



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COLACIONES ESCOLARES BAJO ESPECIFICACIONES NUTRICIONALES PARA NIÑOS PREESCOLARES Y ESCOLARES DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**Autora:** Mayra Campués

**Asesora:** Dra. Myrian Estévez

**Ibarra 2013**

## RESUMEN

El presente estudio se ejecutó en la ciudad de Ibarra específicamente a la población urbana, tomando en consideración la inexistente comercialización de colaciones escolares, con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto. El diagnóstico se efectuó a través de la aplicación de técnicas y métodos tales como la revisión de documentales, aplicación de encuestas, permitiendo así la recopilación de información. La investigación en la temática del estudio mercado permitió el análisis de la oferta, demanda, precio del producto, la identificación de la estructura familiar de los hogares de la ciudad de Ibarra, determinar el tipo de colación enviada a los niños, identificar los gustos y preferencias, determinar el presupuesto destinados para las colaciones, entre otros . De acuerdo con el estudio técnico el proyecto se ubicará en ciudad de Ibarra, parroquia urbana San Francisco, sector Los Ceibos, ya que se tomó en cuenta aspectos tales como; disponibilidad de materia prima e insumos, vías de comercialización y servicios básicos, crecimiento económico. La evaluación financiera permitió determinar los ingresos, egresos, el capital de trabajo, la inversión requerida, permitiendo así sostener con argumentos técnico la viabilidad del proyecto, puesto que se garantiza la recuperación de la inversión. El análisis de los impactos reflejo un valor de 2.6 calificando al proyecto como alto positivo, el cual no afecta a la sociedad pero la favorece, brindando beneficios y desarrollo a la población de la ciudad de Ibarra.

## **SUMMARY**

The present study was carried out in the city of Ibarra specifically urban population, taking into account the existent school snacks marketing, in order to determine the feasibility of the project. The diagnosis was performed through the application of techniques and methods such as reviewing documentaries, conducting surveys, allowing the collection of information. Research on the subject of the study allowed the analysis of market supply, demand and price of the product, the identification of the family structure of households in the city of Ibarra, determine which collation sent to children, identify the tastes and preferences, determine the budget intended for snacks, among others. According to the technical study project will be located in the city of Ibarra, urban parish San Francisco, Los Ceibos industry, as it took into account issues such as: availability of raw materials and inputs, marketing channels and services, economic growth. The financial evaluation to determine allowed revenues, expenditures, working capital, and investment required, allowing technical arguments sustain the viability of the project, since it guarantees the payback. The impact analysis reflects a value of 2.6 describing the project as a high positive charge, which does not affect the society but the favors, providing benefits and development for the people of the city of Ibarra.

## **AUTORÍA**

Yo, Mayra Alexandra Campués Tulcán, declaro bajo juramento que el trabajo presentado es de mi exclusiva responsabilidad y autoría, en el cual se encuentran plasmadas las ideas, cuadros, resultados y más información. Además me permito mencionar que he consultado las referencias bibliográficas mismas que se encuentran detalladas en este documento.



**Mayra Campués Tulcán**

**C.C.:1003154034**

Ibarra, a los 08 días del mes julio 2013

## CERTIFICACIÓN

En calidad de asesora, certifico que la Srta. Mayra Alexandra Campués Tulcán, ha desarrollado el trabajo de grado denominado, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COLACIONES ESCOLARES BAJO ESPECIFICACIONES NUTRICIONALES PARA NIÑOS PREESCOLARES Y ESCOLARES DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, mismo que se ha elaborado de acuerdo con el anteproyecto aprobado previamente por las autoridades de la Universidad Técnica del Norte.



Dra. Myrian Estévez

**ASESORA**

Ibarra, a los 08 días del mes julio 2013



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Mayra Alexandra Campués Tulcán, con cedula de ciudadanía Nro. 1003154034, en calidad de autora del trabajo de grado nombrado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COLACIONES ESCOLARES BAJO ESPECIFICACIONES NUTRICIONALES PARA NIÑOS PREESCOLARES Y ESCOLARES DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, específicamente en los artículos 4, 5 y 6,. En tal virtud la Universidad queda con la facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. Y en mi condición de autora me reservo los derechos morales del trabajo antes mencionado.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Mayra Campués", is written over a circular stamp or seal.

**Mayra Campués Tulcán**

**C.C.:1003154034**

Ibarra, a los 08 días del mes julio 2013



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad técnica del Norte dentro del proyecto de Reposición Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003154034
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Mayra Alexandra Campués Tulcán
<b>DIRECCIÓN:</b>	Santa Rosa del Tejar
<b>EMAIL:</b>	mayracampues@hotmail.com
<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0981024526
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COLACIONES ESCOLARES BAJO ESPECIFICACIONES NUTRICIONALES PARA NIÑOS PREESCOLARES Y ESCOLARES DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA
<b>AUTOR:</b>	Mayra Alexandra Campués Tulcán
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2013 – 07 - 08
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>GRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Dra. Myrian Estévez

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Mayra Alexandra Campués Tulcán con cédula de ciudadanía N° 1003154034, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo, en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; y en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 8 días del mes de Julio 2013

**EL AUTOR:**



.....

Mayra Campués Tulcán

C.C.: 1003154034

**ACEPTACIÓN**



.....

Ing. Betty Chávez

JEFA DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## **DEDICATORIA**

El presente escrito va dedicado con cariño a mis padres; Julio Campués y María Tulcán quienes han sido mis guías y me han brindado su apoyo incondicional tanto económico como moral durante el transcurso de mi carrera y que jamás dudaron de mi capacidad.

A mis tres hermanos; Karina, Klever y Mauricio Campués Tulcán, por ser un ejemplo de motivación diaria, superación y perseverancia, tanto en el ámbito educativo como familiar.

A mi asesora Dra. Myrian Estévez por ser quien me enseñó a darle sentido a mis ideas y poderlas plasmar en el proyecto.

**Autora:** Mayra Campués Tulcán

## **AGRADECIMIENTO**

A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte reciban mis más gratos agradecimientos, por su aporte en la formación de profesionales, en particular a Facultad de Ciencias Administrativas y Económica, que a través de su personal docente quienes con su profesionalismo y ética puesta de manifiesto en las aulas me brindaron sus conocimiento y su experiencia, lo que ha servido, para ser una persona honesta, trabajadora, responsable y productiva.

Igualmente me expreso con eterna gratitud a la Dra. Myrian Estévez quien con su experiencia como docente y su carisma como persona, ha sido mi guía durante el proceso de realización de este trabajo de grado.

**Autora:** Mayra Campués Tulcán

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	II
SUMMARY .....	III
AUTORÍA .....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VII
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....	VII
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....	VIII
3. CONSTANCIAS .....	VIII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
ÍNDICE GENERAL .....	XI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XVII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXI
JUSTIFICACIÓN.....	xxiii
OBJETIVOS .....	xxv
Objetivo general.....	xxv
Objetivos específicos .....	xxv
METODOLOGÍA.....	xxv
CAPÍTULO I.....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	27
ANTECEDENTES.....	27
OBJETIVOS .....	29
GENERAL .....	29
ESPECÍFICOS .....	29
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	29
INDICADORES.....	29
MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	30

ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	31
RESEÑA HISTÓRICA.....	31
UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	34
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS .....	37
ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CANTÓN DE IBARRA .....	37
PROPIETARIOS O GERENTES DE LOS NEGOCIOS DE LA CIUDAD DE IBARRA .....	38
ESCUELAS FISCALES Y PARTICULARES DE LA CIUDAD DE IBARRA.....	39
DIAGNÓSTICO EXTERNO.....	42
ALIADOS. ....	42
OPONENTES. ....	42
OPORTUNIDADES.....	42
RIESGOS. ....	43
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR. ....	43
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN. ....	44
CAPÍTULO II.....	45
MARCO TEÓRICO .....	45
COLACIÓN .....	45
DEFINICIÓN .....	45
CARACTERÍSTICAS .....	45
FUNCIONES.....	46
CONTENIDO DE UNA COLACIÓN.....	46
ALIMENTOS. ....	46
GRUPOS DE ALIMENTOS.....	47
UN CRECIMIENTO SANO Y UNA ALIMENTACIÓN ADECUADA .....	50
LA ALIMENTACIÓN EN LA ETAPA PREESCOLAR .....	50
PROCESO DE FABRICACIÓN.....	51
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS. ....	51
LA CONTABILIDAD .....	51
FUNCIONES.....	52
LA ECUACIÓN CONTABLE.....	52
ELEMENTOS ECONÓMICOS .....	53
GANANCIAS.....	53

INGRESOS.....	53
GASTOS .....	53
COSTOS .....	53
MICROEMPRESA .....	53
DEFINICIÓN.....	53
IMPORTANCIA.....	54
CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA.....	54
ESTUDIO TÉCNICO.....	54
DEFINICIÓN .....	54
OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO .....	55
TAMAÑO DEL PROYECTO .....	55
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO .....	55
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	56
ESTUDIO DE MERCADO.....	56
DEFINICIÓN.....	56
OFERTA.....	57
DEMANDA.....	57
PRODUCTO .....	57
MERCADO .....	58
COMERCIALIZACIÓN .....	60
ORGANIZACIÓN .....	61
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	61
NOMBRE DE LA EMPRESA .....	62
ESTUDIO FINANCIERO.....	63
BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	63
ESTADO DE RESULTADOS.....	64
FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	64
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	64
CAPÍTULO III.....	67
ESTUDIO DE MERCADO.....	67
PRESENTACIÓN .....	67
OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	67
VARIABLES DIAGNÓSTICOS.....	68

INDICADORES .....	68
MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....	69
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR.....	69
CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	69
FÓRMULA DE CÁLCULO.....	70
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	71
ENCUESTAS .....	71
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	72
ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS SOBRE LA COMPRA DE COLACIONES ESCOLARES EN LA CIUDAD DE IBARRA. ....	72
EL MERCADO .....	93
ÁREA DEL MERCADO .....	93
MERCADO OBJETIVO .....	93
LA DEMANDA.....	93
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	93
LA OFERTA.....	96
ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	96
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER .....	98
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	100
ESTRATEGIA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN .....	100
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	101
CAPÍTULO IV.....	102
ESTUDIO TÉCNICO .....	102
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	102
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	102
MACRO LOCALIZACIÓN.....	102
MICRO LOCALIZACIÓN.....	103
FACTORES QUE JUSTIFICAN LA LOCALIZACIÓN .....	104
CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA .....	105
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	107
INVERSIÓN .....	108
ACTIVOS FIJOS .....	108
TALENTO HUMANO.....	110

CAPÍTULO V .....	112
EVALUACIÓN FINANCIERA .....	112
DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS .....	112
DETERMINACIÓN DE EGRESOS .....	112
COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	112
GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	117
GASTOS DE VENTA.....	118
CAPITAL DE TRABAJO .....	120
INVERSIÓN.....	121
BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	121
ESTADO DE RESULTADOS.....	122
FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	123
EVALUACIÓN FINANCIERA .....	124
TASA DE REDESCUENTO .....	124
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	125
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	125
PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	126
BENEFICIO COSTO.....	127
ÍNDICE DE RENTABILIDAD BENEFICIO- COSTO .....	128
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	129
CONCLUSIÓN.....	130
CAPÍTULO VI .....	131
ORGANIZACIÓN .....	131
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	131
CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA .....	131
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	132
PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	134
NOMBRE DE LA MICROEMPRESA.....	134
LOGOTIPO.....	135
MISIÓN.....	136
VISIÓN .....	136
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	136
POLÍTICAS.....	136

PRINCIPIOS Y VALORES .....	137
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA .....	137
MANUAL DE FUNCIONES .....	138
GERENCIA .....	138
CONTADOR .....	138
COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS.....	139
CHEF .....	139
AYUDANTE DE COCINA.....	140
CAPÍTULO VII.....	141
ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	141
IMPACTO EDUCATIVO.....	142
IMPACTO SOCIAL.....	143
IMPACTO ECONÓMICO .....	144
RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS.....	145
CAPÍTULO VIII.....	146
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	146
CONCLUSIONES .....	146
RECOMENDACIONES .....	147
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	148
BIBLIOGRAFÍA .....	148
LINKOGRAFÍA.....	149
ANEXOS.....	150
ENCUESTA SOBRE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN LA ETAPA PRE-ESCOLAR Y ESCOLAR.....	151
ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CONSUMIDORES.....	154
PROFORMAS.....	157



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	30
Cuadro 2 DIVISIÓN POLÍTICA .....	36
Cuadro 3 POBLACIÓN DEL CANTÓN DE IBARRA .....	37
Cuadro 4 ESCUELAS DE LA PARROQUIA DE CARANQUI .....	39
Cuadro 5 ESCUELAS DE LA PARROQUIA DE ALPACHACA .....	40
Cuadro 6 ESCUELAS DE LA PARROQUIA EL SAGRARIO.....	40
Cuadro 7 ESCUELAS DE LA PARROQUIA DEL PRIORATO .....	41
Cuadro 8 ESCUELAS DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO.....	41
Cuadro 9 MATRIZ AOR .....	43
Cuadro 10 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....	69
Cuadro 11 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA .....	70
Cuadro 12 DATOS TÉCNICOS .....	72
Cuadro 13 PADRES QUE TIENEN NIÑOS EN LA ETAPA PRE-ESCOLAR Y/O ESCOLAR .....	73
Cuadro 14 RANGO DE EDAD DEL NIÑO(A).....	74
Cuadro 15 OPCIONES PARA EL RECREO .....	75
Cuadro 16 ALIMENTOS ENVIADOS .....	76
Cuadro 17 PRODUCTOS FAVORITOS DEL NIÑO(A) .....	77
Cuadro 18 PREOCUPACIÓN DE LA CALIDAD DE ALIMENTOS .....	78
Cuadro 19 DISPOSICIÓN DE TIEMPO PARA PREPARAR .....	79
Cuadro 20 DISPOSICIÓN PARA COMPRAR COLACIONES ESCOLARES.....	80
Cuadro 21 LUGAR ADQUISICIÓN COLACIONES .....	81

Cuadro 22 PRESUPUESTO COLACIÓN .....	82
Cuadro 23 PRECIOS DISPUESTOS A PAGAR .....	83
Cuadro 24 ADQUISICIÓN DE COLACIONES ESCOLARES EN LA SEMANA.....	84
Cuadro 25 PERMANENCIA EN EL NEGOCIO .....	85
Cuadro 26 MEDIOS PARA LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS.....	86
Cuadro 27 FORMAS DE PAGO EN LA ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS .....	87
Cuadro 28 OBTENCIÓN DE DESCUENTOS EN LA COMPRA DE PRODUCTOS .....	88
Cuadro 29 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS .....	89
Cuadro 30 PRODUCTOS DISTRIBUIDOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA .....	90
Cuadro 31 INGRESO SEMANAL POR LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS .....	91
Cuadro 32 PORCENTAJE DE NIÑOS ATENDIDOS .....	92
Cuadro 33 DEMANDA ACTUAL.....	94
Cuadro 34 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL .....	95
Cuadro 35 DEMANDA PROYECTADA .....	96
Cuadro 36 DETERMINACIÓN DE OFERTA EN UNIDADES .....	97
Cuadro 37 PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN UNIDADES .....	97
Cuadro 38 DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES.....	98
Cuadro 39 PRECIOS PROMEDIOS DE COLACIONES ESCOLARES ..	99
Cuadro 40 PROYECCIÓN DE PRECIOS.....	100
Cuadro 41 MOBILIARIO Y EQUIPO .....	108
Cuadro 42 MENAJE .....	109

Cuadro 43 EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	109
Cuadro 44 MUEBLES DE OFICINA.....	110
Cuadro 45 VEHÍCULO.....	110
Cuadro 46 TALENTO HUMANO REQUERIDO .....	111
Cuadro 47 PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	112
Cuadro 48 MENÚ SEMANAL DE COLACIONES ESCOLARES .....	113
Cuadro 49 PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA .....	114
Cuadro 50 PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA .....	114
Cuadro 51 PROYECCIÓN ENVASES .....	115
Cuadro 52 PROYECCIÓN OTROS MATERIALES INDIRECTOS .....	116
Cuadro 53 PROYECCIÓN DEPRECIACIONES .....	116
Cuadro 54 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN .....	117
Cuadro 55 RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	117
Cuadro 56 PROYECCIÓN SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	117
Cuadro 57 PROYECCIÓN SUELDO DISTRIBUIDOR .....	118
Cuadro 58 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	118
Cuadro 59 PROYECCIÓN GASTOS DE VENTA.....	118
Cuadro 60 DEPRECIACIÓN ANUAL .....	119
Cuadro 61 PROYECCIÓN DEPRECIACIÓN .....	119
Cuadro 62 RESUMEN GASTOS VENTA.....	120
Cuadro 63 CAPITAL DE TRABAJO.....	120
Cuadro 64 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN .....	121
Cuadro 65 MICROEMPRESA “COLACIONES DE MAYRA” .....	122

Cuadro 66 MICROEMPRESA “COLACIONES DE MAYRA” .....	123
Cuadro 67 MICROEMPRESA “COLACIONES DE MAYRA” .....	124
Cuadro 68 CÁLCULO DEL VAN .....	125
Cuadro 69 CÁLCULO DEL TIR.....	126
Cuadro 70 CÁLCULO PERÍODO DE RECUPERACIÓN .....	126
Cuadro 71 CÁLCULO DEL BENEFICIO COSTO .....	127
Cuadro 72 CALCULO DEL ÍNDICE DE BENEFICIO – COSTO .....	128
Cuadro 73 DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	129
Cuadro 74 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO .....	129
Cuadro 75 VALORACIONES DEL IMPACTO .....	141
Cuadro 76 IMPACTO EDUCATIVO .....	142
Cuadro 77 IMPACTO SOCIAL .....	143
Cuadro 78 IMPACTO ECONÓMICO .....	144
Cuadro 79 ANÁLISIS GENERAL DE IMPACTOS .....	145

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	34
Gráfico 2 DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN IBARRA .....	36
Gráfico 3 ACTIVIDADES ECONÓMICAS .....	38
Gráfico 4 PROPIETARIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS DEL CANTÓN DE IBARRA. ....	39
Gráfico 5 PIRÁMIDE DE ALIMENTOS.....	47
Gráfico 6 PIRÁMIDE ALIMENTARIA PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES .....	48
Gráfico 7 PERSONAS ENCUESTADAS POR GÉNERO .....	72
Gráfico 8 PADRES QUE TIENEN NIÑOS EN LA ETAPA PRE-ESCOLAR Y/O ESCOLAR .....	73
Gráfico 9 RANGO DE EDAD DEL NIÑO(A) .....	74
Gráfico 10 OPCIONES PARA EL RECREO .....	75
Gráfico 11 ALIMENTOS ENVIADOS .....	76
Gráfico 12 PRODUCTOS FAVORITOS DEL NIÑO(A).....	77
Gráfico 13 PREOCUPACIÓN DE LA CALIDAD DE ALIMENTOS.....	78
Gráfico 14 DISPOSICIÓN DE TIEMPO PARA PREPARAR .....	79
Gráfico 15 DISPOSICIÓN PARA COMPRAR COLACIONES ESCOLARES.....	80
Gráfico 16 LUGAR ADQUISICIÓN COLACIONES .....	81
Gráfico 17 PRESUPUESTO COLACIÓN.....	82
Gráfico 18 PRECIOS DISPUESTOS A PAGAR.....	83
Gráfico 19 ADQUISICIÓN DE COLACIONES ESCOLARES EN LA SEMANA .....	84
Gráfico 20 PERMANENCIA EN EL NEGOCIO .....	85

Gráfico 21 MEDIOS PARA LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS.....	86
Gráfico 22 FORMAS DE PAGO EN LA ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS .....	87
Gráfico 23 OBTENCIÓN DE DESCUENTOS EN LA COMPRA DE PRODUCTOS .....	88
Gráfico 24 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS.....	89
Gráfico 25 PRODUCTOS DISTRIBUIDOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA .....	90
Gráfico 26 INGRESO SEMANAL POR LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS .....	91
Gráfico 27 PORCENTAJE DE NIÑOS ATENDIDOS .....	92
Gráfico 28 INFLACIÓN ANUAL 2012.....	99
Gráfico 29 PRESENTACIÓN DE ENVASES .....	101
Gráfico 30 MACRO LOCALIZACIÓN .....	103
Gráfico 31 MICRO LOCALIZACIÓN.....	104
Gráfico 32 CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA .....	105
Gráfico 33 REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA PARA LA MICROEMPRESA.....	106
Gráfico 34 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	137

## JUSTIFICACIÓN

Con la finalidad de contribuir con lo que establece la Constitución de la República del Ecuador en su Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria. Y en el Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente. En tal virtud al implantar el proyecto se proveerá de los alimentos sanos suficientes y nutritivos garantizando que los niños (as) lo adquieran de forma permanente.

