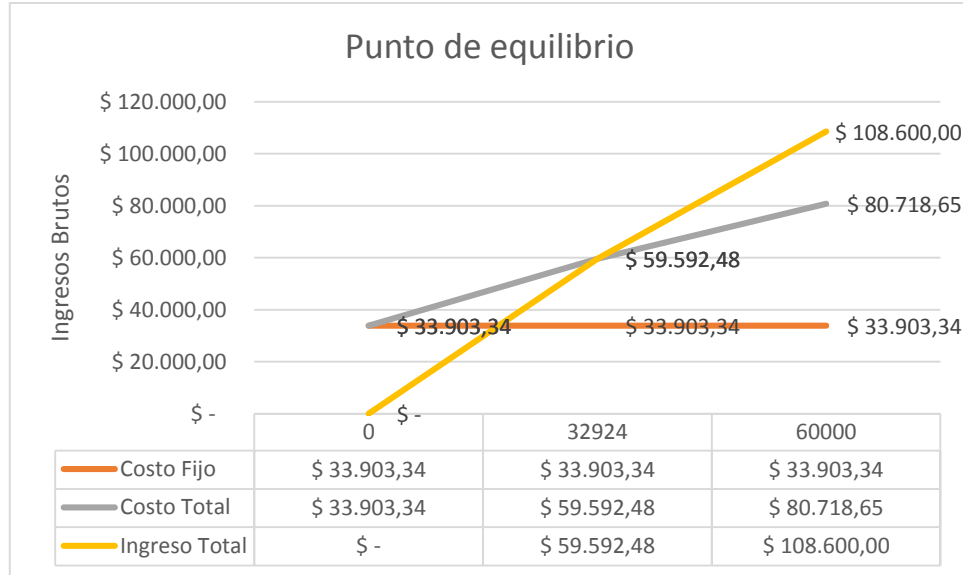


Ilustración 60 Punto de equilibrio
Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

6.9 Tasa de descuento

6.9.1 Cálculo Tmar1 sin financiamiento

Permite el estudio de la evaluación de los proyectos de inversión de tipo social y capital, esto es la determinación de la factibilidad y viabilidad económica (Vidaurri, 2013).

La tasa de descuento sin financiamiento es del 7.94%, dicho valor se obtuvo con la aplicación de la ecuación:

$$Tmar\ 1 = i + f$$

Los valores de la nomenclatura financiera i y f con estos siguientes enunciados:

- La primera refleja el valor porcentual del riesgo país, con un valor del 7,04% (valor emitido por el Banco Central del Ecuador).
- La segunda es la inflación anual del mes correspondiente (0.90% abril).

6.9.2 Cálculo Tmar2 sin financiamiento

La ecuación de la Tmar 2 presenta una variación de formulismo, comparado con el Tmar 1:

$$Tmar\ 2 = i + f(2)$$

$$Tmar\ 2 = 0,0704 + 0,0090(2)$$

$$Tmar\ 2 = 0,0884 = 8,84\%$$

En el capítulo del estudio financiero, se detalló estas tasas porcentuales (7.94% y 8.84%), por lo que esto sirve para la evaluación financiera.

6.9.3 Cálculo Tmar1 global mixto

Tabla 118

Tmar global 1

Inversión con financiamiento	Monto	Peso	Tasa mínima aceptable de rendimiento global	Ponderación
Propia 30 [%]	\$7,083.46	0.30	0.0794	0.02382
Ajena 70 [%]	\$16,528.07	0.70	0.1123	0.07861
Total	\$23,611.53	100%	0.1917	0.10243
Total %				10.24%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El valor porcentual (tasa mínima aceptable de rendimiento) de comparación para proyectos de inversión es de 10.24%.