A demás es importante desarrollar este proyecto debido a que en el Ecuador uno de cada cuatro niños menores de 5 años tiene desnutrición infantil, y uno de los aspectos sorprendentes es que para los padres de familia la desnutrición infantil no es un problema visible por el que estén seriamente preocupados y no solo la desnutrición afecta a los niños sino también la obesidad debido a que los niños han obtenido como hábito comer la comida chatarra, afectando tanto a su desarrollo educativo, como a su crecimiento.

Al realizar este proyecto se determinará la factibilidad de la creación de una microempresa que se dedique a la elaboración y distribución de colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales para niños preescolares y escolares de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, esta nueva iniciativa busca alternativas de solución para no permitir que su hijo(a) adquiera malos hábitos alimentarios y obtenga las cantidades necesarias de nutrientes para su sano crecimiento y desarrollo, puesto que se entregará una variedad de menús semanales, los mismos que se

caracterizaran por ser: equilibrados que se refiere a que los nutrimentos guarden las proporciones adecuadas; Inocua en otras palabra que no harán daño, que su preparación será higiénica y que los alimentos que se incluirán no causaran daño a la salud; serán suficientes permitiendo que cubra las necesidades de energía y nutrimentos sin excederse y sobre todo variada ya que se incluirá diferentes alimentos de cada grupo, con estos antecedentes los padres de familia optarían por la opción de adquirir las colaciones escolares ya que estas se elaboraran bajo especificaciones nutricionales y es una buena opción para ellos, puesto que les evita tiempo permitiendo que cumplan con sus actividades laborales y siendo responsables con la alimentación de sus hijos.

Los beneficiarios de este proyecto serán los niños porque les permitirá obtener nutrientes necesarios para su crecimiento y desarrollo tanto físico como educativo.

Además se benefician los padres de familia porque les ahorra tiempo y esfuerzo permitiendo que cumplan con sus actividades y a si tendrán la seguridad de que sus hijos alimentos ingieran alimentos nutritivos y sobretodo adecuados para su edad.

El proyecto despierta interés en los padres de familia ya que todos los alimentos que se van a proporcionar a sus hijos serán preparados y seleccionados con la debida orientación de un especialista en nutrición y es original puesto que no solo se distribuirá el producto sino también se dará charlas a los padres para que dentro de su hogar también se fomente y aplique los buenos hábitos alimenticios.



## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la elaboración y distribución de colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales para niños preescolares y escolares de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar los, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para determinar la oportunidad del negocio.
- Definir las bases teóricas y científicas que sustente el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado que permita valorar la demanda así como la oferta del producto en el presente, futuro, además de estimar la demanda insatisfecha en la ciudad de Ibarra.
- Realizar un estudio técnico que permita identificar la macro y micro localización del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para proceder a evaluar el proyecto.
- Realizar un estudio organizacional para poder identificar cual es la misión, visión, objetivos, y realizar la estructura organizacional para la implementación y operación del proyecto.
- Identificar los principales impactos al realizar el proyecto.

## **METODOLOGÍA**

La metodología empleada para la elaboración del trabajo, sea desarrollado en virtud de los objetivos planteados, mediante la aplicación de técnicas tales como encuestas, investigación documental, etc.

En primera instancia, se plasmó la descripción de los aspectos más relevantes del lugar en donde se realizará el proyecto. Misma que permite identificar la oportunidad de la inversión. Además ha analizado el marco conceptual desde diferentes autores, los cuales orientan la aplicación a diferentes sectores o actividades.

A continuación se determina el objetivo del estudio de mercado, el mismo que permite extraer una serie de conclusiones a partir de varias encuestas efectuadas.

Como herramienta de investigación en las diferentes fases, sea utilizada las encuestas mismas que se aplican a los padres y madres de familia y a los comercializadores en los bares de las instituciones educativas.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, ubicado en la región andina, a 120 km al norte de la ciudad de Quito. Rodeada de joyas naturales como la Laguna de Yahuarcocha que posee además uno de los 10 mejores autódromos del mundo, una infraestructura hotelera de primera calidad que ha sido admirada por el turismo nacional y extranjero. Ibarra es la ciudad donde el turista encuentra belleza en su paisaje y naturaleza que le rodea. La ciudad tiene una altitud de 2225 metros sobre el nivel del mar y es conocida como la Ciudad Blanca. Ibarra aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.(Ecostravel. Ecuador, 2007)

Ibarra se caracteriza por su centro urbano rico en arquitectura colonial, también por las 5 parroquias que componen el cantón en las que se pueden realizar diversas actividades: San Francisco, El Sagrario, Alpachaca, Caranqui y Priorato. El número de hectáreas que pertenece al área urbana es 4.168,14.

La gastronomía es otro de los aspectos que caracterizan a Ibarra, existen sitios donde pueden degustar los más sabrosos platos típicos entre ellos: empanadas de morocho, fritadas, tortillas con chorizo y helados de paila, arrope de mora, nogadas entre otros, que por su sabor es imposible dejar de consumirlos.

Su clima y sus recursos naturales contribuyen con la obtención de alimentos sanos y nutritivos para elaborar las colaciones destinadas a los niños y niñas.

De acuerdo a declaraciones realizadas en el Diario La Hora por la Directora Zonal de Salud en la Provincia de Imbabura, uno de cada siete niños sufre desnutrición y del 25 al 30% posee obesidad y sobrepeso.(Hora, 2013)

La situación actual en la mayoría de los hogares se visualiza la participación en el mundo laboral de los dos integrantes del hogar, para poder sustentar los gastos. Una de las causas de la mala alimentación en los niños y niñas se debe básicamente a que los padres de familia no disponen de tiempo, puesto que tiene muchas responsabilidades y por ende no es fácil realizar la preparación de alimentos sanos provocando, de esta forma una inadecuada alimentación desde temprana edad de los niños. Han fomentado hábitos de alimentación para sus hijos que no son los recomendables tales como; snack, golosinas entre otros, causando que sus hijos no se desarrollen adecuadamente.

Los padres deben tomar en cuenta que una nutrición y una dieta balanceada ayudan a que los niños crezcan saludables, además su adecuada alimentación ayuda a reducir los índices de obesidad.

La alimentación es la base necesaria para un buen desarrollo físico, psíquico y social de los niños. Por ello, una dieta sana es vital para que su crecimiento sea óptimo. Es recomendable no abusar de las grasas vegetales y comer frutas y verduras.

Una alimentación variada permite educar el cuerpo para alimentarse de forma equilibrada. Por estas razones es importante realizar el proyecto para ayudar en la prevención de enfermedades y malos hábitos alimenticios de los niños.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 GENERAL**

Realizar el diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra para determinar la factibilidad del proyecto.

### **1.2.2 ESPECÍFICOS**

- Analizar los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra
- Determinar los aspectos socio-económicos, demográficos de la ciudad que será el área de estudio.
- Establecer las ramas de actividad a que se dedican los habitantes.
- Determinar la población estudiantil de las instituciones educativas.

## **1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- Reseña histórica
- Ubicación geográfica
- Aspectos demográficos
- Situación ocupacional
- Escuelas públicas y privadas

### **1.3.1 INDICADORES**

- Historia de Ibarra
- Fundación de la ciudad de Ibarra
- Límites
- Altitud
- Extensión
- Población económicamente activa
- Población infantil
- Número de niños matriculados

### 1.3.2 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

**Cuadro 1** MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>
Analizar los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra	Reseña histórica	Historia  Fundación de la ciudad de Ibarra.	Documental
Determinar los aspectos socio-económicos, demográficos de la ciudad que será el área de estudio.	Ubicación geográfica  Aspectos demográficos	Limites  Altitud  Extensión  Población económicamente activa  Población infantil	Documental
Determinar el número de escuelas tanto públicas como privadas de la ciudad de Ibarra.	Determinar el número de escuelas tanto públicas como privadas de la ciudad de Ibarra.	Número de niños matriculados	Documental
Identificar las ramas de actividad de la ciudad de Ibarra	Identificar principales actividades que se desarrollan en la ciudad de Ibarra	Actividades productivas  Actividades comerciales  Servicio	Documental

Fuente: Diagnóstico Situacional

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## **1.4 ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.4.1 RESEÑA HISTÓRICA**

Ibarra es cuna de varios hombres forjadores de la historia de la nacionalidad ecuatoriana y en la que se ha desarrollado importantes hechos que la historia recoge con letras de oro.

En el casco urbano de la ciudad existen plazas, iglesias, monumentos de singular característica como el parque principal de la ciudad que lleva el nombre del ilustre ibarreño Don Pedro Moncayo y Esparza, escritor, político, historiador y periodista. Junto al parque se encuentra ubicada la Catedral cuya construcción se inicia en 1872.

Ibarra en el año de 1606 fue fundada por capitán Cristóbal de Troya y Pinque y el 2 de noviembre de 1829 fue reconocida por el libertador Simón Bolívar como capital de la provincia de Imbabura.

La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juana Atabalipa, viuda de Don Gabriel de Carvajal, además de otras propiedades de algunos grupos originarios moradores de Caranqui, con una población de 158 habitantes, sin tomar en cuenta a las familias que estaban al servicio de los invasores.

El modelo administrativo de la Villa de San Miguel de Ibarra fue copia del modelo español, según lo confirman los antecedentes históricos de los municipios ecuatorianos. Se establece una especie de "Ordenanza Municipal" que determina el número de solares o caballerías, que ya estaban habitados y organizadas en cuadradas, con sus respectivas calles y con la demarcación precisa de límites entre vecinos. Quedan señalados otros solares para los vecinos que se vayan plegando a la naciente Villa, sin olvidar aquellos espacios. Se extiende la normativa hasta el sector rural en el cual se designa los espacios que quedaban reservados para

pastizales que alimentarían al ganado para los sembríos, que cubrirían las necesidades alimenticias de la pequeña población.

El 2 de octubre de 1606 el Juez Poblador realiza varios nombramientos para la organización administrativa de la Villa: Alcaldes ordinarios: Capitán Rodrigo de Miño y Juan de León Avedaño. Alguacil para la administración de la Justicia Don Juan de Sarzosa. Regidores para la Administración Municipal el Capitán Juan Martínez de Orbe, Vicente Insuásti, Antonio de Carvajal, Francisco Valencia, Juan Rodríguez Pacho, Mateo Moreno de Acosta, Pedro Gonzáles Vaca y Francisco de Valbuena; para Procurador del Cabildo se nombró a Don Antonio de la Canal. Todos ellos hombres de gran prestancia y llenos de anhelos de superación para la incipiente ciudad y, a quienes se les puede considerar como las primeras piedras del edificio social de Ibarra.

Estas autoridades estructuraron, en los primeros años, los niveles políticos, sociales y económicos de la jurisdicción. El cabildo estaba constituido por el Corregidor, el Alcalde y los Regidores que eran elegidos cada año. Los Alcaldes ejercían jurisdicción civil y criminal en primera instancia, eran nombrados por el cabildo y debían reunir condiciones de honorabilidad y distinción social.

Por el acta de sesiones del 24 de julio de 1868 se sabe que el Concejo estaba compuesto por los siguientes ciudadanos: "Dr. Camilo Paz presidente y Concejales: Francisco Maya, Manuel Rosales, LeónidasAlbuja, Valentín Yépez, Ramón Reyes y Amadeo Espinosa".

Al sufrir Ibarra un terremoto en este mismo año, la ciudad queda en ruinas y sin posibilidad de habitarla. Toda la comunidad se traslada al sector de La Esperanza por el temor de nuevos movimientos telúricos.

En el mes de febrero de 1872, el Cabildo compuesto por Vicente Peñaherrera, Presidente y, Concejales: Vacas Andrade, Pasquel, Páez y Acosta, empezó en forma seria a preocuparse por el reasentamiento de



Ibarra. Así llegó el 28 de abril de 1872 cuando en sesión solemne queda reinstalada definitivamente la ciudad. Se repartieron las parcelas para la construcción del edificio del Municipio, sitio en el que funciona actualmente el Patrimonio Histórico, junto al nuevo edificio del Municipio que fuera terminado en 1992.

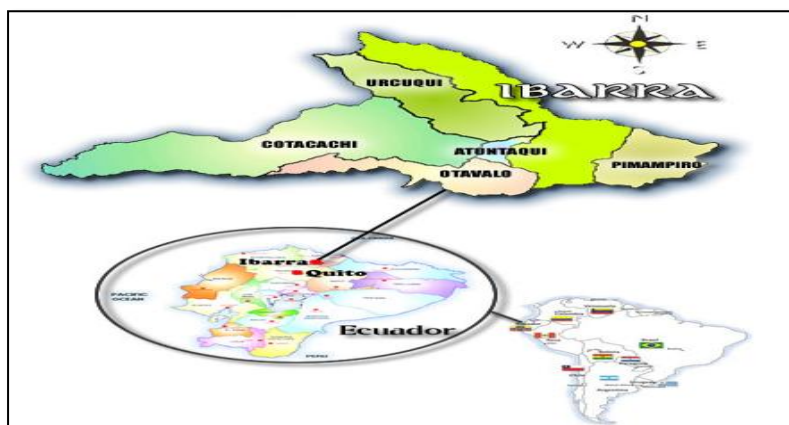
Es a partir de 1899 que se empieza a nominar al Presidente del Concejo Municipal de Ibarra, como la máxima autoridad, hasta 1947, siendo el primero Don Luis Villamar y el último, el Sr. Abelardo Páez Torres, con un total de ochenta y dos presidentes. En el siguiente año se da inicio a la elección de los Alcaldes del Municipio de Ibarra, siendo el primero el Dr. Luis Abraham Cabezas Borja 1948 - 1949 y en orden cronológico siguen: Dr. Alfonso Almeida A., Luis Tobar, Carlos Merlo Vásquez, Juan Francisco Leoro Vásquez, Fausto Endara E., Jorge Yépez Terán, César Benalcazar Rosales, José Tobar y Tobar y, Eduardo Garzón Fonseca, Mayor Galo Larrea Torres, Dr. Cristóbal Gómez Jurado, Lcdo. Nelson Dávila Cevallos, Dr. Jorge Proaño Almeida, Dr. Luis Andrade Galindo, Arq. Marco Almeida Vinuesa, Dr. Alfonso Pasquel Beltrán, Ec. Marco Tafur Santi, Ing. Mauricio Larrea Andrade, Licd. Pablo Jurado Moreno y Ing. Jorge Martínez Vásquez.

Ibarra tiene un pasado lleno de historia y los aspectos de una ciudad que se desarrolla; crece y hacen de ella ideal para aprender las experiencias del pasado.

Información obtenida de: <http://www.ibarra.gob.ec/archivo>

## 1.4.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

### Gráfico 1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: <http://www.lagunamall.com.ec/laguna-mall/>

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Ibarra se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán.

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas.

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas  $00^{\circ} 20' 00''$  y  $78^{\circ} 06' 00''$ , ubicada a 2.228 metros; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km<sup>2</sup>, con una densidad de 131,87 hab/km<sup>2</sup> en el cantón, 2.604 hab/km<sup>2</sup> en el área urbana y 39,91 hab/km<sup>2</sup> en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km<sup>2</sup>, la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km<sup>2</sup>.

## **1.Límites**

Los límites del Cantón son: Al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

## **2.Clima**

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios metereológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3°C. Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos. El análisis hidrometeoro lógico determina que las precipitaciones están entre los 1000 mm y 1400mm (PET, 2001).

Por la variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre.

## **3. División política**

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas y siete parroquias rurales; con una superficie total de 1.162,22 km<sup>2</sup>, divididas en la siguiente forma:

**Cuadro 2** DIVISIÓN POLÍTICA

PARROQUIAS	
Urbanas	Rurales
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ San Francisco</li> <li>▪ Priorato</li> <li>▪ Caranqui</li> <li>▪ El Sagrario</li> <li>▪ Alpachaca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angochagua</li> <li>▪ La Esperanza</li> <li>▪ San Antonio</li> <li>▪ Ambuquí</li> <li>▪ Salinas</li> <li>▪ La Carolina</li> <li>▪ Lita</li> </ul>

Fuente: [www.ibarra.gob.ec](http://www.ibarra.gob.ec)  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

**Gráfico 2** DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: [www.mapsgalaxy.com/Apps](http://www.mapsgalaxy.com/Apps)  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2012

### 1.4.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Según el censo realizado por el INEC en el año 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población urbana de 131.856 habitantes y la rural cuenta con una población total de 49.319 habitantes.

**Cuadro 3** POBLACIÓN DEL CANTÓN DE IBARRA

POBLACIÓN DEL CANTÓN DE IBARRA					
	PARROQUIAS	URBANO	RURAL	TOTAL	
IBARRA TOTAL	AMBUQUI	-	5.477	5.477	
	ANGOCHAGUA	-	3.263	3.263	
	CAROLINA	-	2.739	2.739	
	IBARRA	131.856	7.865	139.721	
	LA ESPERANZA	-	7.363	7.363	
	LITA	-	3.349	3.349	
	SALINAS	-	1.741	1.741	
	SAN ANTONIO	-	17.522	17.522	
	<b>Total</b>		131.856	49.319	181.175

Fuente: Censo de Población y Vivienda -CPV 2010

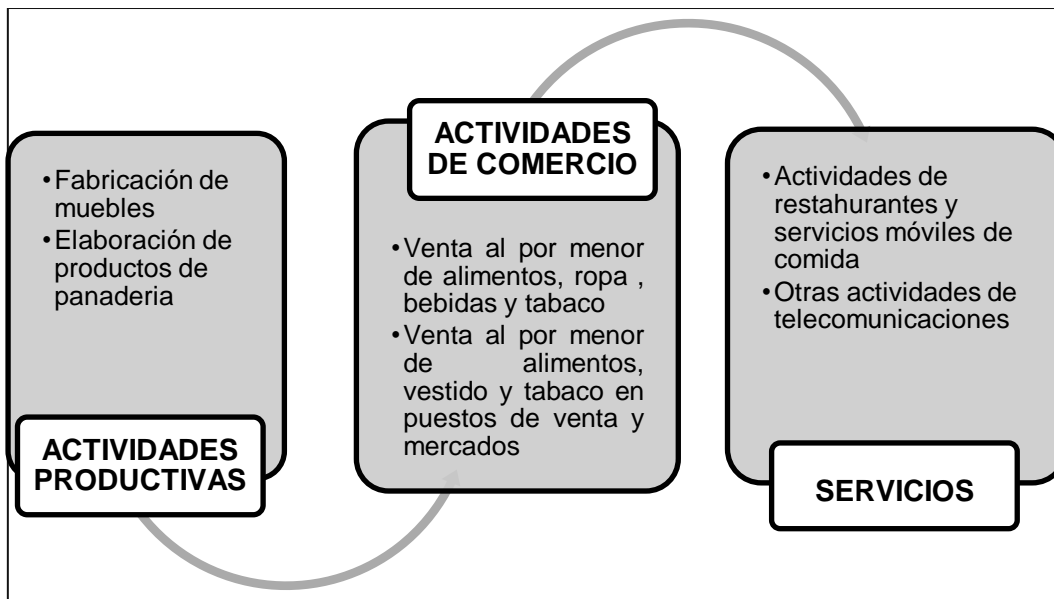
Elaborado por: La autora

Año: 2010

### 1.4.4 ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CANTÓN DE IBARRA

Dentro de las principales actividades que se desarrollan en la ciudad de Ibarra son:

### Gráfico 3 ACTIVIDADES ECONÓMICAS

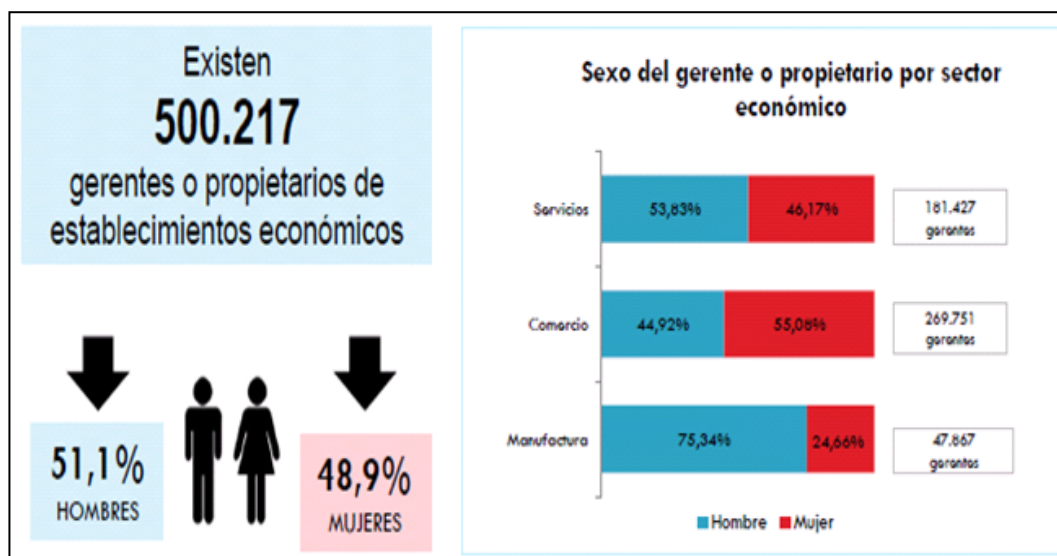


Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)  
Elaborado por: La autora  
Año: 2010

#### 1.4.5 PROPIETARIOS O GERENTES DE LOS NEGOCIOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

De acuerdo con los resultados obtenidos del censo nacional económico en el año 2011 se obtiene que, en el cantón de Ibarra los propietarios de los negocios, con el 51.1% son hombres y el 48.9% mujeres, de tal forma que en la actualidad tanto hombres como mujeres trabajan de forma activa para el desarrollo del cantón.

**Gráfico 4 PROPIETARIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS DEL CANTÓN DE IBARRA.**



Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: La autora

Año: 2010

**1.4.6 ESCUELAS FISCALES Y PARTICULARES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

**Cuadro 4 ESCUELAS DE LA PARROQUIA DE CARANQUI**

ESCUELAS EN LA PARROQUIA DE CARANQUI			NIÑOS MATRICULADOS		
NOMBRE	SOSTENIMIENTO	ZONA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
CRISTOBAL DE TROYA	Fiscal	Urbana	96	86	182
JOSE NICOLAS VACAS	Fiscal	Urbana	183	170	353
JUAN MIGUEL SUAREZ	Fiscal	Urbana	153	119	272
MARIA OLIMPIA GUDIÑO VASQUEZ	Fiscal	Urbana	103	108	211
MEDARDO PROAÑO ANDRADE	Fiscal	Urbana	137	114	251
OSCAR EFREN REYES	Fiscal	Urbana	110	122	232
J. I. AVELINA LASSO PLAZA	Fiscal	Urbana	32	31	63
EDUARD SPRANGER	Particular	Urbana	55	76	131
SANTA MARIANITA DE JESUS	Particular	Urbana	88	109	197
J. I. GOTITAS DE MIEL	Particular	Urbana	55	76	131

Fuente: Estadísticas del Ministerio de Educación de Imbabura

Elaborado por: La autora

Año: 2012

### **Cuadro 5** ESCUELAS DE LA PARROQUIA DE ALPACHACA

ESCUELAS EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA			NIÑOS MATRICULADOS		
NOMBRE	SOSTENIMIENTO	ZONA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
24 DE JUNIO	Fiscal	Urbana	105	95	<b>200</b>
GUAYAQUIL	Fiscal	Urbana	107	102	<b>209</b>
JOSE TOBAR TOBAR	Fiscal	Urbana	73	60	<b>133</b>
NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED	Particular	Urbana	97	88	<b>185</b>
J. I. AZAYA	Fiscal	Urbana	45	51	<b>96</b>
J.I.CARLOS MANTILLA	Fiscal	Urbana	58	54	<b>112</b>

Fuente: Estadísticas del Ministerio de Educación de Imbabura

Elaborado por: La autora

Año: 2012

### **Cuadro 6** ESCUELAS DE LA PARROQUIA EL SAGRARIO

ESCUELAS EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO			NIÑOS MATRICULADOS		
NOMBRE	SOSTENIMIENTO	ZONA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
17 DE JULIO	Fiscal	Urbana	65	76	<b>141</b>
28 DE SEPTIEMBRE	Fiscal	Urbana	613	0	<b>613</b>
AMERICA	Fiscal	Urbana	111	114	<b>225</b>
ANA LUISA LEORO	Fiscal	Urbana	0	646	<b>646</b>
CIUDAD DE IBARRA	Fiscal	Urbana	329	261	<b>590</b>
DR. ALFREDO PEREZ GUERRERO	Fiscal	Urbana	159	187	<b>346</b>
LUIS ZULETA VINUEZA	Fiscal	Urbana	104	115	<b>219</b>
MARIA ANGELICA IDROBO	Fiscal	Urbana	0	783	<b>783</b>
PRESIDENTE VELASCO IBARRA	Fiscal	Urbana	682	0	<b>682</b>
RAFAEL LARREA	Fiscal	Urbana	76	59	<b>135</b>
RAFAEL TROYA	Fiscal	Urbana	23	9	<b>32</b>
RICARDO SANCHEZ	Fiscal	Urbana	215	179	<b>394</b>
ESCUELA FE Y ALEGRIA	Fiscomisional	Urbana	272	246	<b>518</b>
FUNDACION EDUCATIVA IBARRA	Particular	Urbana	20	12	<b>32</b>
NUESTRA SEÑORA DE FATIMA	Particular	Urbana	166	192	<b>358</b>
SAN VICENTE FERRER	Particular	Urbana	78	62	<b>140</b>
J.I. ROSA MATILDE PALACIOS CASTELO	Fiscal	Urbana	6	13	<b>19</b>
J. I. UNE	Fiscal	Urbana	61	50	<b>111</b>
J. I. MARIA MONTESORI N 1	Fiscal	Urbana	143	111	<b>254</b>
J. I.ARDIN LA COLINA	Particular	Urbana	55	61	<b>116</b>
J.I. LA PRIMAVERA	Particular	Urbana	72	62	<b>134</b>

Fuente: Estadísticas del Ministerio de Educación de Imbabura

Elaborado por: La autora

Año: 2012



### **Cuadro 7** ESCUELAS DE LA PARROQUIA DEL PRIORATO

ESCUELAS EN LA PARROQUIA DEL PRIORATO			NIÑOS MATRICULADOS		
NOMBRE	SOSTENIMIENTO	ZONA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
MARTIN ZUMETA	Fiscal	Urbana	243	196	<b>439</b>
SEBASTIAN DE BENALCAZAR	Fiscal	Urbana	35	25	<b>60</b>
J. I. LIDIA INES MOLINA	Fiscal	Urbana	56	52	<b>108</b>

Fuente: Estadísticas del Ministerio de Educación de Imbabura

Elaborado por: La autora

Año: 2012

### **Cuadro 8** ESCUELAS DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO

ESCUELAS EN LA PARROQUIA SAN FRANCISCO			NIÑOS MATRICULADOS		
NOMBRE	SOSTENIMIENTO	ZONA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
AIDA LEON	Fiscal	Urbana	99	97	<b>196</b>
ALEJANDRO PASQUEL MONJE	Fiscal	Urbana	195	180	<b>375</b>
FABIAN JARAMILLO DAVILA	Fiscal	Urbana	152	139	<b>291</b>
LUIS LEORO FRANCO	Fiscal	Urbana	241	252	<b>493</b>
MARIA GUILLERMINA GARCIA ORTIZ	Fiscal	Urbana	93	88	<b>181</b>
MERCEDES TROYA DE SUAREZ	Fiscal	Urbana	189	169	<b>358</b>
PEDRO MONCAYO	Fiscal	Urbana	0	564	<b>564</b>
RAFAEL SUAREZ MENESES	Fiscal	Urbana	350	317	<b>667</b>
SUBOFICIAL 2°. EDISON MENDOZA ENRIQUEZ	Fiscal	Urbana	117	108	<b>225</b>
VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA	Fiscal	Urbana	276	0	<b>276</b>
SAN JUAN BOSCO	Particular	Urbana	444	185	<b>629</b>
SAN JUAN DIEGO	Particular	Urbana	319	175	<b>494</b>
J. I. ALBERTINA FRANCO DE LEORO	Fiscal	Urbana	80	95	<b>175</b>
J. I. CAMILO GALLEGOS	Fiscal	Urbana	74	83	<b>157</b>
J. I. JORGE GUZMAN RUEDA	Fiscal	Urbana	19	22	<b>41</b>
J. I. LUCILA CRISTINA YEPEZ LARA	Fiscal	Urbana	20	16	<b>36</b>
J. I. LUCILA MAYA DE PROAÑO	Fiscal	Urbana	14	13	<b>27</b>
J. I. RAFAEL SUAREZ	Fiscal	Urbana	49	52	<b>101</b>
J. I. SEMILLITAS DE AMOR	Fiscal	Urbana	23	37	<b>60</b>
J. I. AGUILAR POZO	Particular	Urbana	12	15	<b>27</b>

Fuente: Estadísticas del Ministerio de Educación de Imbabura

Elaborado por: La autora

Año: 2012

## **1.5 DIAGNÓSTICO EXTERNO.**

### **1.5.1 ALIADOS.**

- Existencia de un mercado que brinda productos de buena calidad y variedad para la elaboración de las colaciones escolares.
- La necesidad del sector familiar que exista en la ciudad de Ibarra una microempresa que brinde servicios de entrega de colaciones escolares.
- Las escuelas y centros infantiles de la ciudad de Ibarra serían consideradas el mercado meta.
- Un alto número de niños matriculados en las diferentes escuelas de la ciudad de Ibarra.

### **1.5.2 OPONENTES.**

- La falta de cultura de los padres de familia en cuanto a la elección de alimentos nutritivos para sus hijos.
- La competencia, en las instituciones educativas ya que existen los bares que venden productos a los niños.

### **1.5.3 OPORTUNIDADES.**

- Alianza con otras empresas del medio local para ofertar este servicio.
- Poder de negociación con proveedores.
- Diversificar los productos y servicios para satisfacer nuevas necesidades de los clientes.
- Crecimiento de la población
- Preocupación de los padres de familia en cuanto a la alimentación de sus hijos.

#### 1.5.4 RIESGOS.

- Inestabilidad política, social, y económica afecta a todos los sectores productivos especialmente a las microempresas.
- Presencia de los bares en las instituciones educativas puesto que estos tienen mayor cobertura.

#### 1.6 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR.

**Cuadro 9** MATRIZ AOR

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existencia de un mercado que brinda productos de buena calidad y variedad.</li> <li>▪ Las escuelas y centros infantiles de la ciudad de Ibarra.</li> <li>▪ Un alto número de niños matriculados. .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La falta de cultura de los padres de familia.</li> <li>▪ La competencia, en las instituciones educativas.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alianza con otras empresas del medio local para ofertar este servicio.</li> <li>▪ Poder de negociación con proveedores.</li> <li>▪ Diversificar los productos y servicios.</li> <li>▪ Crecimiento de la población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inestabilidad política, social, y económica afecta a todos los sectores productivos especialmente a las microempresas.</li> <li>▪ Presencia de los bares en las instituciones educativas.</li> </ul>

**Fuente:** Diagnóstico Situacional

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2013

## **1.7 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.**

Una vez realizado el diagnóstico situacional se identifica la oportunidad del negocio, debido a la existencia de varias escuelas fiscales y particulares en la ciudad de Ibarra en las que se puede vender las colaciones escolares, puesto que a pesar de la presencia de los bares en las instituciones educativas, estos no proporcionan los alimentos adecuados para la salud y nutrición de los niños, en tal virtud es necesario la implantación de una microempresa que se dedique a la elaboración y distribución de colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales, misma que tendrá como finalidad beneficiar a los padres y niños, brindando una atención de calidad y proporcionando una variedad de alimentos, además se estará fomentando una cultura de buenos hábitos en la alimentación desde temprana edad, también permitirá la generación de una fuente de ingresos para las personas que trabajaran brindando el servicio.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 COLACIÓN**

##### **2.1.1 DEFINICIÓN**

MMII. Editorial Océano (2002. Pág. 388) dice: es aquella comida ligera que se consume entre comidas habituales y que incorpora alimentos naturales o elaborados tales como lácteos, frutas, verduras y cereales.

Se ha llegado a determinar mediante el análisis del autor que las colaciones son aquellos aperitivos o productos de pequeño tamaño que pueden servir para calmar el apetito entre comidas.

Se podría decir para efectos del proyecto que las colaciones son aquellos aperitivos o productos que pueden servir para calmar el apetito entre comidas. Las colaciones pueden ser muy variadas y estar compuestas de diferentes nutrientes. Es importante variar el orden de colaciones para que un alimento sea atractivo y saludable.

##### **2.1.2 CARACTERÍSTICAS**

- Es un alimento inferior en términos de tamaño y de aporte calórico.
- Lleva adelante una alimentación ordenada y razonable
- Sirve para entretener al estómago, no para dar completa satisfacción.
- Las colaciones pueden ser frutas, hortalizas, barritas de cereal, porciones adecuadas de galletitas o algún panificado, yogures, rodajas

de queso, huevos crudos; todos deben ser alimentos bajos en grasas, azúcares y sal, ricos en vitaminas, minerales, antioxidantes y fibra.

### **2.1.3 FUNCIONES**

- Evitar que una persona llegue a una comida con abundante hambre y que consuma una cantidad de alimentos mayor a la esperada para su contextura física.
- Aportar una alimentación mínima entre el desayuno y almuerzo o entre el almuerzo y la merienda.

### **2.1.4 CONTENIDO DE UNA COLACIÓN**

Una colación saludable y nutritiva puede ser:

- Leche descremada o semidescremada.
- Yogurt con bajo contenido graso y azúcar.
- Frutas frescas o jugos de fruta natural sin azúcar.
- Frutas deshidratadas (pasas, higos, duraznos).
- Semillas (nueces, almendras, maní sin sal).
- Los cereales y pan.

## **2.2. ALIMENTOS.**

Los alimentos son toda sustancias natural o sintética que contenga uno o varios de los principios que la química a catalogado como hidratos de carbono, grasas, proteínas, vitaminas y sales orgánicas, los cuales proporcionan al cuerpo energía y nutrientes indispensables para el organismo.

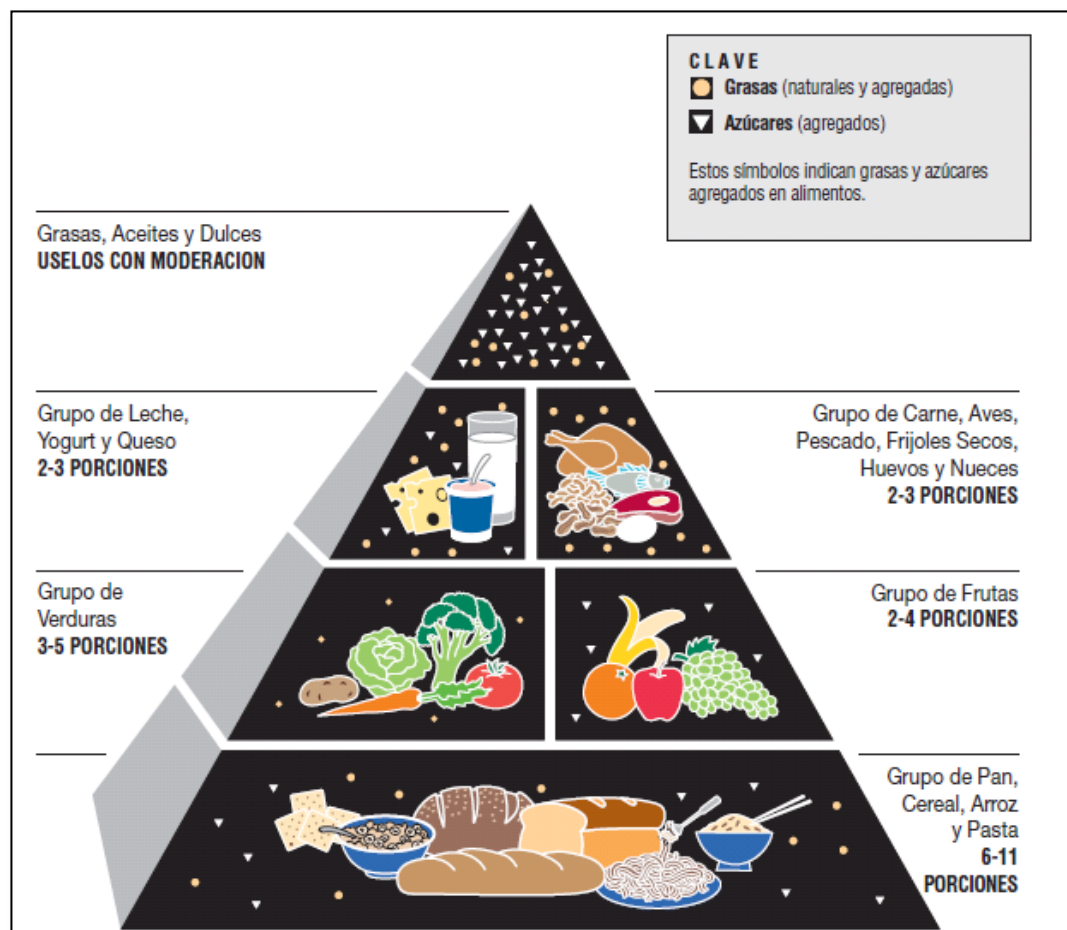
La alimentación es la forma y manera de proporcionar al organismo los alimentos o sustancias nutritivas que necesita, además alimentación es educable y nuestra tarea como microempresa es educar en cuanto a la

alimentación de los niños y niñas de la ciudad de Ibarra, puesto que una buena nutrición se consigue a base de una alimentación adecuada.