6.9.4 Cálculo Tmar2 global mixto

Tabla 119

Tmar global 2

Inversión con financiamiento	Monto	Aportación	Tasa mínima aceptable de rendimiento global	Ponderación
Propia 30 [%]	\$7,083.46	0.30	0.0884	0.02652
Ajena 70 [%]	\$16,528.07	0.70	0.1123	0.07861
Total	\$23,611.53	100%	0.2007	0.10513
Total %				10.51%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

En el caso número dos de este cálculo del Tmar 2, se observó un valor porcentual de 10.51%.

6.10 Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Es la diferencia de los Flujos netos de efectivo con la vida útil del proyecto (Jímenez, Espinoza, & Fonseca, 2013).

Para el cálculo se aplica la siguiente formula.

$$VAN = I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -23611,53 + \frac{105611,34}{(1+0.1024)^1} + \frac{108188,21}{(1+0.1024)^2} + \frac{111433,19}{(1+0.1024)^3} + \frac{115104,57}{(1+0.1024)^4} + \frac{119479,94}{(1+0.1024)^5}$$

6.10.1 Cálculo VAN 1

Tabla 120

VAN 1

Detalle	Valores
Tmar 1 global	10.24%
Valor actual neto	\$358,913.21

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Análisis

La recuperación del proyecto de emprendimiento, con el indicador del Valor Actual neto comparado a la vida útil (5 años) obtuvo el valor monetario de \$358,913.21.

6.10.2 Cálculo VAN 2

Tabla 121

VAN 2

Detalle	Valores
Tmar 2 global mixto	10.51%
Valor actual neto	\$355,387.50

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Análisis

El Valor actual neto alcanzó un total de \$355.387,50, por consiguiente este rubro es recuperable con la utilización de financiamiento de tipo privado.

6.11 Indicadores Financieros

6.11.1 Índices de solvencia

Tabla 122

Solvencia

Descripción	Valor
Activo Total	\$28,805.01
Pasivo Total	\$25,664.00
Solvencia	\$1.12

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Para obtener el cálculo de la solvencia, se compara el activo con el pasivo, por consiguiente este indicador arrojo un valor de \$1,12, esto es evitar la quiebra de emprendimiento a desarrollar.

6.11.2 Índice de endeudamiento

Tabla 123

Índice de endeudamiento

Descripción	Valor
Pasivo Total	\$25,664.00
Activo Total	\$28,805.01
Endeudamiento	89%

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Para obtener el indicador de endeudamiento, se compara el pasivo con el activo, por lo que arroja un valor porcentual del 89% para obtener préstamos financieros con entidades públicas y privadas.

6.11.3 Índice de apalancamiento

Tabla 124

Índice de apalancamiento

Descripción	Valor
Pasivo Total	\$25,664.00
Patrimonio	\$3,141.02
Apalancamiento	8.17

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El apalancamiento se obtiene comparando el pasivo con el patrimonio, por lo que arrojo un valor de 8.17 veces, esto es que las instituciones financieras públicas y privadas pueden prestar dinero para la adquisición de nueva maquinaria.

6.12 Tasa de beneficio – costo

La relación beneficio costo calcula el valor monetario a recuperar en el proyecto de emprendimiento, es decir, determinar el beneficio económico real del desarrollo de esta actividad económica (Jímenez, Espinoza, & Fonseca, 2013).

Para la ejecución de la relación beneficio costo, se utiliza la ecuación:

$$\text{Relación beneficio costo} = \frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}}$$

$$\text{Relación beneficio costo} = \frac{\$788.805,59}{\$252.597,86}$$

$$\text{Relación beneficio costo} = \$3,12$$

El beneficio costo de este proyecto de emprendimiento alcanzo un \$3.12. La explicación de este indicador de evaluación financiera detalla, que por cada \$4, tiene beneficio el \$3,12.

6.13 Período de recuperación de la inversión

El PRI detalla los días, las semanas, los meses y años, en que se recupera la inversión, esto significa demuestra la rentabilidad de la inversión (Jímenez, Espinoza, & Fonseca, 2013).

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{Año}}$$

$$PRI = \frac{23611,53}{\frac{\sum 536207,73}{5}}$$

$$PRI = 0,22017147$$

$$0,22 \times 12 \text{ meses} = 2,6420$$

$$0,6420 \times 30 \text{ días} = 19,16$$

La recuperación de la inversión será en 2 meses con 19 días, pero este depende de las variables mercadológicas del mercado al momento de ejecutar el emprendimiento.

6.14 Tasa interna de retronó (TIR)

Valor porcentual que mide la rentabilidad del bien o servicio, por medio del flujo de caja del proyecto de inversión del emprendimiento de tipo social y capital (Jímenez, Espinoza, & Fonseca, 2013).

$$\text{Tasa interna de rétorno} = \text{Tasa de descuento 1} + (\text{Tasa de descuento 2} - \text{Tasa de descuento 1}) \left(\frac{\text{Valor actual neto 1}}{\text{Valor actual neto 1} - \text{Valor actual neto 2}} \right)$$

$$\text{Tasa interna de rétorno} = 0.1024 + (0.027) \left(\frac{\$ 358913,21}{\$ 3525,08} \right)$$

$$\text{TIR} = 0.2749$$

Análisis

El 27.49% representa el retorno de la inversión incluido el valor monetario de la utilidad, comparado al tiempo del emprendimiento (5 años).

6.15 Análisis de sensibilidad

Tabla 125

Escenario optimista

Ingresos	Flujo de caja proyectado 20%					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operacionales	\$23,611.53	\$180,170.96	\$184,630.26	\$189,200.22	\$193,883.23	\$198,682.03
Propio	\$7,083.46					
Financiada	\$16,528.07					
Ventas		\$180,170.96	\$184,630.26	\$189,200.22	\$193,883.23	\$198,682.03
Gastos operacionales	\$0.00	\$26,338.82	\$28,685.19	\$31,242.64	\$34,030.16	\$37,068.46
Costos administrativos		\$15,892.35	\$17,322.66	\$18,881.70	\$20,581.05	\$22,433.35
Costos de venta		\$10,166.37	\$11,081.34	\$12,078.66	\$13,165.74	\$14,350.65
Costos operativos		\$280.10	\$281.19	\$282.28	\$283.37	\$284.46
Flujo operacional	\$23,611.53	\$153,832.15	\$155,945.07	\$157,957.58	\$159,853.07	\$161,613.57
No operacionales						
Crédito						
Gastos no operacionales	\$0.00	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Pago de crédito		\$16,528.07	\$13,960.85	\$11,010.87	\$7,726.69	\$4,070.45
Pago de interés de crédito		\$1,662.24	\$3,024.29	\$3,980.15	\$4,707.93	\$4,949.51
Flujo no operacional	\$0.00	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Flujo de caja	-\$23,611.53	\$135,641.84	\$138,959.92	\$142,966.56	\$147,418.44	\$152,593.61

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Dentro del escenario optimista aplicamos el 20% de aumento en las ventas reales, lo cual significa, mejorar los indicadores financieros del VAN, TIRF, PRI, RBC.

Tabla 126

Escenario pesimista

Flujo de caja proyectado -20%						
Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operacionales	\$23,611.53	\$120,113.98	\$123,086.84	\$126,133.48	\$129,255.49	\$132,454.69
Propio	\$7,083.46					
Financiada	\$16,528.07					
Ventas		\$120,113.98	\$123,086.84	\$126,133.48	\$129,255.49	\$132,454.69
Gastos operacionales	\$0.00	\$26,338.82	\$28,685.19	\$31,242.64	\$34,030.16	\$37,068.46
Costos administrativos		\$15,892.35	\$17,322.66	\$18,881.70	\$20,581.05	\$22,433.35
Costos de venta		\$10,166.37	\$11,081.34	\$12,078.66	\$13,165.74	\$14,350.65
Gastos operativos		\$280.10	\$281.19	\$282.28	\$283.37	\$284.46
Flujo operacional	\$23,611.53	\$93,775.16	\$94,401.65	\$94,890.84	\$95,225.32	\$95,386.22
No operacionales						
Crédito						
Gastos no operacionales	\$0.00	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Pago de crédito		\$16,528.07	\$13,960.85	\$11,010.87	\$7,726.69	\$4,070.45
Pago de interés de crédito		\$1,662.24	\$3,024.29	\$3,980.15	\$4,707.93	\$4,949.51
Flujo no operacional	\$0.00	\$18,190.31	\$16,985.14	\$14,991.02	\$12,434.62	\$9,019.96
Flujo de caja	-\$23,611.53	\$75,584.85	\$77,416.50	\$79,899.82	\$82,790.70	\$86,366.27