### 2.2.1. GRUPOS DE ALIMENTOS

Para asegurar una correcta nutrición, es necesario consumir diariamente los siguientes grupos de alimentos: lácteos; carnes, legumbres y huevos; frutas y verduras, cereales y derivados; y por último grasas y azúcares. Como se muestra en la siguiente pirámide de alimentos:

**Gráfico 5** PIRÁMIDE DE ALIMENTOS



Fuente: <http://www.lchealth.org/Spainpyramid.pdf>  
Elaborado por: La autora  
Año: 2003

Sin embargo la pirámide es un esquema de lo que debe comerse cada día, no es una receta rígida, sino una guía general que le permite seleccionar una adecuada y saludable alimentación. Existen diferentes tipos de pirámides estas varían de acuerdo a la edad, por ejemplo:

### **Gráfico 6** PIRÁMIDE ALIMENTARIA PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES



Fuente: [http://kidshealth.org/parent/en\\_espanol/nutricion/habits\\_esp.html#](http://kidshealth.org/parent/en_espanol/nutricion/habits_esp.html#)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

La pirámide alimentaria para niños y adolescentes está compuesta de cuatro caras. Cada grupo proporciona algunas de las sustancias nutritivas y la energía que los niños necesitan.

#### ▪ **Los lácteos**

Son fuente de proteínas, pero además aportan calcio y vitaminas. La recomendación diaria de su consumo para este grupo de edad es: dos vasos de leche por día, dos yogures o sus equivalencias



- **Las carnes, legumbres y huevos**

Representan la más importante fuente de proteínas de buena calidad. Además de proteínas, carnes y legumbres, contienen distintos minerales, entre ellos el hierro.

- **Las legumbres.**

Son todo tipo de granos de soya, habas, garbanzos y lentejas; estos alimentos están incluidos en este grupo por el aporte de proteínas que brindan. Las legumbres también aportan hierro de origen vegetal, el cual es aprovechado en mucha menor proporción que el de origen animal. El huevo se incluye en este grupo porque es una buena fuente de proteínas de alta calidad, como las carnes.

- **Las verduras y frutas**

Este grupo incluye todas las verduras frescas o envasadas, junto con las frutas, aportan gran cantidad de minerales, vitaminas, fibras. Las frutas y vegetales, especialmente frescas, aportan gran cantidad de vitamina C, y los vegetales de hoja oscura (espinaca, acelga), o amarillos (zanahoria, zapallo, calabaza) aportan vitamina A. También aporta minerales como potasio, hierro, cobre, magnesio y otros.

- **Cereales y derivados.**

Este grupo aportan energía necesaria para el crecimiento, como así para la actividad física y mental. En este grupo se incluyen los granos, como el arroz, trigo, avena, sémola, maíz

- **Grasas y azúcares.**

Los alimentos incluidos en este grupo aportan fundamentalmente energía, se incluyen en ellos, el azúcar común, los dulces en general, las

mermeladas, el dulce de leche, las golosinas, el chocolate, y las gaseosas.

### **2.2.2. UN CRECIMIENTO SANO Y UNA ALIMENTACIÓN ADECUADA**

Para obtener todos los nutrientes necesarios, es imprescindible incluir en la alimentación distintos y variados alimentos todos los días. Mientras más variada y combinada sea la alimentación, más fácilmente se obtendrán los nutrientes que el cuerpo necesita, para un buen funcionamiento. Una alimentación correcta es aquella que:

- Es variable: donde contempla alimentos de los cinco grupos.
- Suficiente: porque su cantidad está en relación con el periodo de vida, actividad que se desarrolla.
- Correctamente distribuida: donde se realiza con intervalos variables pero no menos de 4 veces a lo largo del día.
- Higiénica: porque se realiza siguiendo ciertas reglas que disminuyen el riesgo de transmitir enfermedades infecciosas o tóxicas.

La nutrición es consecuencia de una buena alimentación. El crecimiento y la salud son consecuencia de una correcta alimentación y nutrición.

### **2.2.3. LA ALIMENTACIÓN EN LA ETAPA PREESCOLAR**

Es primordial que los niños no se acostumbren a consumir el tipo de alimento llamado “chatarra”, ya que estos aportan escasos nutrientes, tales como gaseosas, golosinas, snacks; estos no alimentan, les quita el apetito y son de alto costo. A diferencia de estos, se encuentran los alimentos llamados “nutritivos”, que aportan calorías, proteínas, vitaminas, minerales; como huevos y carnes, que son una importante fuente de proteínas y hierro; en cuanto a las legumbres que también aportan proteínas, combinándose junto a cereales y verduras; los lácteos, como importante fuente de calcio y proteínas; los vegetales y las frutas aportan

vitaminas y minerales; los cereales y derivados necesarios por ser fuente de energía; y por último las grasas y azúcares, como aceite y manteca, donde aportan calorías y también son necesarios.

Con lo dicho anteriormente, se puede concluir que es necesario:

- Asegurar un buen desayuno.
- Comer alimentos variados.
- Preferir alimentos caseros.
- Ingerir abundante líquidos preferentemente agua.
- Respetar las cuatro comidas diarias.
- Evitar el consumo excesivo de como gaseosas, jugos artificiales y golosinas.

## **2.3 PROCESO DE FABRICACIÓN**

### **2.3.1 MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS.**

La adecuada manipulación de los alimentos, desde que se producen hasta que se consumen, incide directamente sobre la salud de la población.

El Manipulador de alimentos necesita conocer el proceso de preparación y conservación de alimentos y respetar las exigencias culinarias, sanitarias y nutritivas que permiten que el alimento llegue al consumidor en las mejores condiciones de calidad.

## **2.4 LA CONTABILIDAD**

Bravo M. (2013) señala que: es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, calificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y

financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.

En este sentido podemos señalar que es el arte de recoger información, resumir y analizar e interpretar los datos financieros.

#### **2.4.1 FUNCIONES**

Las funciones que tiene la contabilidad son las siguientes:

- **Función historia.-** Se manifiesta por el registro cronológico de los hechos que van apareciendo en la vida de la empresa.
- **Función estadística.-** Es el reflejo de los hechos económicos, en cantidades que dan una visión real de la forma como queda afectada por ellos la situación del negocio.

#### **2.4.2 LA ECUACIÓN CONTABLE**

Es una igualdad misma que representa tres elementos fundamentales en los que se basa toda la actividad económica como son los activos, pasivos y patrimonio.

- **Activo.-** son los valores bienes y derechos de propiedad de la empresa.
- **Pasivos.-** son todas las obligaciones o deuda de una empresa con terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa.
- **Patrimonio.-** es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa.

## **2.5 ELEMENTOS ECONÓMICOS**

### **2.5.1 GANANCIAS**

La ganancia es lo que toda actividad económica persigue, procurando el enriquecimiento y desarrollo de la empresa incrementan el patrimonio y permite que se cumpla uno de los objetivos de la inversión.

### **2.5.2 INGRESOS**

Son todos los recursos obtenidos a través de las ventas, comisiones, intereses, dividendos, regalías y alquileres.

### **2.5.3 GASTOS**

Constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros, entre otros.

### **2.5.4 COSTOS**

Un costo es un pago en efectivo o el compromiso de pagar en efectivo en el futuro con el propósito de generar ingresos.

## **2.6 MICROEMPRESA**

### **2.6.1 DEFINICIÓN**

MONTEROS E. (2005) señala que: “La microempresa es una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo

un margen de rentabilidad luego de cubrir sus costos fijos y costos variables y gastos de fabricación”.

Se puede decir que la microempresa es una unidad socioeconómica de producción, comercialización o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos.

### **2.6.2 IMPORTANCIA**

La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

### **2.6.3 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA.**

- El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias.

## **2.7 ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.7.1 DEFINICIÓN**

BACA G. (2010) señala que: “El estudio técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”.

Es decir permite resolver las preguntas referentes a, dónde, cuánto, cuándo, cómo y que producir.

## **2.7.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO**

- Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende realizar.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

## **2.7.3 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Hace referencia a la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto para establecer la cantidad de producción o prestación de servicios por un tiempo determinado.

El tamaño del proyecto está en función del estudio de mercado y la disponibilidad de los recursos financieros.

## **2.7.4 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**

BACA G. (2010) señala que: “Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o a obtener el costo unitario mínimo”

El objetivo general de la localización óptima del proyecto, es llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta, siendo este el más ventajoso para el proyecto; es decir la opción que cubra las exigencias o los requerimientos necesarios, que contribuyan a minimizar los costos de inversión y gastos durante el período productivo.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: de la macrolocalización, donde se elige la región o zona y la

microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

### **2.7.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

SAPAG N. (2008) señala que: “El Estudio de Ingeniería del Proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”.

#### **▪ Objetivo general**

Resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria se determinara la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y la organización.

#### **▪ Proceso de producción**

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

## **2.8 ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.8.1 DEFINICIÓN**

SAPAG N. (2008) señala que: “El Estudio de mercado es el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de precios del proyecto”.

La realización de un estudio de mercado permite obtener información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales en el trabajo



en el sector, etc. Estos datos son de mucha utilidad para evitar caer en errores propios de la inexperiencia.

### **2.8.2 OFERTA**

ESTRADA (2007) señala que: “Es la cantidad de bienes o servicios que las empresas o individuos poseen y ponen a disposición de los consumidores, por lo tanto ingresan al mercado a satisfacer una necesidad a un periodo y precio determinado”

Por lo tanto la oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado.

### **2.8.3 DEMANDA**

La demanda es la cantidad bienes y/o servicios que compradores o consumidores están dispuestos a adquirir con la finalidad de satisfacer sus necesidades o deseos y tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio y lugar establecido.

Se puede decir que la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo y a un precio establecido.

### **2.8.4 PRODUCTO**

MURCIA J. (2010) señala que: “Es el resultado de la interacción entre mano de obra, maquinaria y materiales que intervienen en un proceso que se llama transformación y de lo cual puede resultar un bien o un servicio”.

Se puede concluir que un producto es todo objeto que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

### **Tipos de Productos**

- Productos de consumo: Están destinados al consumo personal en los hogares.
- Productos de negocios: La intención de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
- Productos según su duración y tangibilidad: Este tipo de productos está clasificado según la cantidad de usos que se le da al producto, el tiempo que dura y si se trata de un bien tangible o un servicio intangible.

### **2.8.5 MERCADO**

MURCIA J. (2010) señala que: “El Mercado es el sitio físico o virtual, en donde se encuentra compradores y vendedores, que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas”.

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta.

## **Tipos de mercado**

- Mercado de competencia perfecta: todos los bienes y servicios se intercambian voluntariamente por dinero al precio fijado por el mercado, todas las empresas compiten en igualdad de condiciones.
- Monopolio de oferta: se caracteriza por la influencia de un solo productor o vendedor.
- Monopolio de demanda o monopsonio: Se caracteriza por la influencia de un solo comprador o grupo de compradores sobre el precio y por su escasa demanda.
- Oligopolio de oferta: se caracteriza por un número pequeño de vendedores quienes obran de común acuerdo.
- Oligopolio de demanda: se caracteriza por un número pequeño de compradores quienes obran de común acuerdo.

## **Segmento de mercado**

La segmentación del mercado es una de las principales herramientas estratégicas de la mercadotecnia, cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas, hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos para obtener resultados rentables.

## **Mercado objetivo**

Consiste en escoger uno o varios segmentos que se tiene la capacidad de atender, es decir es el grupo de clientes al que se captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercado.

## **Precio**

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al

vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

### **2.8.6 COMERCIALIZACIÓN**

VELEZ A. (2002) señala que: “Comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y/o servicios entre productores y usuarios”.

Se entiende por comercialización, a las actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con la publicidad, distribución, técnicas de mercado, ventas, transporte y almacenamiento de bienes y servicios.

#### **Canales de comercialización**

- Canal ultra corto: es la venta directa del producto, se dirige desde su producción al consumidor final.
- Canal corto: posee un intermediario que oferta el producto al consumidor final.
- Canal largo: posee un sinnúmero de intermediarios que realiza una cadena para llevar el producto al consumidor final.

#### **Promoción**

La promoción es la forma que domina o utiliza el vendedor para influir en la adquisición de sus servicios como productos por parte de sus consumidores. Se puede promocionar por medio de publicidad, venta personal, propaganda y promoción de ventas.

Se puede decir que la promoción son todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a un mercado objetivo.

## **Publicidad**

MURCIA J. (2010) señala que: “La publicidad se define como una forma de comunicación pagada, que no es personal sino masiva que se realiza de un producto o servicio”.

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas etc. con la finalidad de atraer a posibles compradores, usuarios, seguidores u otros.

## **2.9 ORGANIZACIÓN**

ORTEGA A. (2006) señala que: “La organización es la forma en que dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos por la misma”.

Para tener una buena organización se debe determinar las actividades básicas para lograr los objetivos, agrupar estas actividades en unidades organizacionales, establecer posiciones administrativas, delegar autoridad, coordinar las unidades organizacionales.

### **2.9.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

#### **Organigrama**

Es la representación gráfica de una organización que permite darse cuenta de las relaciones formales, las diferentes funciones y los puestos de trabajo.

## **Clases de organigramas**

- Vertical. Es de arriba hacia abajo empezando por el nivel jerárquico más alto, uniendo cuadros con líneas que representan la comunicación de responsabilidad.
- Horizontal. Representa los mismos elementos que el anterior, solo que empezando del nivel jerárquico más alto de izquierda a derecha.
- Circular. Formando un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima de la empresa y alrededor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituyen un nivel en la organización.
- Escalar. Señala con diferentes sangrías en el margen izquierdo los distintos niveles jerárquicos, ayudándose de líneas que señalan dichos márgenes.

## **Constitución de la empresa**

En toda actividad en la que se desarrollan interacciones se requiere de normas que regulen el comportamiento de los sujetos que intervienen en ella. Estas normas interactúan permanentemente y regulan los deberes y derechos de toda sociedad organizada.

### **2.9.2 NOMBRE DE LA EMPRESA**

Seleccionar el nombre de la empresa es trascendente, ya que puede expresar directamente lo que ésta hace o puede hacer. El nombre es la publicidad que está y se ubica en todas partes. Se necesita creatividad para seleccionar un buen nombre, una buena selección del nombre de la empresa puede influir en los resultados de la venta en el mercado, este debe transmitir a los clientes una idea de lo que vende. Es conveniente que el nombre se relacione y sea compatible con el giro de la empresa.

## **Misión**

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define lo que pretende cumplir o hacer en su entorno o sistema social en el que actúa, además identifica quién lo va a hacer.

### ▪ **Visión**

Es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

## **2.10 ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero debe ser realizado para definir y determinar los costos, gastos, así como también la inversión requerida para la realización del proyecto.

### ▪ **Estados financieros**

Son documentos contables que se elaboran con la finalidad de informar de manera verdadera, veraz y oportuna de la situación y resultados de operaciones de una entidad.

#### **2.10.1 BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA**

Es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio a una fecha determinada.

El Balance es el que refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso es decir cuando están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa.

### **2.10.2 ESTADO DE RESULTADOS**

Es el que Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.

### **2.10.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

El flujo de caja muestra las entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El propósito del flujo de caja presupuestado es de mostrar de donde provendrán los ingresos y como se usarán esos fondos, además indica si la empresa genera suficiente dinero para hacer frente a todas las necesidades de la actividad empresarial.

### **2.10.4 EVALUACIÓN FINANCIERA**

ORTEGA A. (2006) señala que: “La evaluación financiera es un análisis microeconómico que toma como objeto de investigación a una unidad productiva, considerando únicamente los efectos directos en los costos, gastos e ingresos valorados a precios de mercado”.

El resultado de la evaluación financiera se expresa en un conjunto de indicadores que miden los beneficios esperados y las ventajas de realizar la inversión, los cuales sirven para decidir si los recursos se arriesgan o se destinan a otras actividades.

La evaluación de proyectos es una técnica que permite disminuir el riesgo de la inversión, por tal razón es indispensable conocer la tasa y valores que se despliegan de los indicadores tales como: El valor actual neto, la



tasa interna de retorno, la relación costo/ beneficio, el tiempo de recuperación de la inversión.

### **Valor actual neto (VAN)**

Representa la rentabilidad en términos de dinero como poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión.

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento que el VAN es igual a cero. Se podría decir que la TIR es la medida más adecuada para medir la rentabilidad del proyecto.

### **Periodo de Recuperación**

Es el tiempo que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

### **Índice de rentabilidad Beneficio- Costo**

Es un análisis muy pertinente para proyectos de inversión en mercados financieros porque nos establecen niveles de decisión. Este indicador es de mucha importancia ya que identifica los beneficios del proyecto en relación a la inversión inicial que requiere el mismo.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en valor a sus correspondientes en gastos y costos. Tiene como objetivos los siguientes:

- Determinar en qué momento son iguales los ingresos y los gastos son iguales.

- Influye de forma importante para poder realizar el análisis, planeación y control de los recursos de la entidad.

## **2.11 ANÁLISIS DE IMPACTOS**

Jácome (2005) señala que: “Los impactos son posibles ecuaciones que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualitativo y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles efectos que tiene el proyecto”.

En conclusión los análisis de los impactos son necesarios para poder determinar las bondades o posibles defectos del proyecto.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 PRESENTACIÓN**

El estudio de mercado es uno de los elementos más importantes dentro del estudio de factibilidad del presente proyecto, ya que ha permitido visualizar la demanda, oferta, demanda insatisfecha de colaciones escolares, la competencia, precios y otros aspectos, con los que se ha podido tener un alto grado de aproximación en cuanto al tamaño del proyecto, definir el precio de los productos a elaborar, la política de comercialización, entre otros.

##### **3.1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

La investigación realizada ha permitido obtener información necesaria, relacionada con la elaboración y distribución de colaciones escolares, además con el presente estudio se ha logrado alcanzar los siguientes objetivos:

- Determinar la aceptación del producto en el mercado.
- Identificar la demanda, oferta y la demanda potencial a satisfacer de colaciones escolares.
- Determinar el sistema de comercialización.
- Determinar gustos y preferencias en cuanto a la alimentación del niño(a)

### **3.1.2 VARIABLES DIAGNÓSTICOS**

Para poder analizar la situación actual de la producción y comercialización de las colaciones escolares en la ciudad de Ibarra se ha definido las siguientes variables que son:

- Producto
- Plaza
- Precio
- Competencia

### **3.1.3. INDICADORES**

Las variables identificadas para el estudio presentan indicadores de interés para efectos del proyecto, que permitieron:

- Diagnosticar la situación actual de comercialización y consumo de colaciones escolares en la ciudad de Ibarra.
- Analizar la aceptación del producto en la ciudad de Ibarra.
- Identificar los principales lugares de expendio.
- Identificar los precios de venta y producto.
- Determinar las formas de comercialización del producto.

### 3.1.4 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

*Cuadro 10* MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación</li> <li>• Consumo</li> <li>• Preferencias</li> </ul>	Observación Encuestas Encuestas Encuestas	Punto de venta Consumidores Comercializadores
PLAZA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar de distribución</li> </ul>	Encuesta	Consumidores
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formas de compra</li> </ul>	Encuestas	Consumidores
COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Variedad</li> <li>• Comodidad</li> </ul>	Encuestas Encuesta Encuesta	Comercializadores Comercializadores Comercializadores

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### 3.2 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR

El total de unidades investigadas del sector urbano de la ciudad de Ibarra que validan las conclusiones del estudio son: los diferentes puntos de comercialización de las colaciones escolares como bares de las instituciones educativas y los compradores del producto, considerando el segmento de la población urbana de la ciudad de Ibarra, que según los datos oficiales del INEC 2010 es de 131.856 habitantes. Es importante señalar que una vez obtenida las muestra, las encuestas se aplican a personas que tengan niños(as) en la etapa preescolar y escolar.