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

Dentro del escenario pesimista aplicamos el 20% de reducir las ventas reales, lo cual significa, observar la variación de los indicadores financieros del VAN, TIRF, PRI, RBC.

6.15.1 Cuadro de sensibilidad

Tabla 127

Cuadro de sensibilidad

Variaciones	Escenario	Valor	Escenario	Escenario	Valor
	Optimista		Real	Pesimista	
Valor Actual Neto 1	(+) 20%	\$466,226.18	\$358,913.21	(-) 20%	\$251,600.24
Valor Actual Neto 2	(+) 20%	\$461,694.12	\$355,387.50	(-) 20%	\$249,080.88
Tasa Interna de Retorno	(+) 20%	27.78%	27.49%	(-) 20%	26.96%
Relación Beneficio/Costo	(+) 20%	\$3.75	\$3.12	(-) 20%	\$2.50
Período Interno de Recuperación	(+) 20%	2 meses 1 día	2 meses 19 días	(-) 20%	3 meses 22 días

Elaborado por: Elizabeth Tipán (2017)

El análisis sensibilidad efectuado muestra la rentabilidad y el grado de recuperación de la inversión en todos los escenarios económicos posibles, esto sirve de referencia para la entidad financiera para generar el financiamiento posible.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- En el capítulo I se aplicó el recurso metodológico de árbol de problemas, por consiguiente se identificó la problemática de la poca cultura de alimentación saludable en los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Ambato, en donde, se observa el aumento de problemas de nutrición en los estudiantes, además, el incremento del gasto en salud que efectúan los padres de familia que no genera ahorro.
- Dentro de la descripción del emprendimiento, se efectúa el planteo de los objetivos general y específicos que llegan al éxito de la ejecución del emprendimiento en esta primera etapa, además, la ubicación geográfica del proyecto dentro del cantón Ambato identificando que los beneficiarios son los dueños de los bares, ofreciendo producto que cumplen con la legislación nacional evitando la clausura.
- En estudio de mercado, se estableció de la oferta (6000 personas- 708033 productos) y demanda (17078 personas - 2015171 productos) en el proyecto de emprendimiento, por lo que, esto sirve para determinar la DPI del proyecto de emprendimiento conjuntamente con la elección del canal de distribución y la aplicación de las estrategias de comercialización que permite el éxito del plan de marketing,
- En el capítulo IV se estableció que la DPI real del proyecto con 7.26% de estimación de la producción de este emprendimiento, por lo que, dicho cálculo se obtuvo con la metodología de capacidad de producción diaria del producto por medio de los criterios de la estadística descriptiva.
- En el estudio organizacional se efectuó los lineamientos y perfiles del talento humano a utilizar en este emprendimiento titulado “Elaboración y comercialización de kits nutritivos para los niños de las escuelas particulares

en la ciudad de Ambato”, en donde se estableció los niveles gerenciales de tipo ejecutivo, auxiliar y operativo; así como también los requerimientos y experiencia de cada cargo.

- El estudio financiero del emprendimiento tuvo la calificación de exitoso en base al control de las variables cualitativas aplicadas, que permiten identificar si el proyecto se aprueba o se rechaza y conocer si cumple con las expectativas del inversionista; por lo que permite pagar la deuda con la entidad financiera (Banco Pichincha) en menos de un año, lo cual significa, que los indicadores financieros son factibles para este negocio a desarrollarse en el cantón Ambato.

7.2. Recomendaciones

- El árbol de problemas es un recurso metodológico usado en las instituciones universitarias públicas, por consiguiente también es prudente la ejecución de la matriz de involucrados y el árbol de objetivos, dentro de los proyectos alimenticios que permite identificar otros sujetos directos e indirectos.
- Dentro del proyecto de emprendimiento también es importante utilizar criterios de profesionales de Ingeniería de alimentos, que permita la obtención de un certificado internacional que es la normativa ISO 22000: 2005 que habla del sistema de inocuidad de alimentos evitando el riesgo del producto.
- El estudio de mercado requiere tener la actualización en el primer año de aplicación, con la finalidad de designar un nuevo segmento de mercado y mejorar la rentabilidad económica del propietario y el talento humano multidisciplinario.
- Los estudios técnicos dentro de las diferentes áreas de gestión de talento humano, es importante tomar en cuenta los criterios del profesional para la obtención de nuevos kits alimenticios a ofertar dentro del segmento de mercado establecido.
- En el estudio organizacional en el caso de creación de algún nuevo departamento como “Marketing y publicidad”, se lo recomienda la actualización de los manuales propuestos en este proyecto de emprendimiento.
- Los estudios financieros dentro de los próximos años es recomendable aplicar criterios de econometría o también llamada la estadística económica, que significa el manejo de datos históricos mediante el uso de los coeficientes de correlación y el uso de estadígrafos que aprueben las inversiones monetarias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzate, J. (25 de 10 de 2011). *Como ser un vendedor profesional*. Obtenido de <http://vendedorconclase.blogspot.com/2011/10/funciones-del-vendedor.html>
- Andrade, S. (2012). *Diccionario de Economía: Solidaria y Cooperativismo*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Arata, A. (2013). *Ingeniería y gestión de la confiabilidad operacional en plantas industriales* (Vol. II). Chile: RIL Editores.
- Archive, A. (18 de 02 de 2014). *Conceptos y Ejemplos de Estrategias de Marketing*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- Arnal, S., & González, J. (2013). *Manual de Presupuestos y Contabilidad de las Corporaciones Locales* (Vol. II). Madrid: Grupo Wolters Kluwer.
- Barquero, J., Calvo, E., Ortiz, M., Quesada, I., Valverde, C., & Wachong, V. (2013). *Financiamiento de la Educación Superior* (Vol. II). San José: Universidad Costa Rica.
- Batle, R. (2015). *¿Qué es una necesidad social? Rose Battle*.
- Begoña, G., González, R., Campo, C., & Garde, M. (2013). *Las claves de la Reforma del Impuesto sobre sociedades* (Vol. II). Valencia: CISS.
- Blázquez Ochando, M. (2015). *Fuentes de Información Especializadas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <http://mblazquez.es/wp-content/uploads/ebook-mbo-fuentes-especializadas.pdf>
- Borra, C. (2010). *La Estimación de la Demanda*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Bouso, J., & Aitor, O. (2013). *Prontuario fiscal foral* (Vol. II). Valencia: Grupo Wolters Kluwer.
- Burbano Ruiz, J. (2010). *Presupuestos*. Bogotá: NOMOS.
- Campos, M. (2013). *Compendio para el estudio de las finanzas corporativas básicas en las Universidades* (Vol. II). México df: Universidad Iberoamericana.