### 3.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Nd^2z^2}{N - 1 E^2 + d^2z^2}$$

$$n = \frac{131856 (0.25) 1.96^2}{131856 - 1 (0.05)^2 + 0.25 (1.96)^2}$$

$$n = 383$$

El número total de encuestas a efectuarse es 383; las cuales fueron realizadas en las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra, estas se desarrollaron tomando en consideración el porcentaje de niños que se encuentran en las escuelas fisco misionales y particulares de cada parroquia. Es importante señalar que no se realizó las encuestas en la parroquia del Priorato debido a la inexistencia de escuelas de las instituciones antes mencionadas. A continuación se muestra el cuadro de distribución de la muestra.

#### **Cuadro 11** DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

PARROQUIAS	NRO. NIÑOS	% NIÑOS	DISTRIBUCION DE ENCUESTAS POR PARROQUIAS.
CARANQUI	459	15%	57
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	185	6%	23
SAGRARIO	1.298	42%	161
SAN FRANCISCO	1.150	37%	142
<b>TOTAL</b>	<b>3092</b>	<b>100%</b>	<b>383</b>

Fuente: Estadísticas Ministerio de Educación de Imbabura

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **3.4 FÓRMULA DE CÁLCULO**

La fórmula que se utilizará para determinar la muestra a investigarse es la que se detalla a continuación.

$$n = \frac{Nd^2z^2}{N - 1 E^2 + d^2z^2}$$

Donde:

**n**= Tamaño de la muestra, unidades a determinar.

**N**= Población o universo a estudiarse. La zona urbana de la ciudad de Ibarra.

**d<sup>2</sup>**= varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Valor constante, que equivale a 0.25.

**z**= valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significación con el que se va a realizar las estimaciones. El valor es un valor constante tomado en relación al 95% y equivale a 1.96.

**N-1**: corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

**E**= limite aceptable de error de la muestra

### **3.5 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.5.1 ENCUESTAS**

Las encuestas fueron aplicadas para obtener información de ciertos actores tales como: los clientes mismos que son los padres de familia de los niños(as) y comercializadores que en este caso son los propietarios de los bares de las instituciones educativas.

#### **3.5.2 BIBLIOGRAFÍA**

Se revisaron varios documentos relacionados con la temática de estudio; libros, tesis, páginas web, mismos que permitieron orientar adecuadamente la estructura del informe de investigación.

### 3.6 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

#### 3.6.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS SOBRE LA COMPRA DE COLACIONES ESCOLARES EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Análisis de las encuestas sobre la adquisición de colaciones escolares en la ciudad de Ibarra.

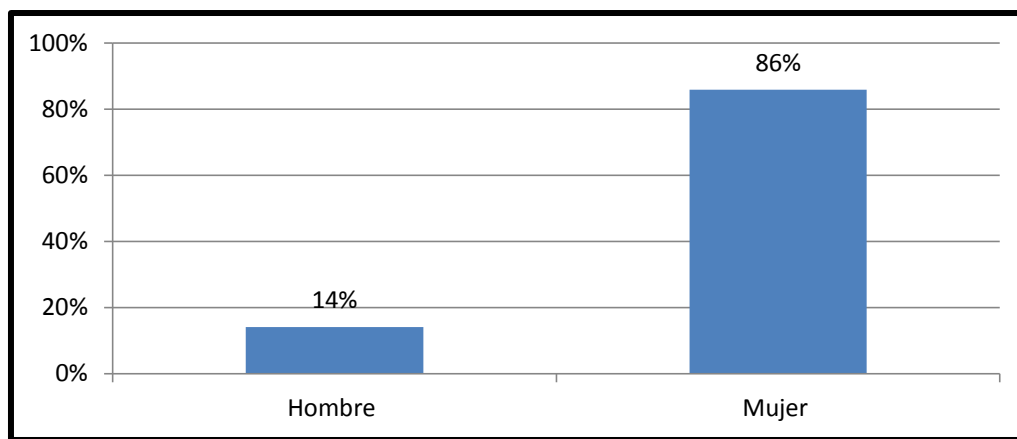
Las encuestas se realizaron en la ciudad de Ibarra, en los meses de mayo y junio del año 2012 con la técnica muestreo intencional a los padres de familia de los niños de la ciudad de Ibarra.

#### **Cuadro 12** DATOS TÉCNICOS

GÉNERO	NÚMERO	%
Hombre	54	14%
Mujer	329	86%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

#### **Gráfico 7** PERSONAS ENCUESTADAS POR GÉNERO



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

Las encuestas se realizaron con un mayor porcentaje al género femenino por motivo de que son las que con frecuencia están pendientes de la alimentación de sus hijos.



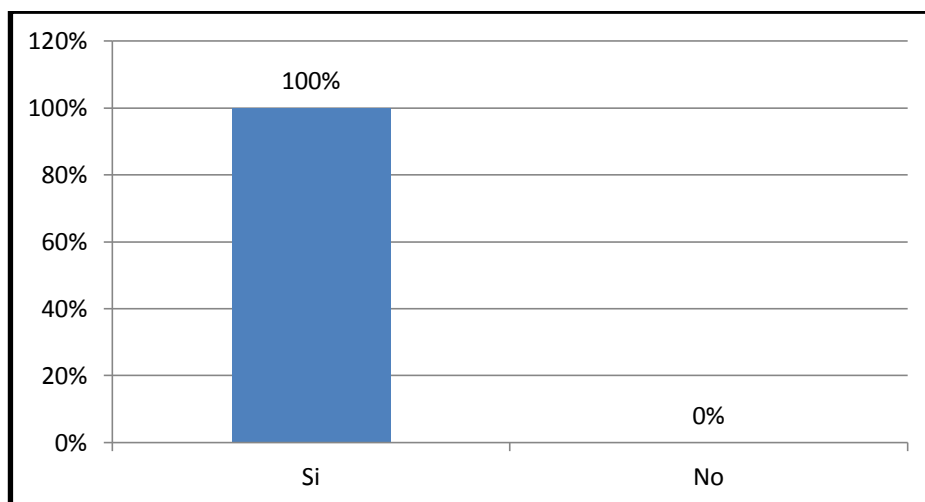
## 2. ¿Tiene hijos que están en la etapa pre-escolar y/o escolar?

**Cuadro 13** PADRES QUE TIENEN NIÑOS EN LA ETAPA PRE-ESCOLAR Y/O ESCOLAR

Si	383	100%
No	0	0%
¿Cuántos?	545	
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

**Gráfico 8** PADRES QUE TIENEN NIÑOS EN LA ETAPA PRE-ESCOLAR Y/O ESCOLAR



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

La encuesta fue realizada exclusivamente a las personas que tienen niños en la etapa pre-escolar y escolar, ya que es una estrategia para obtener información real en cuanto a la adquisición de las colaciones escolares.

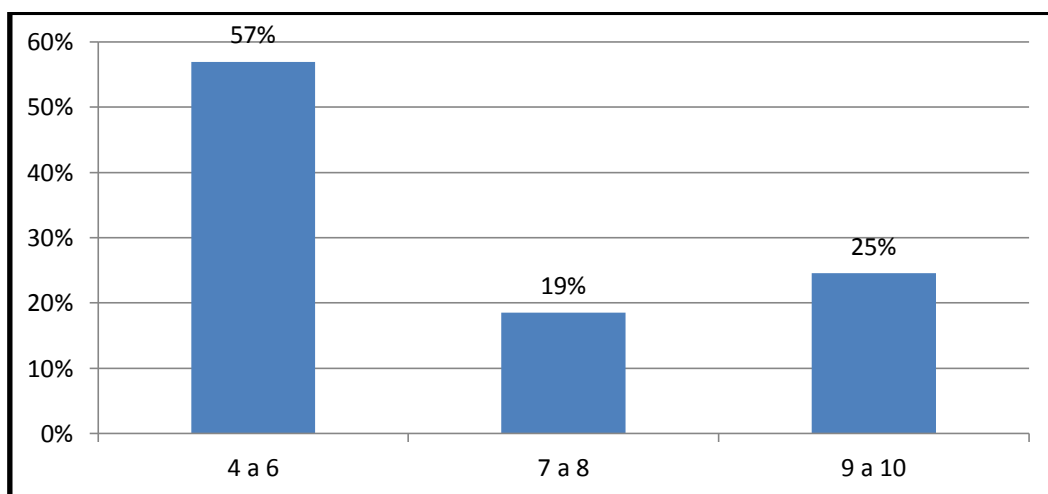
### 3. Marque con una x el rango de edad al que pertenece su hijo o hija

**Cuadro 14** RANGO DE EDAD DEL NIÑO(A)

EDAD	NÚMERO	%
4 a 6	276	57%
7 a 8	90	19%
9 a 10	119	25%
Total	485	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

**Gráfico 9** RANGO DE EDAD DEL NIÑO(A)



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

Se observa que el mayor porcentaje de niños están en la edad de 4 a 6 años, mismo que se obtuvo porque se realizó la encuesta en sitios necesarios como son los jardines y escuelas, puesto que en estos lugares acuden con frecuencia las madres de familia a dejar a sus niños, además tenemos un alto porcentaje de los niños de 9 a 10, seguidos de los niños con edad de 7 a 8.

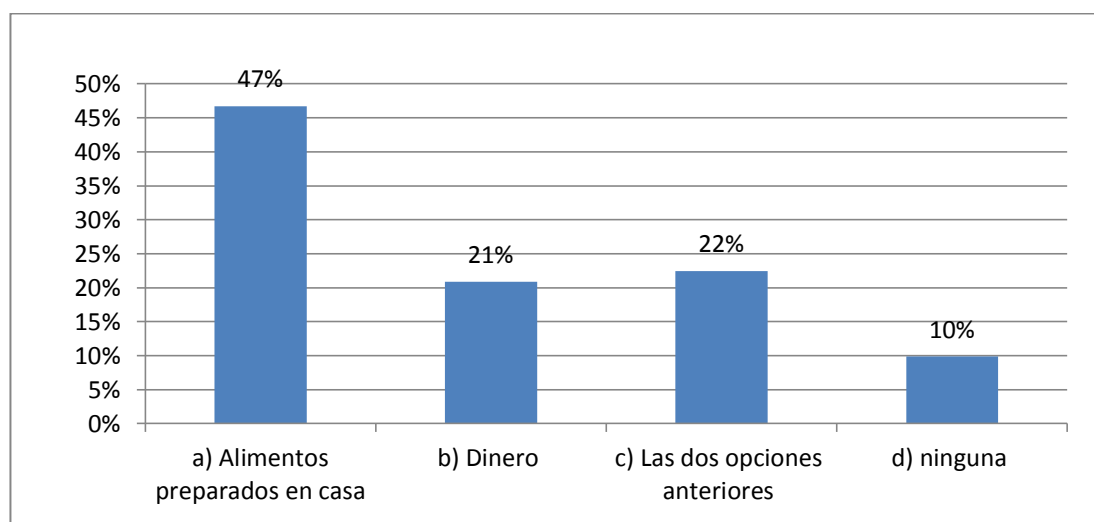
#### 4. ¿Qué envía a sus niños para la hora del recreo?

**Cuadro 15** OPCIONES PARA EL RECREO

DETALLE	NÚMERO	%
a) Alimentos preparados en casa	179	47%
b) Dinero	80	21%
c) Las dos opciones anteriores	86	22%
d) Ninguna	38	10%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

**Gráfico 10** OPCIONES PARA EL RECREO



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

Los padres de familia tienen la tendencia a enviar alimentos preparados en casa, por motivos de higiene y seguridad en la preparación de alimentos, un menor porcentaje prefieren enviar alimentos y dinero, en tercer lugar encontramos que les envían dinero, puesto que no tienen el suficiente tiempo para preparar los alimentos, con un bajo porcentaje no les envían nada al niño, puesto que en ciertas instituciones reciben refrigerio del estado.

**5. ¿Qué clase de alimentos envía con frecuencia a sus niños para servirse en la hora del recreo?**

**Cuadro 16** ALIMENTOS ENVIADOS

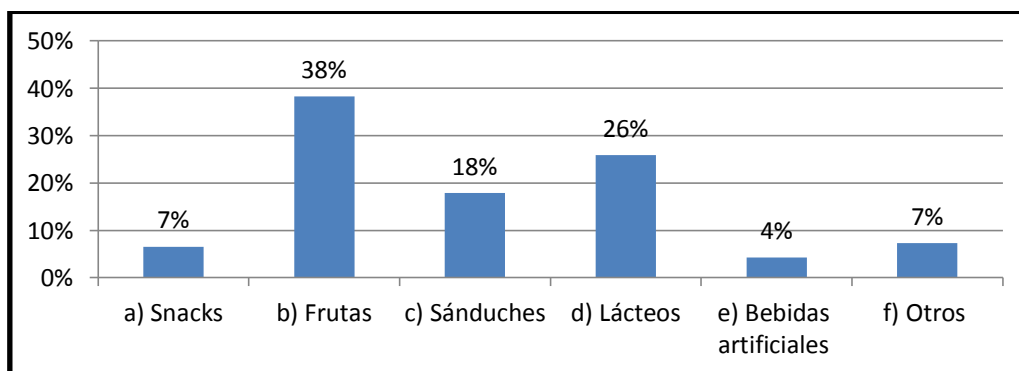
DETALLE	NÚMERO	%
a) Snacks	46	7%
b) Frutas	268	38%
c) Sánduches	125	18%
d) Lácteos	181	26%
e) Bebidas artificiales	30	4%
f) Otros	51	7%
<b>Total</b>	<b>701</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 11** ALIMENTOS ENVIADOS



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Con la encuesta realizada a los padres de familia se obtiene que prefieren enviar a sus hijos frutas, porque son saludable y por mayor facilidad, además con un alto porcentaje tienen la preferencia de enviar lácteos, seguido de los sánduches, y con un porcentaje bajo están los snacks por motivo de que los padres están conscientes de que este tipo de productos no son los adecuados para la su nutrición, así como las bebidas artificiales, sin embargo existen algunos padres que compran la comida chatarra para sus hijos.

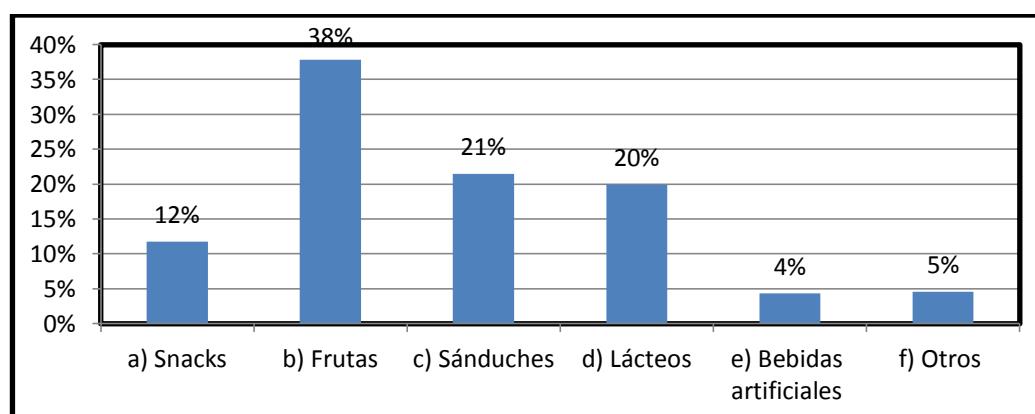
## 6. ¿Cuál de los productos anteriores es el favorito para su hijo?

**Cuadro 17** PRODUCTOS FAVORITOS DEL NIÑO(A)

DETALLE	NUMERO	%
a) Snacks	62	12%
b) Frutas	199	38%
c) Sánduches	113	21%
d) Lácteos	105	20%
e) Bebidas artificiales	23	4%
f) Otros	24	5%
<b>Total</b>	<b>526</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

**Gráfico 12** PRODUCTOS FAVORITOS DEL NIÑO(A)



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

De los diferentes productos señalados, la preferencia más alta de los niños son las frutas, seguido de los sánduches, sin embargo los lácteos también tiene su acogida, en cuanto a las bebidas artificiales y otros productos han obtenido un porcentaje menor al 10%, lo cual demuestra que no son de preferencia en los niños.

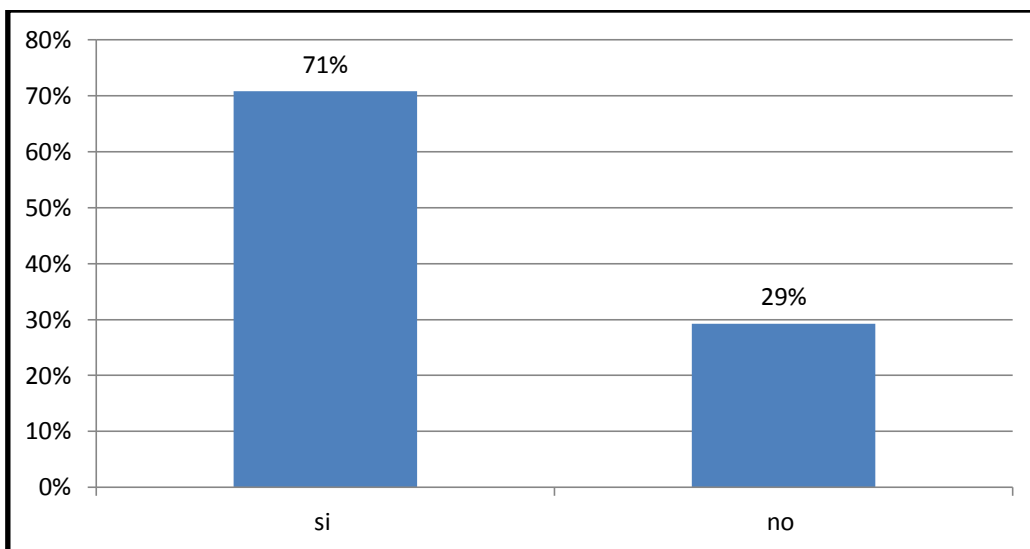
**7. ¿Se ha sentido preocupado por la calidad de alimentos que consume su hijo(a) en la institución educativa que pertenece?**

**Cuadro 18** PREOCUPACIÓN DE LA CALIDAD DE ALIMENTOS

DETALLE	NUMERO	%
Si	271	71%
No	112	29%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

**Gráfico 13** PREOCUPACIÓN DE LA CALIDAD DE ALIMENTOS



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

Existe un alto porcentaje de preocupación en cuanto a la calidad de alimentos que consumen los niños(a) porque no existe suficiente cuidado en la manipulación de los alimentos, productos guardados, venden comida chatarra, falta de higiene, entre otros.

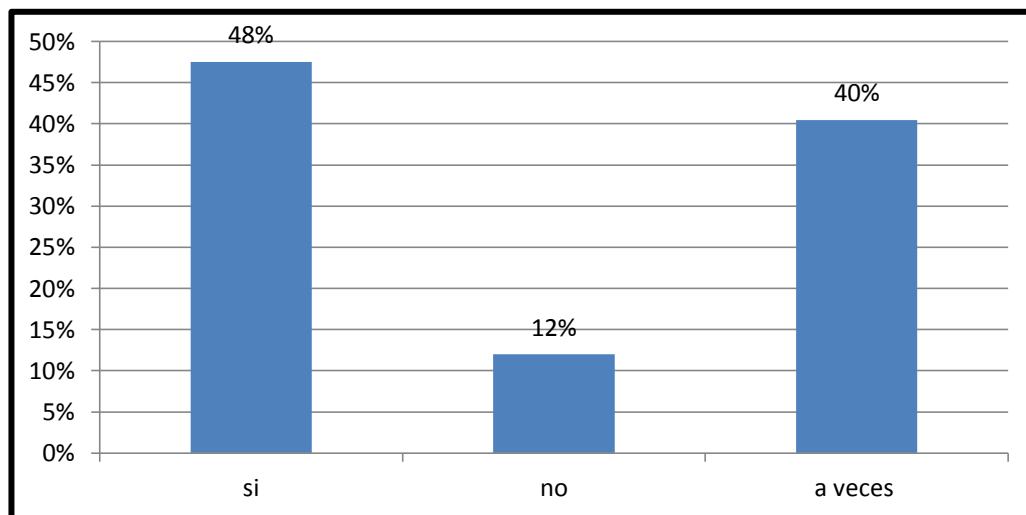
8. ¿Usted dispone de tiempo necesario, para preparar los alimentos a su hijo(a) que se encuentra en la etapa pre-escolar y/o escolar todos los días?

**Cuadro 19** *DISPOSICIÓN DE TIEMPO PARA PREPARAR*

DETALLE	NÚMERO	%
si	182	48%
no	46	12%
a veces	155	40%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

**Gráfico 14** *DISPOSICIÓN DE TIEMPO PARA PREPARAR*



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

Se puede visualizar que existen padres que disponen de tiempo para preparar los alimentos todos los días, sin embargo no todos pueden hacerlo de forma frecuente, puesto que tienen otras obligaciones laborales, y con un bajo porcentaje se puede visualizar que no disponen de tiempo para preparar alientos.

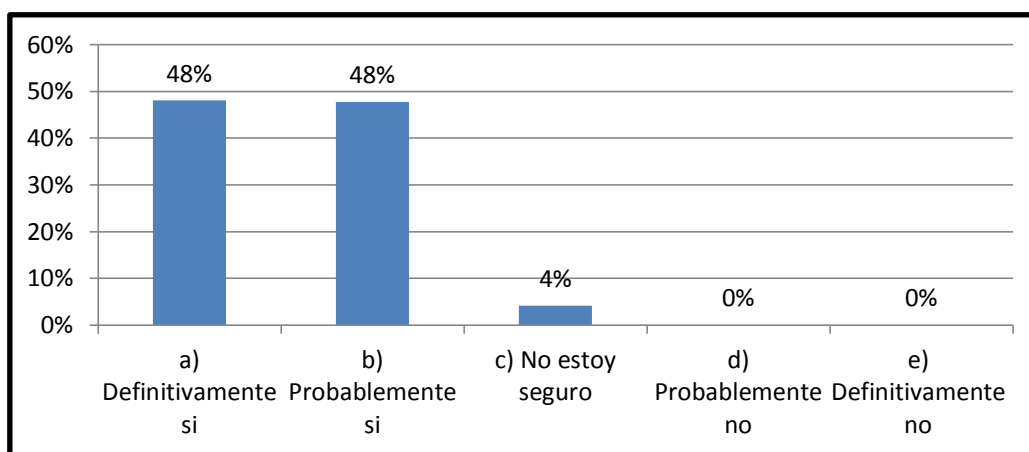
**9. ¿Si una empresa le ofreciera un combo de alimentos nutritivos para que su hijo o hija se sirva en la hora del recreo de forma sana y segura, usted compraría el producto?**

**Cuadro 20** *DISPOSICIÓN PARA COMPRAR COLACIONES ESCOLARES.*

DETALLE	NÚMERO	%
a) Definitivamente si	184	48%
b) Probablemente si	183	48%
c) No estoy seguro	16	4%
d) Probablemente no	0	0%
e) Definitivamente no	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

**Gráfico 15** *DISPOSICIÓN PARA COMPRAR COLACIONES ESCOLARES.*



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

Los datos obtenidos demuestran que los padres de familia están dispuestos a comprar las colaciones escolares, sin embargo existe un porcentaje inferior mostrando inseguridad en cuanto a la adquisición del mismo, es importante mencionar que no ha existido pronunciación negativa en cuanto a la compra de las colaciones escolares.



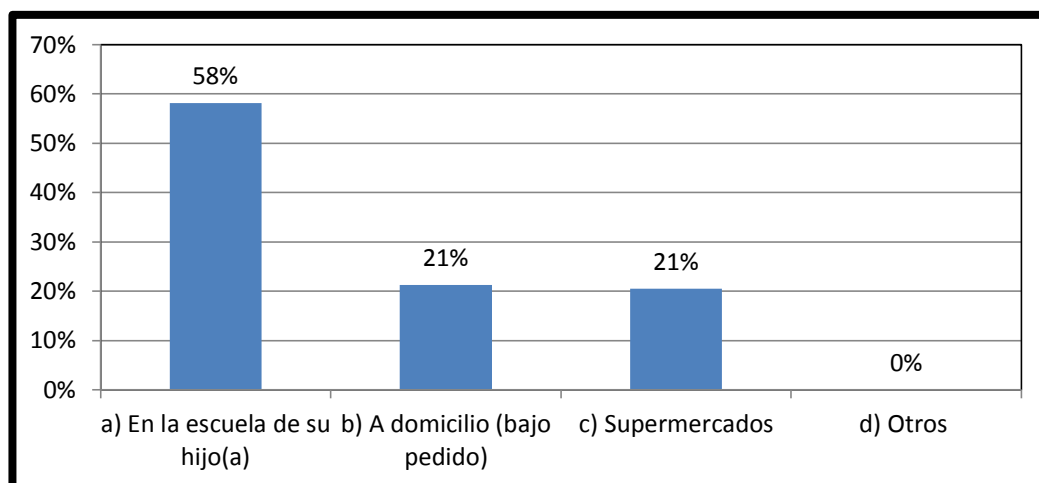
## 10. ¿En qué lugar usted preferiría adquirir la colación escolar?

**Cuadro 21** LUGAR ADQUISICIÓN COLACIONES

DETALLE	NÚMERO	%
a) En la escuela de su hijo(a)	232	58%
b) A domicilio (bajo pedido)	85	21%
c) Supermercados	82	21%
d) Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

**Gráfico 16** LUGAR ADQUISICIÓN COLACIONES



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

El lugar de preferencia para adquirir las colaciones escolares de acuerdo a la encuesta realizada es, en las escuelas de los niños con más del cincuenta por ciento de favoritismo y con igual porcentaje tenemos a las opciones bajo pedido y en supermercados las cuales no han tenido mayor preferencia.

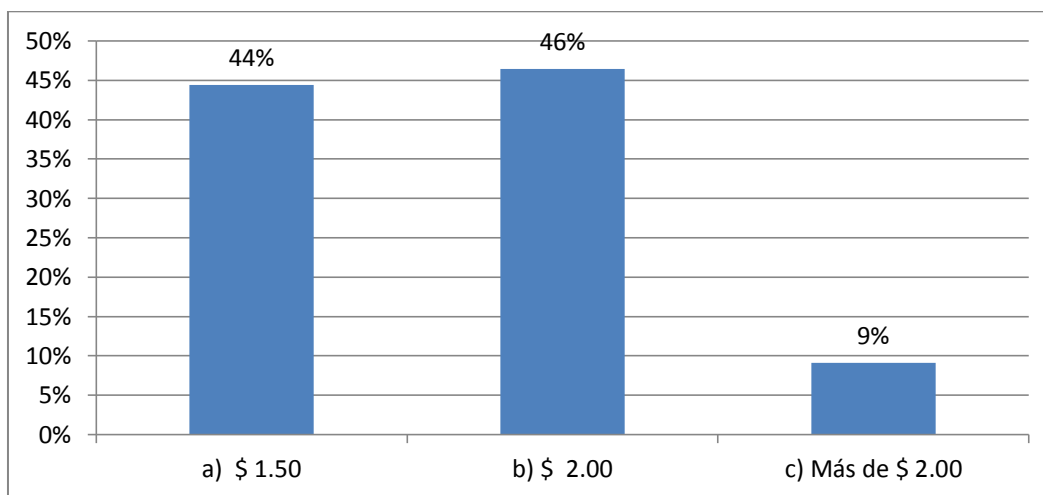
**11. ¿Cuánto dinero usted separa para la colación de su hijo diariamente?**

**Cuadro 22** PRESUPUESTO COLACIÓN

DETALLE	NÚMERO	%
a) \$ 1.50	170	44%
b) \$ 2.00	178	46%
c) Más de \$ 2.00	35	9%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

**Gráfico 17** PRESUPUESTO COLACIÓN



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

Mediante la información que se obtuvo se identifica que, el cuarenta y seis por ciento de los padres de familia destinan un rubro de \$ 2.00 para la colación de su hijo (a), además con un alto porcentaje destinan \$ 1.50 y con un bajo porcentaje de la población encuestada se destina más de \$2.00.

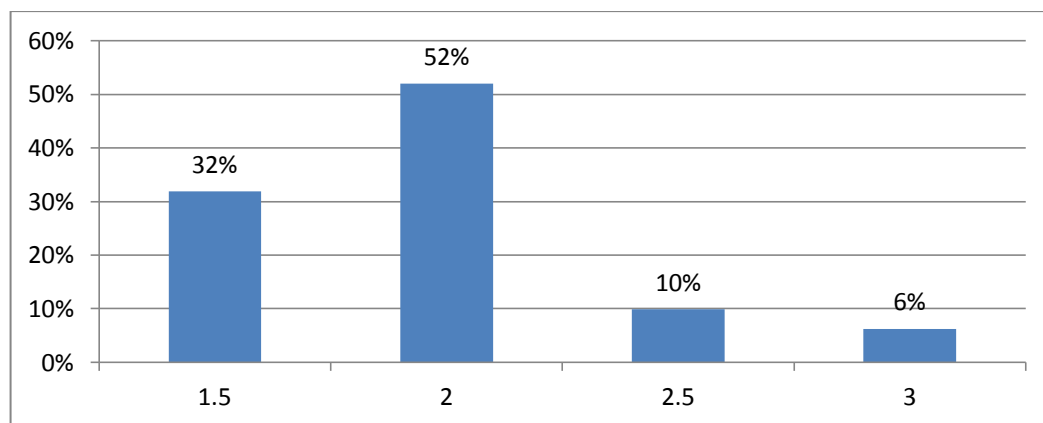
**12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una colación que le ofrece un contenido nutricional para su niño (a)?**

**Cuadro 23** PRECIOS DISPUESTOS A PAGAR

\$	NÚMERO	%
1,50	122	32%
2,00	199	52%
2,5	38	10%
3,00	24	6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

**Gráfico 18** PRECIOS DISPUESTOS A PAGAR



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

Con la información obtenida, se puede observar que los padres de familia están dispuestos a pagar por las colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales, con más del cincuenta por ciento de la población encuestada \$2.00 dólares, se guido del valor \$1.50y con porcentajes bajos \$2.50 y \$ 3.00

### 13. ¿Cuántas colaciones escolares estaría dispuesto a comprar a la semana?

**Cuadro 24** ADQUISICIÓN DE COLACIONES ESCOLARES EN LA SEMANA

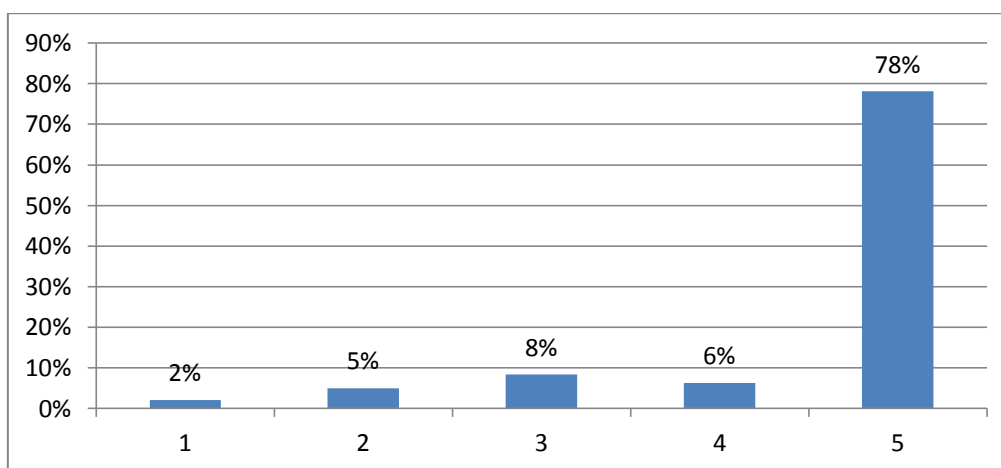
NRO. COLACIONES	NÚMERO	%
1	8	2%
2	19	5%
3	32	8%
4	24	6%
5	300	78%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 19** ADQUISICIÓN DE COLACIONES ESCOLARES EN LA SEMANA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Con la investigación realizada se puede visualizar que están dispuestos a comprar las colaciones escolares cinco días en la semana, y con bajos porcentajes están 3, 4, 5, 2 días en la semana.

### 3.6.2 Análisis de las encuestas sobre la comercialización de colaciones escolares en la ciudad de Ibarra.

La encuesta fue realizada a los dueños de los bares de las instituciones educativas particulares y fisco misionales de la ciudad de Ibarra con la técnica de censo.

#### 1.¿Qué tiempo lleva en el negocio de comercialización de alimentos en esta institución?

**Cuadro 25** PERMANENCIA EN EL NEGOCIO

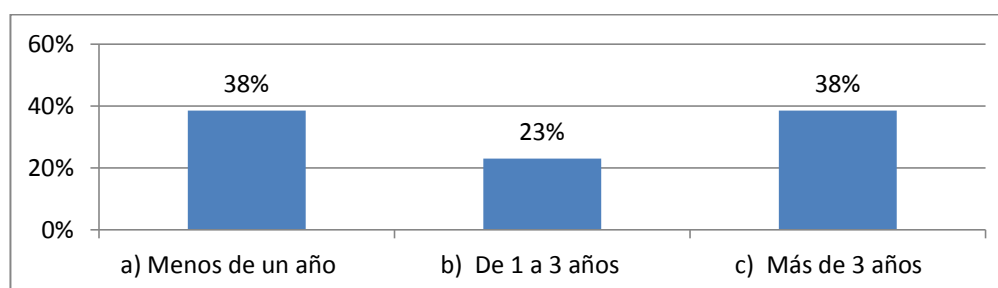
DETALLE	NÚMERO	%
a) Menos de un año	5	38%
b) De 1 a 3 años	3	23%
c) Más de 3 años	5	38%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 20** PERMANENCIA EN EL NEGOCIO



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Se encuentran con un alto porcentaje los comercializadores que se encuentran estables en el negocio más de 3 años, existe también un alto porcentaje de los negocios que tiene la permanencia menor a un año y con un porcentaje inferior los comerciantes que se encuentran entre 1 a 3 años.

## 2. ¿Los productos que usted vende, como los obtiene?

**Cuadro 26** MEDIOS PARA LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

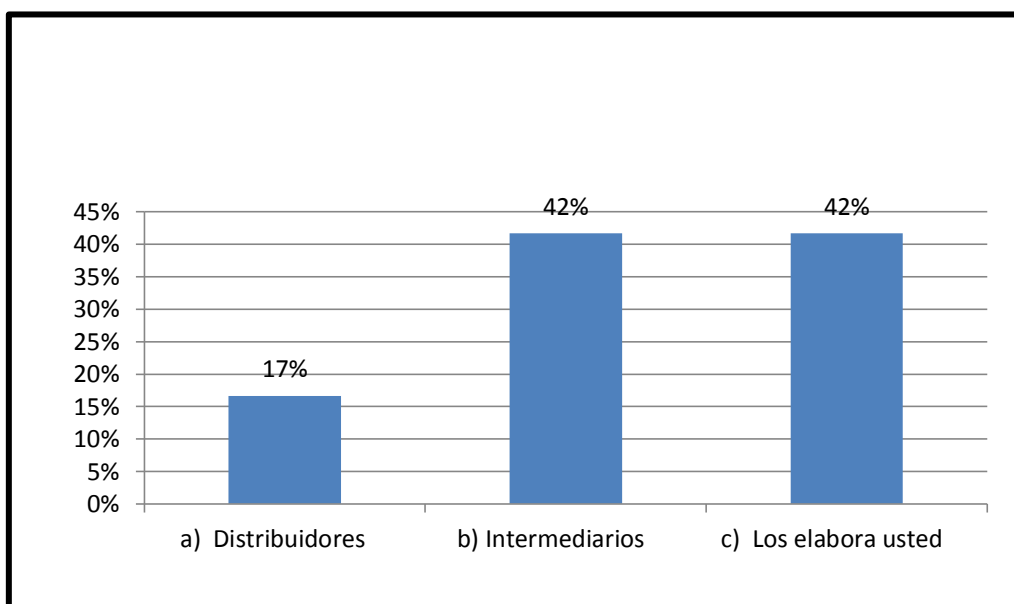
DETALLE	NÚMERO	%
a) Distribuidores	4	17%
b) Intermediarios	10	42%
c) Los elabora usted	10	42%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 21** MEDIOS PARA LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Los productos para comercializar con un alto porcentaje lo adquieren a través de intermediario y los elaboran por ellos mismos y con un bajo porcentaje los adquieren por distribuidores directos.