- Carranza, A., & Carranza, F. (2012). *Sistema de Gestión de Calidad ISO-22000 para la sociedad cooperativa Yutathui de R.L.* La ciudad de Buenos Aires: Universidad del Salvador.
- Carvajal, E. (2013). *Dirección del Marketing*. Madrid: Editorial Vértice.
- Consejo Europeo de Información sobre la Alimentación (EUFIC). (2010). *EUFIC*. Obtenido de <http://www.eufic.org/article/es/page/barchive/expid/basics-nutricion-ninos-adolescentes/>
- Coordinación Nacional de Nutrición. (2011). *NORMAS DE NUTRICIÓN para la prevención primaria y control del sobrepeso y la obesidad en niñas, niños y adolescentes*. *Revista Técnica*.
- Cordoba, M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: ECO Ediciones.
- Cordobá, M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Córdoba, M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos* (Sexta ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Coronado, M., Córdova, A., & García, M. (2013). Estrategias de mercado para productos elaborados a base de Chiltepín en la Sierra de Sonora. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 359-370.
- Dahlberg, N. (2016). Los “millennials” impulsan empresas de alimentos saludables. *EL Nuevo Herald*.
- De la Fuente, D. (2013). *Ingeniería de organización en la empresa: Dirección de Operaciones* (Vol. II). Asturias: Textos Universitarios Ediuono.
- Departamento de Agricultura y Protección del Consumidor. (15 de 12 de 2010). *Nutrición y protección del consumidor*. Obtenido de http://www.fao.org/ag/agn/nutrition/ecu_es.stm
- Diario, E. (22 de 07 de 2013). Alimentación para los niños . págs. <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/275298-alimentacion-para-los-ninos/>.
- Dirección de Análisis e Información Educativa (DNAIE). (2015). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/>
- El Telégrafo. (Jueves, 13 de Junio de 2013). Cumplir con la tabla nutricional, un desafío para bares escolares.

- El Tiempo. (01 de Octubre de 2016). Los dulces y frituras se alejarán de los planteles.
- Emprendedores en línea. (11 de 05 de 2011). *Formas legales de Organización*.
Obtenido de <http://comoemprender-comoinvertir.blogspot.com/2011/05/formas-legales-de-organizacion.html>
- ENSANUT-ECU. (2014). *Encuesta de Salud y Nutrición Pública* . Quito.
- Erossa, V. (2013). *Proyectos de inversión en Ingeniería*. México df: Limusa.
- Fadelle, J. (2015). *El precio de pagar*. Madrid: MT Color & Diseño S.L.
- Fernández, J., & Casado, M. (2013). *Contabilidad financiera para directivos*. Madrid: ESIC.
- Fernández, S. (2013). *Los proyectos de inversión* (Vol. II). San José: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Gómez, G. (2002). *Organización y Métodos*. México: Mc-Graw Hill.
- google.mpas. (2016).
- Grande, I., & Abascal, E. (2013). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (Vol. XII). Madrid: ESIC.
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2013). *Administración* (Vol. XIII). México Df: CENGAGE Learning.
- Henderson, K. J. (15 de 01 de 2017). *Funciones de un asistente de contabilidad*.
Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/funciones-de-un-asistente-de-contabilidad-4509.html>
- Henderson, K. J. (17 de 01 de 2017). *Funciones de un jefe de marketing*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/funciones-de-un-gerente-de-marketing-4424.html>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* .
- INEC. (19 de diciembre de 2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*.
- Jara , L. (2015). Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria. *Observatorio Economico y Social URN*.
- Jímenez, F., Espinoza, C., & Fonseca, L. (2013). *Ingeniería Económica*. San José: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

- Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Kotler, P. y. (2013). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- Mantilla, S. (2016). *Estándares/ Norma Internacional de Información Financiera*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- María, A. (19 de 11 de 2013). *Funciones de la Secretaria*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/Mariangelica2001/funciones-de-la-secretaria>
- Martínez, C., Cotera, J., & Cruz, M. (2013). Canales de comercialización de productos lácteos en Dobladero, Veracruz, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 281-288.
- Ministerio de Educación. (2010). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/programa-de-alimentacion-escolar/>
- Ministerio de Educación. (27 de Octubre de 2016). *Ministerios de Educación*. Obtenido de Programas de Servicios: <https://educacion.gob.ec/programasservicios/>
- Ministerio de Educación y Ministerio de Salud Pública. (2010). Acuerdo Ministerial.
- Ministerio de Fomento España. (2015). *Análisis de la seguridad y sus impactos ambientales en caso de incendio en el transporte subterráneo de pasajeros*. Santander: GIDAI.
- Ministerio de Salud Pública . (Diciembre de 2006). Ley Orgánica de Salud. Quito , Ecuador.
- Ministerio de Salud Pública. (2011). *Guía para bares escolares*. Quito.
- Ministerio de Salud Pública y Ministerio de Educación. (24 de Abril de 2014). REGLAMENTO PARA EL Control del funcionamiento de bares escolares del sistema nacional de educación. *Registro Oficial N° 232* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Montalván, C. (2013). *Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa*. Madrid: Universidad Ibeoramericana.
- Muestras.us. (2012). *Muestras.us*. Obtenido de http://www.muestras.us/gratis/ofertas/ahorros/muestra_estadistica/
- Mungaray, A., & Ramírez, M. (2013). *Lecciones de Microeconomía para Microempresas* (Vol. II). México df: Universidad Autónoma de Baja California.

- Municipalidad Distrital de Ollantaytambo. (2013). *Fortalecimiento de la Educación y Seguridad Alimentaria, para la Microcuenca del Piso de Valle*. Ollantaytambo: Municipalidad Distrital de Ollantaytambo.
- Naturvida. (13 de Septiembre de 2008). *Natursan*. Obtenido de Nutrición y dieta para el estudiante: <http://www.natursan.net/nutricion-y-dieta-para-el-estudiante/>
- Péres, L. (2014). *Marketing Social*. México df: Prentice Hall.
- Pérez, I. (16 de febrero de 2013). *Salud, Educación Física y Juegos de Rol*. Sevilla: Wanceulen Editorial Deportiva S.L. Obtenido de <http://elmundodelosproductoslight.blogspot.com/2010/02/ligera-historia.html>
- Pérez, R., Covadonga, C., Río, M., & López, A. (2013). *Introducción a la estadística Económica*. Madrid: Creative Commons.
- Publicaciones Vértice S.L. (2010). *Dirección de marketing*. Málaga: Vértice.
- Revista Líderes. (2015). Productos 100% nacionales y saludables se comercializan en la capital de Ecuador. *Revista Líderes*.
- Rivera Cortéz, H., & Pérez Barón, S. (2011). *Creación De Una Empresa Dedicada A La Producción Y Comercialización De Comida Especializada Para Diabéticos En La Ciudad De Bogotá D.C*. Colombia: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Rivera, J., & de Garcillán, M. (2013). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones* (Vol. III). Madrid: ESIC.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2011). *Administración*. México df: Pearson educación.
- Rodríguez Santoyo, A. (2014). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. México: Universidad de Guanajuato.
- Rubio, Á. (2013). *Manual de derechos, obligaciones y responsabilidades en la prevención de riesgos laborales*. México df: Fc Editorial.
- SEMPLADES. (2014). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito : Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo .
- Solorzano Arteaga, A. (2012). *Cronograma en un Proyecto de Investigación*. Lima: Universidad Peruana Cayetano Heredia.

- SRI. (31 de Octubre de 2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Ley de Régimen Tributario: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>
- Toro, F. (2013). *Costos y Presupuestos con base en Tareas* (Vol. II). México: Lulu.
- Torres Paz, Á. (2017). *Funciones y Responsabilidades del Gerente General o representante legal de la empresa*. Venezuela: Facultad de Ciencias Administrativas.
- Uribe, L. (2016). *Plan de cuentas para sistemas contables en NIIF*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Vidaurri, H. (2013). *Matemáticas financieras*. México Df: CENGAGE Learning.
- Villacís, J. (2015). *Diseño y propuesta de un sistema de inocuidad alimentaria basado en BPM (Buenas practicas de Manufactura) para Destiny Hotel de la Ciudad de Baños*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Wild, J., & Halsey, R. (2013). *Análisis de Estados Financieros*. México df: ISEF Empresa Lider.