### 3. ¿Cuál es la forma de pago en la compra de sus productos?

**Cuadro 27** FORMAS DE PAGO EN LA ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS

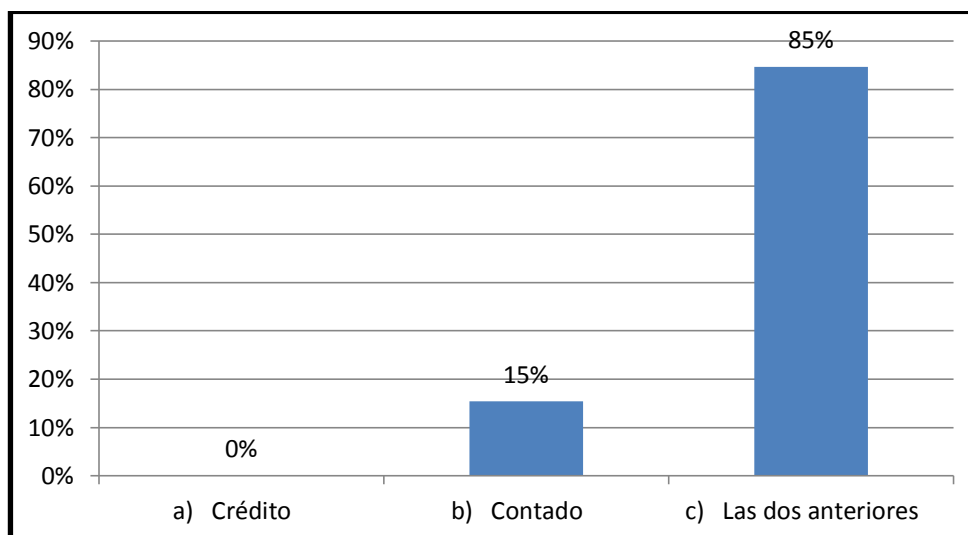
DETALLE	NÚMERO	%
a) Crédito	0	0%
b) Contado	2	15%
c) Las dos anteriores	11	85%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 22** FORMAS DE PAGO EN LA ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

La forma de pago en la adquisición de productos en la cual más del 50% de los comerciantes realizan la compra a crédito y contado y con inferior porcentaje lo adquieren al contado, además los comerciantes no adquieren el total de su mercadería solo a crédito

#### 4. ¿Recibe algún descuento en la compra de los productos?

**Cuadro 28** OBTENCIÓN DE DESCUENTOS EN LA COMPRA DE PRODUCTOS

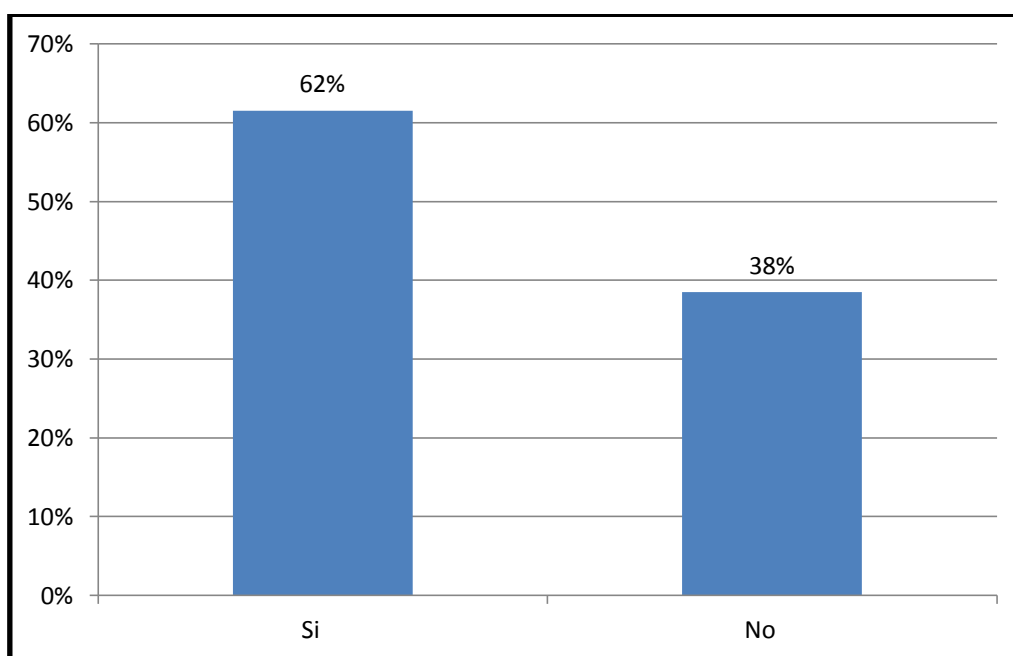
DETALLE	NÚMERO	%
Si	8	62%
No	5	38%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 23** OBTENCIÓN DE DESCUENTOS EN LA COMPRA DE PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Más del 50% de los comercializadores afirman que si obtienen descuentos en la compra de productos, sin embargo también señalan que no reciben ningún incentivo.



## 5. ¿Con que frecuencia usted adquiere los productos?

**Cuadro 29** FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

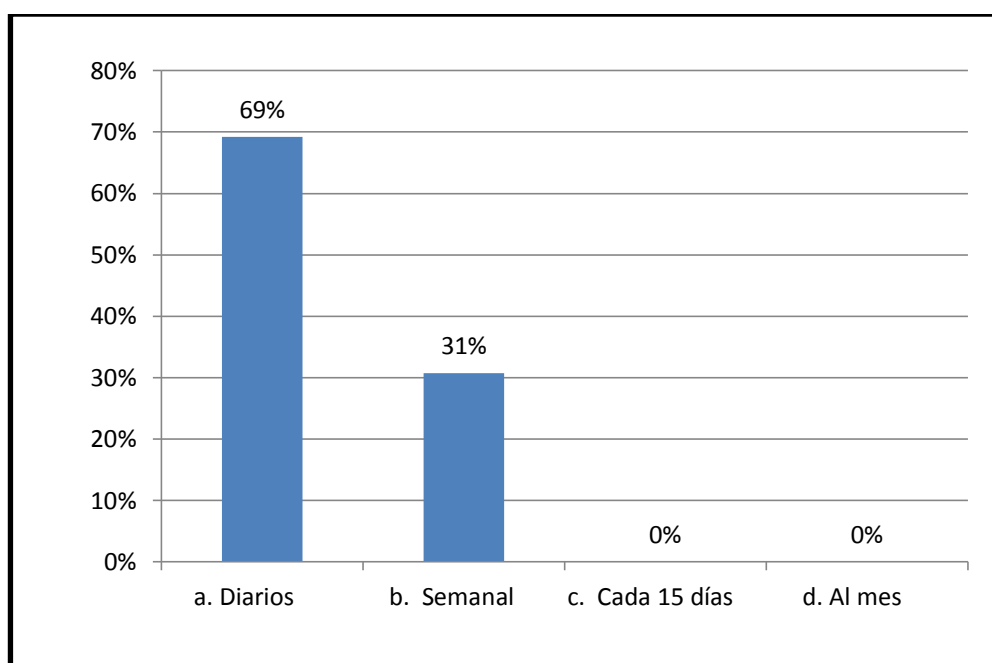
DETALLE	NÚMERO	%
a. Diarios	9	69%
b. Semanal	4	31%
c. Cada 15 días	0	0%
d. Al mes	0	0%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 24** FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Los comercializadores adquieren con frecuencia los productos de forma diaria y semanal por la demanda que tiene en las instituciones educativas.

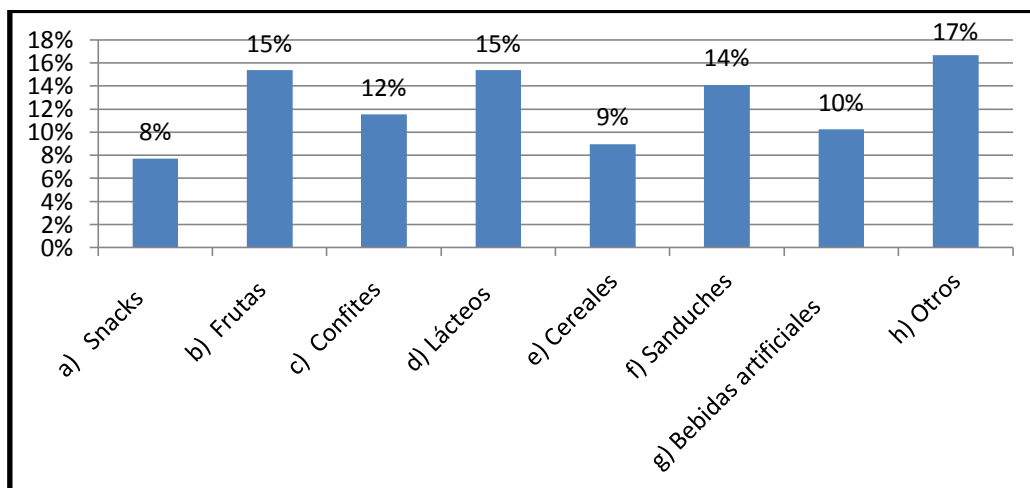
**6. ¿Señale con una (x) los productos que usted comercializa?**

**Cuadro 30** PRODUCTOS DISTRIBUIDOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

DETALLE	NÚMERO	%
a) Snacks	6	8%
b) Frutas	12	15%
c) Confites	9	12%
d) Lácteos	12	15%
e) Cereales	7	9%
f) Sandwiches	11	14%
g) Bebidas artificiales	8	10%
h) Otros	13	17%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

**Gráfico 25** PRODUCTOS DISTRIBUIDOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA



Fuente: Encuesta a comercializadores  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

Los productos que se comercializan en la institución como se observa en el grafico todos se tiene un porcentaje de ventas sin embargo con el más alto porcentaje se comercializan otros productos tales como cevichocho, arroz relleno, salchipapas entre otros.

**7. ¿Cuál es el ingreso semanal por la venta de productos en esta institución?**

**Cuadro 31** INGRESO SEMANAL POR LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

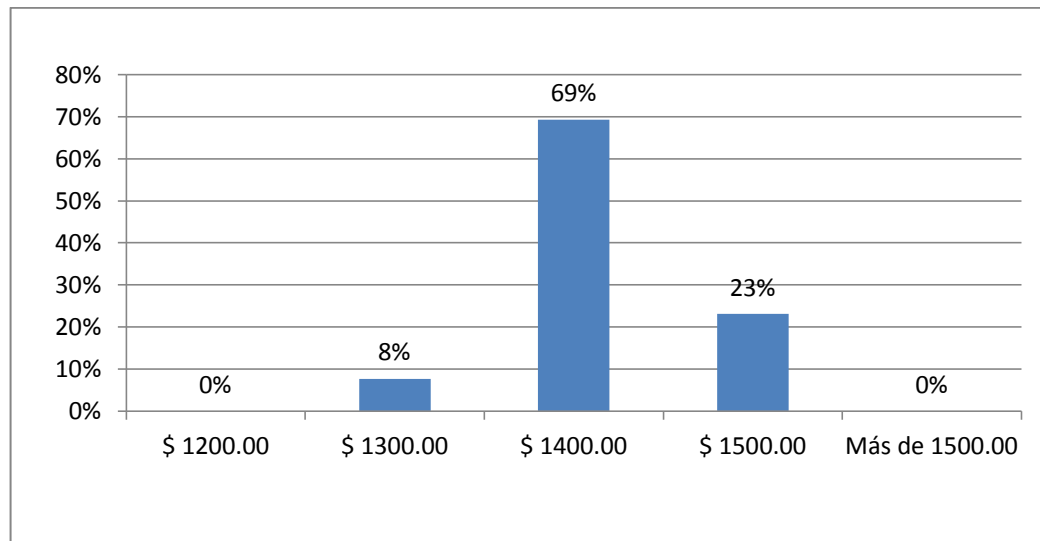
DETALLE	NÚMERO	%
\$ 1200.00	0	0%
\$ 1300.00	1	8%
\$ 1400.00	9	69%
\$ 1500.00	3	23%
Más de 1500.00	0	0%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 26** INGRESO SEMANAL POR LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

El ingreso semanal en los bares de las instituciones educativas se encuentra con el más alto porcentaje el valor de \$ 1400.00 seguido de \$1500.00 y con el más bajo porcentaje se encuentra de \$ 1300.00

## 8. ¿Cuál es el porcentaje de niños atendidos en su local?

**Cuadro 32** PORCENTAJE DE NIÑOS ATENDIDOS

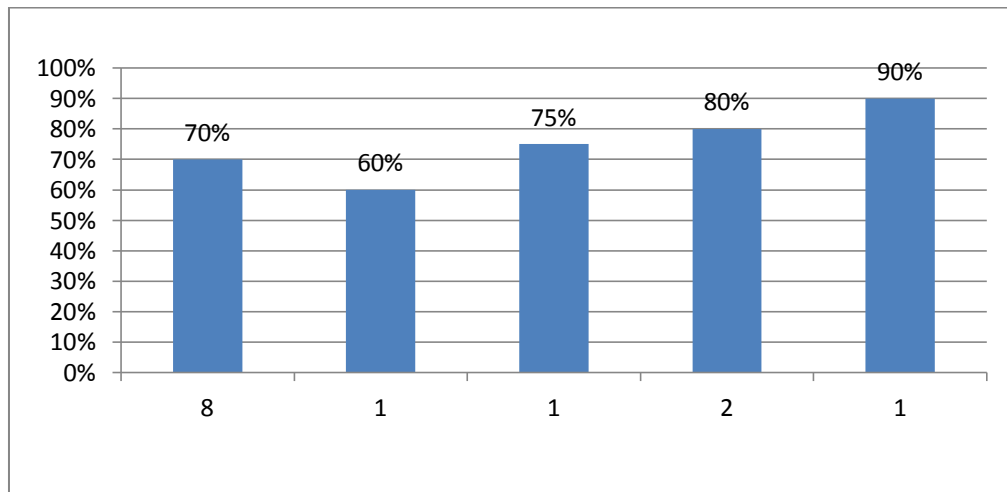
NÚMERO DE ESCUELAS FISCALES Y PARTICULARES	% DE NIÑOS ATENDIDOS
8	70%
1	60%
1	75%
2	80%
1	90%

Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Gráfico 27** PORCENTAJE DE NIÑOS ATENDIDOS



Fuente: Encuesta a comercializadores

Elaborado por: La autora

Año: 2013

De acuerdo a las encuestas realizadas a los propietarios de los bares de las instituciones educativas, se tiene como resultado que ocho escuelas atienden el 70% de los niños.

## **3.7 EL MERCADO**

### **3.7.1 ÁREA DEL MERCADO**

Las colaciones escolares se elaborarán en la ciudad de Ibarra, el mercado de cobertura es la misma ciudad; sin embargo, en el largo plazo se ampliará a los demás cantones de la provincia.

### **3.7.2 MERCADO OBJETIVO**

Como parte del estudio se considera que el mercado objetivo estará encaminado a satisfacer la demanda insatisfecha de la ciudad de Ibarra, con una visión de proyección al resto de cantones de la provincia de Imbabura.

## **3.8 LA DEMANDA**

### **3.8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Para poder calcular la demanda del producto, se considera la aceptación del producto, mismo que se determina mediante la realización de las encuestas. Este proyecto no cuenta con una demanda histórica por ser una iniciativa que no está aplicada en el mercado de la ciudad de Ibarra.

Debido a que es una iniciativa; para el cálculo de la demanda se parte del porcentaje de aceptación de compra del producto, el cual después de realizar las encuestas da como resultado el 96 % de aceptación, además se considera el número de niños matriculados de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Ibarra cuyo número es 3.092 y para determinar la demanda anual se considera el número de días laborables en las instituciones educativas. En base a los datos antes mencionados se determinó la demanda de la siguiente manera.

$$T_m = n * p * f$$

**Donde:**

**T<sub>m</sub>:** Tamaño del mercado

**n=** numero niños matriculados

**p=** porcentaje de aceptación de compra del producto

**f=**frecuencia de compra (días laborables)

$$\text{Demanda actual} = 3.092 * 0.96 = 2.968,32$$

$$\text{Demanda actual} = 2.968,32 * 200$$

$$\text{Demanda actual} = 593.664,00$$

**Cuadro 33 DEMANDA ACTUAL**

UNIDADES	
Nro. de niños matriculados (Fis comisionados y particulares )	3.092
% DE ACEPTACIÓN	0,96
Niños que comprarían el producto	2.968,32
AÑO ESCOLAR	200
<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>593.664</b>

**Fuente:** Encuesta a posibles consumidores

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2013

### 3.8.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Las proyecciones se realizaron tomando como base los niños matriculados de la ciudad de Ibarra del año 2012, como también para la demanda actual obtenida anteriormente, utilizando la tasa de crecimiento poblacional 2.02%, determinada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC año 2010, misma que se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 34** TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

Código	Nombre de parroquia	Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010		
		Hombre	Mujer	Total
100150	IBARRA	2,01%	2,03%	2,02%

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

Año: 2010

Para la proyección de la población y demanda utilizamos la siguiente fórmula:

$$P = P_0 (1+i)^n$$

Donde:

**P<sub>0</sub>**= Población de año base      3.092

**i**= Tasa de crecimiento anual      0.0202

**n**= Número de años      5

### **Cuadro 35** DEMANDA PROYECTADA

#### UNIDADES

<b>NRO.</b>	<b>AÑOS</b>	<b>NRO. DE NIÑOS MATRICULADOS</b>	<b>DEMANDA ACTUAL(UNIDADES)</b>
1	2013	3.092	593.664
2	2014	3.154	605.656
3	2015	3.218	617.890
4	2016	3.283	630.372
5	2017	3.350	643.105

**Fuente:** Dirección Provincial de Educación de Imbabura  
**Elaborado por:** La autora.

### **3.9 LA OFERTA**

#### **3.9.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta se ha determinado mediante la realización de las encuestas efectuadas a los comercializadores en los bares de las instituciones educativas, misma que se estableció con el porcentaje de niños atendidos diariamente y se considera el número de días laborables en las instituciones educativas.



**Cuadro 36 DETERMINACIÓN DE OFERTA EN UNIDADES**

ESCUELAS PARTICULARES Y FISCO MISIONALES	NRO. DE NIÑOS MATRICULADOS	% DE NIÑOS ATENDIDOS	NRO. NIÑOS ATENDIDOS	TOTAL NIÑOS ATENDIDOS (200 DÍAS)
ESCUELA FE Y ALEGRIA	518	70%	363	72.520
EDUARD SPRANGER	131	70%	92	18.340
SANTA MARIANITA DE JESUS	197	70%	138	27.580
NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED	185	80%	148	29.600
FUNDACION EDUCATIVA IBARRA	32	80%	26	5.120
NUESTRA SEÑORA DE FATIMA	358	70%	251	50.120
SAN VICENTE FERRER	140	70%	98	19.600
SAN JUAN BOSCO	629	70%	440	88.060
SAN JUAN DIEGO	494	70%	346	69.160
J. I. GOTITAS DE MIEL	131	70%	92	18.340
J. IARDIN LA COLINA	116	75%	87	17.400
J. I. AGUILAR POZO	27	90%	24	4.860
J.I. LA PRIMAVERA	134	60%	81	16.100
<b>TOTAL OFERTA ANUAL</b>	<b>3.092</b>		<b>2.184</b>	<b>436.800</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**3.9.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

La proyección se realizó tomando como base la oferta determinada en el cuadro anterior , utilizando la tasa de crecimiento poblacional 2.02%, fijada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC año 2010, misma que se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**Cuadro 37 PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN UNIDADES**

NRO.	AÑOS	NRO. DE NIÑOS MATRICULADOS	OFERTA ACTUAL(UNIDADES)
1	2013	3.092	436.800
2	2014	3.154	445.623
3	2015	3.218	454.625
4	2016	3.283	463.808
5	2017	3.350	473.177

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### 3.10 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Al determinar la demanda y oferta se puede identificar la existencia de la demanda potencial a satisfacer, si se obtiene una demanda superior a la oferta, en este caso una vez realizadas la investigación se pudo visualizar una demanda insatisfecha de colaciones escolares, además de identificar que para los próximos años el existirá un déficit que seguirá aumentando como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 38** DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES

AÑO	DEMANDA (UNIDADES)	OFERTA (UNIDADES)	DEMANDA INSATISFECHA (UNIDADES)
1	593.664	436.800	156.864
2	605.656	445.623	160.033
3	617.890	454.625	163.265
4	630.372	463.808	166.563
5	643.105	473.177	169.928

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Al determinar la demanda potencial a satisfacer se identifica la oportunidad que existe para incrementar la comercialización de colaciones escolares en la ciudad de Ibarra, ya que se identifica un alto déficit de oferta en todos los años proyectados. El porcentaje de la demanda que se asumirá en el proyecto es del 40%, tomando en cuenta la capacidad de producción.

### 3.11 EL PRECIO

Al ser una iniciativa nueva en el mercado de la ciudad de Ibarra no se puede identificar el precio de forma exacta; sin embargo, para poder tener una referencia en cuanto a esta variable, se pudo determinar tomando

como antecedente el dinero destinado para la hora del recreo en la institución educativa de niño(a), teniendo los datos siguientes:

**Cuadro 39** PRECIOS PROMEDIOS DE COLACIONES ESCOLARES

USD DÓLARES

% POBLACIÓN ENCUESTADA	DINERO (\$)
44%	1,50
46%	2,00
<b>PRECIO PROMEDIO PARA ADQUISICIÓN DE LA COLACIÓN ESCOLAR</b>	1,8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Para determinar el precio de las colaciones, se fija como base los porcentajes más representativos de la encuesta realiza a los padres de familia, en la cual se mencionan la cantidad de dinero destinada por cada día en la institución educativa para que los niños puedan comprar alimentos, para efectos del estudio este precio servirá de referencia para determinar los costos de producción hasta llegar al consumidor final.

**Gráfico 28** INFLACIÓN ANUAL 2012

Principales estadísticas del sector real		
Mercado Laboral (Urbano)	Dic.2010	Dic.2011
Tasa de Ocupados Plenos (TOP)	45,60%	49,90%
Tasa de Desempleo (TD)	6,11%	5,07%
Tasa de Subempleo Bruta (TSB)	47,13%	44,22%
Tasa de Ocupados del Sector Formal (TOSF)	41,84%	42,67%
Tasa de Ocupados del Sector Informal (TOSI)	44,63%	45,83%
Precios	Marzo 2011	Marzo 2012
Inflación mensual (%)	0,34%	0,90%
Inflación anual (%)	3,57%	6,12%

Fuente: Página del Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Año: 2012

## **Cuadro 40** PROYECCIÓN DE PRECIOS

USD DÓLARES

<b>AÑOS</b>	<b>PRESIOS</b>
2013	1,80
2014	1,91
2015	2,03
2016	2,15
2017	2,28

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

### **3.12 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

La microempresa se promocionará en las escuelas de la ciudad de Ibarra, como una proveedora de colaciones escolares sanas, confiables y nutritivas; para ello se aplicarán las estrategias que se detallan a continuación.

#### **3.12.1 ESTRATEGIA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN**

##### **Presentación del producto**

Las colaciones escolares se distribuirán en envases reutilizables, mismos que se entregaran al momento de realizar la contratación del servicio, con la finalidad de que los alimentos se mantengan frescos hasta la hora de su consumo, con la entrega de los envases se incentivará la adquisición del producto.

## **Gráfico 29** PRESENTACIÓN DE ENVASES



**Fuente:**Centros comerciales Ibarra

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2013

### **Distribución del producto**

El producto se distribuirá en las instituciones educativas considerando que es el lugar en el los padres de familia prefieren.

### **Promoción y comunicación**

- Con la finalidad de informar a la ciudadanía sobre la oferta de colaciones escolares, se publicará en las radios locales información sobre los beneficios, la forma de adquisición del producto entre otros, además se entregará hojas volantes, tarjetas de presentación.
- Se promocionará el producto por las redes sociales más utilizadas.
- Se organizara charlas a los padres de familia, misma que permitirá orientar la importancia de una buena alimentación desde temprana edad.

### **3.13.CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado ha permitido determinar la demanda potencial a satisfacer, misma que con la implantación del proyecto se espera cubrir el 40% de la demanda antes mencionada, considerando la capacidad de producción y comercialización de colaciones escolares.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto está en función del estudio de mercado realizado en la ciudad de Ibarra y también de los recursos financieros disponibles para realizar el mismo.

De acuerdo con los datos de la demanda insatisfecha el proyecto ofertará el 40% de la demanda insatisfecha es decir distribuirá 314 colaciones escolares por día.

La poca competencia va a permitir incursionarse con facilidad en la ciudad, además el proyecto se caracterizará por la calidad de productos y el servicio ya que son factores decisivos para la expansión o cierre del negocio.

#### **4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

##### **4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

El proyecto estará situado en la provincia de Imbabura. Esta provincia se encuentra limitada, al norte con la provincia del Carchi al oeste con la provincia de Esmeraldas y al sur con la provincia de Pichincha y su capital es Ibarra.

## Gráfico 30 MACRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### 4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se localiza específicamente en la ciudad de Ibarra, parroquia urbana San Francisco, sector Los Ceibos.

El mismo que en la actualidad tiene 31 años de estar legalmente constituido. “Es un barrio donde el comercio fluye, sobre todo a partir de las 18:00, aquí no hay feriados, ni días cívicos, los locales comerciales abren sus puertas los 365 días del año.

### **Gráfico 31** MICRO LOCALIZACIÓN



**Fuente:** Municipio de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2013

El Barrio Los Ceibos de Ibarra es uno de los más comerciales que tiene la capital imbabureña.

#### **4.2.3 FACTORES QUE JUSTIFICAN LA LOCALIZACIÓN**

##### **Disponibilidad de materia prima e insumos**

El sector existe una variedad de locales que ofrecen productos frescos y de buena calidad para la elaboración de las colaciones escolares, también se puede proveer de los productos en el mercado mayorista mismo que está a varios minutos del Barrio Los Ceibos.

##### **Vías de comercialización y servicios básicos**

Las vías de circulación donde se ubicará la microempresa dispone de carreteras de en buen estado, permitiendo un transporte rápido del producto al mercado consumidor en este caso las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra duran te el transcurso del año, además este sector cuenta con todos los servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable, línea telefónica, alcantarillado y transporte público.

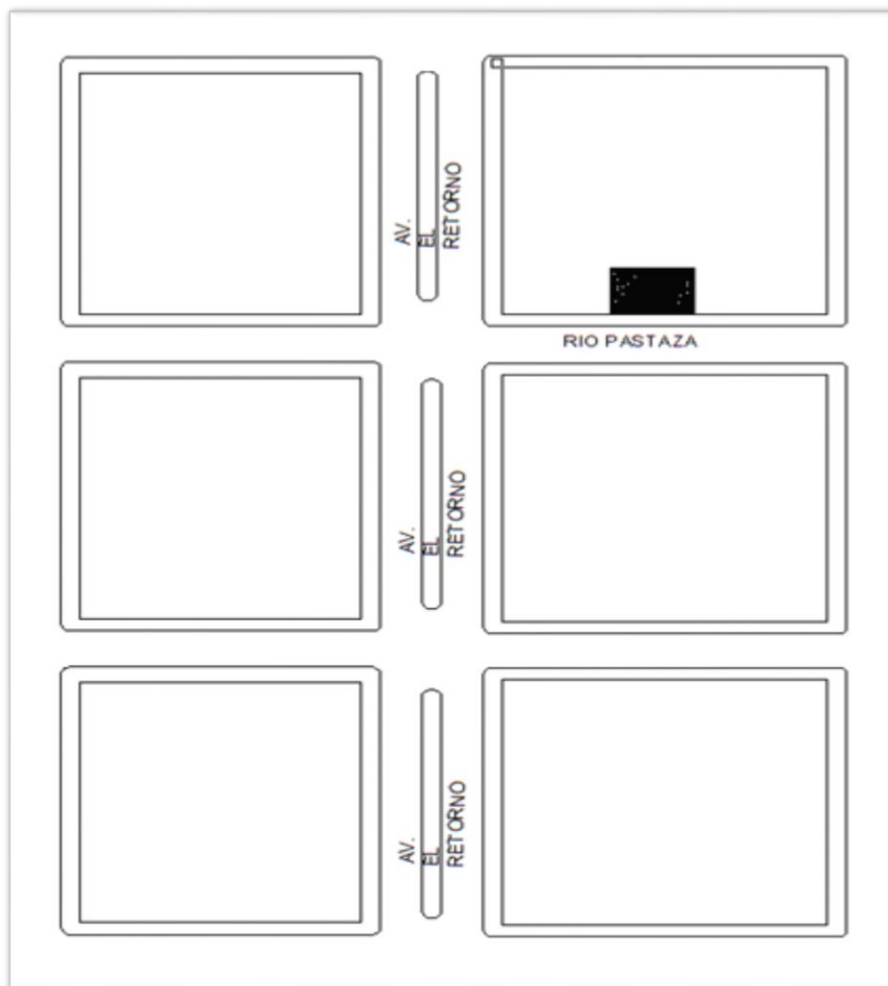


## Crecimiento económico

El progreso en el Barrio Los Ceibos de Ibarra es evidente. Este sector es uno de los más comerciales de la Ciudad Blanca. Los negocios y mini centros comerciales ayudan a dinamizar la económica del cantón.

### 4.2.4 CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

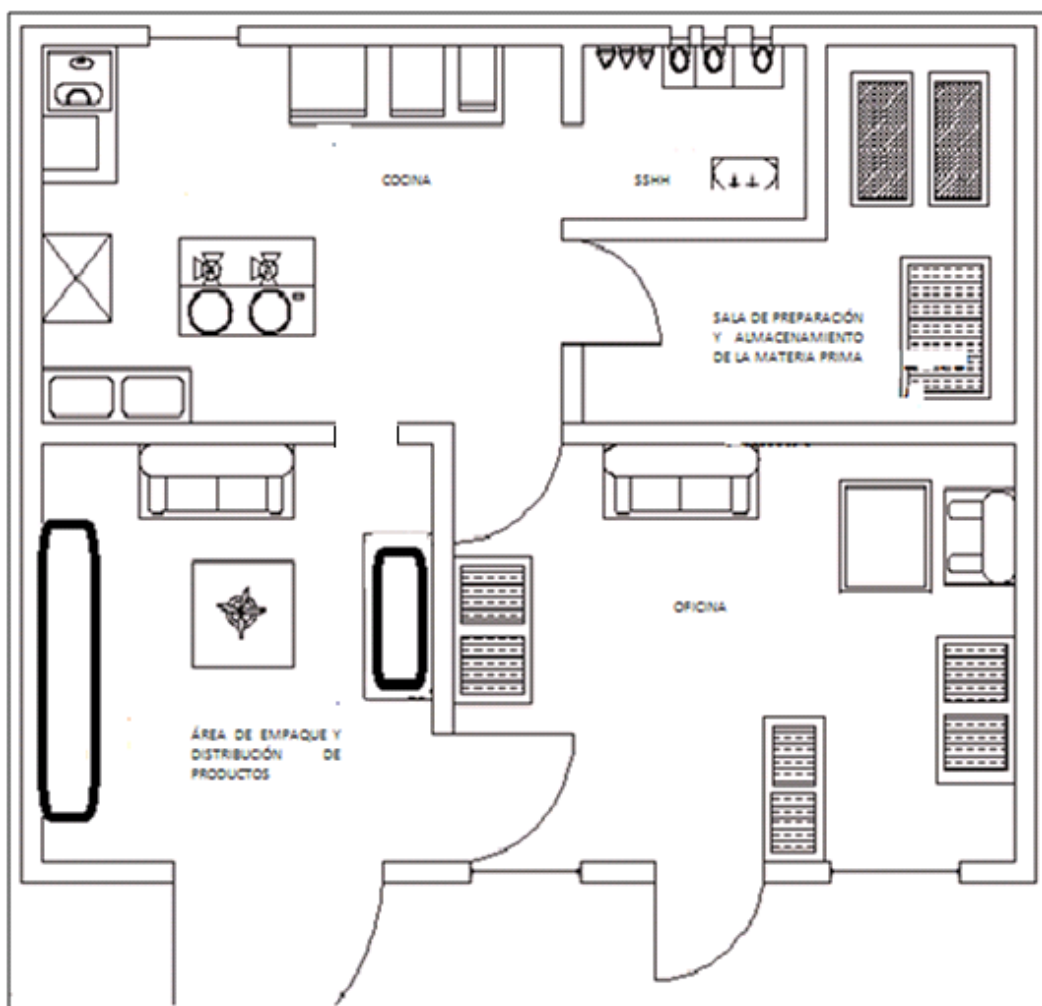
**Gráfico 32** CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



**Fuente:** Observación directa  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2013

#### 4.2.5 REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA PARA LA MICROEMPRESA

*Gráfico 33* REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA PARA LA MICROEMPRESA

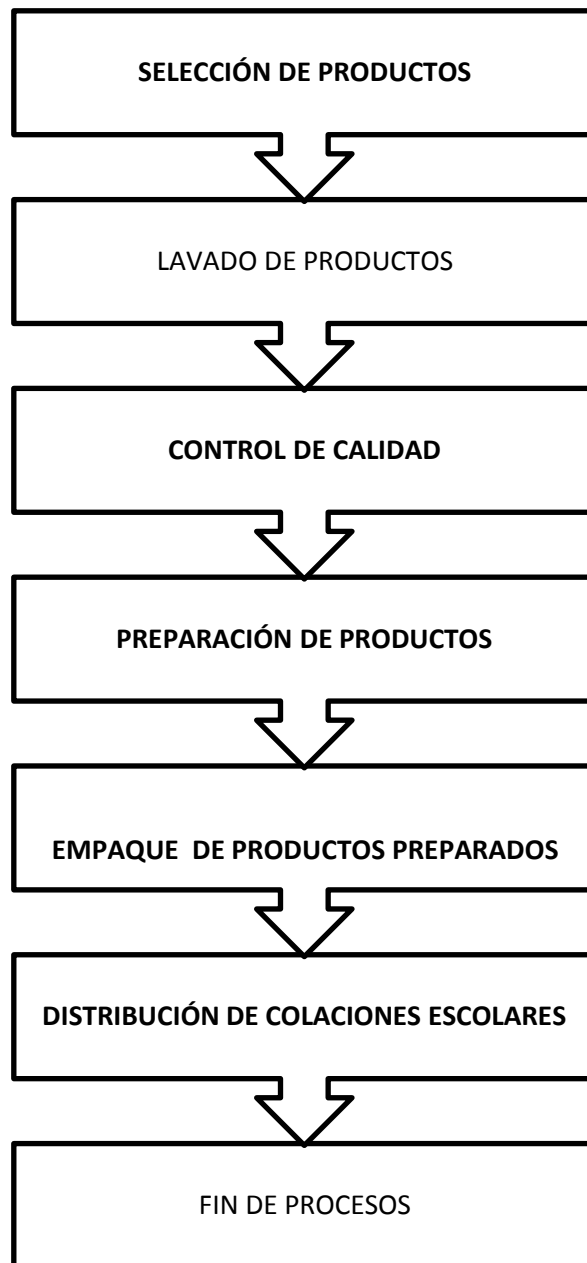


Elaborado por: Arquitecto Jaime Rodríguez  
Año: 2013

### 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.3.1 DIAGRAMA DE PROCESOS

El diagrama muestra los procesos que requiere la unidad productiva para la elaboración del producto.



## 4.4 INVERSIÓN

### 4.4.1 ACTIVOS FIJOS

#### 1 Mobiliario y equipo

#### **Cuadro 41** MOBILIARIO Y EQUIPO

USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina Industrial 3 quemadores inoxidable de mesa	Unidad	1	135,00	135,00
Refrigerador Mabe	Unidad	1	683,00	683,00
Mobiliario(mesas, sillas)	Juego	2	110,00	220,00
Estanterías	Unidad	2	59,00	118,00
Batidora	Unidad	1	84,62	84,62
Horno pequeño	Unidad	1	200,00	200,00
Licuada Industrial 8 litros	Unidad	1	690,00	690,00
Moldes pasteles	Unidad	2	4,35	8,70
<b>TOTAL</b>				<b>2139,32</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## 2 Menaje

**Cuadro 42**MENAJE

USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Juego de cuchillos	Unidad	1	4,99	4,99
Colador plástico x 3 unds 16/18/20 cm	Unidad	1	3,59	3,59
Tabla de picar plástica home club decorada 22.5x36.5 cm	Unidad	1	2,99	2,99
Sartén antiadherente home C LUB 2 unds con espátula	Juego	1	5,99	5,99
Olla aluminio Hércules nro. 40	Unidad	1	38,75	38,75
Olla aluminio Hércules nro. 36	Unidad	1	50,00	50,00
Olla aluminio Hércules nro. 32	Unidad	2	28,75	57,50
Bandeja 30x40cm	Unidad	2	19,99	39,98
Cucharones	Unidad	3	5,00	15,00
Lavacara Plástica 55cm	Unidad	5	4,99	24,95
Cajas plásticas	Unidad	6	4,99	29,94
Tanque de gas	Unidad	1	54,99	54,99
<b>TOTAL</b>				<b>328,67</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## 3 Equipo de Computación

**Cuadro 43**EQUIPO DE COMPUTACIÓN

USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador Flame Educacional Mesa-Impresora-Mouse-Teclado	1	629,00	629,00
<b>Total</b>			<b>629,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Año: 2013

#### 4.4.1.3 Muebles de oficina

**Cuadro 44** MUEBLES DE OFICINA

USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	1	85,00	85,00
Silla giratoria	Unidad	1	63,00	63,00
Archivador	Unidad	1	99,00	99,00
Teléfono	Unidad	1	32,88	32,88
<b>Total</b>				<b>297.88</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Año: 2013

#### 4 Vehículo

**Cuadro 45** VEHÍCULO

USD DÓLARES

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Explorer XL 4X2 de marca Ford con placa PTK0734(año1998)	1	7.000,00	<b>7.000,00</b>

Fuente: Propietario

Elaborado por: La autora

Año: 2013

#### 4.4.2 TALENTO HUMANO

El talento humano requerido para el funcionamiento de la microempresa es el siguiente:

**Cuadro 46 TALENTO HUMANO REQUERIDO**

USD DÓLARES

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SALARIO BÁSICO UNIFICADO</b>	<b>SALARIO ANUAL</b>
Gerente	1	400,00	4.800,00
Contador	1	350,00	4.200,00
Ayudante de cocina	1	318,00	3.816,00
Chef	1	321,72	3.860,64
Distribuidor	1	318,00	3.816,00
<b>Total sueldo</b>	<b>5</b>	<b>1.707,72</b>	<b>20.492,64</b>

Fuente: Tablas salariales 2013

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Los sueldos fueron establecidos en base a los niveles en las estructuras ocupacionales de las comisiones sectoriales mismo que rige a partir del 10 de enero del 2013, los salarios mínimos sectoriales, a nivel nacional, que recibirán los trabajadores privados amparados por el Código del Trabajo acorde a la estructura ocupacional.

## CAPÍTULO V

### 5. EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 5.1. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

La determinación de ingresos se obtuvo considerando la cantidad y precio determinados a través del estudio de mercado, la cual se muestra en el siguiente cuadro:

#### **Cuadro 47** PROYECCIÓN DE INGRESOS

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad (unidad)	62.746	64.013	65.306	66.625	67.971
Precio (unidad)	1,80	1,91	2,03	2,15	2,28
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>112.942,08</b>	<b>122.275,19</b>	<b>132.379,55</b>	<b>143.318,90</b>	<b>155.162,23</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2013

#### 5.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

##### 5.2.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

##### Materia Prima

La materia prima constituye todos los elementos que se incluye en la elaboración del producto en este caso en las colaciones escolares, y con la finalidad de determinar los costos de la materia prima se considera un modelo de menú semanal, para así obtener el costo promedio del producto, mismo que se identifica en el siguiente cuadro.



**Cuadro 48** MENÚ SEMANAL DE COLACIONES ESCOLARES

DÍAS	MENÚ SEMANAL	CANTIDAD	P. UNITARIO
LUNES	Un choclo cosido; huevo de gallina y jugo natural	1 choclo	0,20
		1 huevo	0,12
		1 vaso jugo natural	0,50
SUBTOTAL			<b>0,82</b>
MARTES	Ensalada de papas con zanahoria y arvejas, pollo cosido y gelatina	1/2 libra de papas	0,15
		1 zanahoria	0,10
		5 onzas arveja	0,25
		5 onzas de pollo	0,40
		1 vaso gelatina	0,25
SUBTOTAL			<b>1,15</b>
MIERCOLES	Muslo de pollo al horno con papas cosida y fruta y jugo	5 onzas de pollo	0,40
		1/2 libra de papas	0,15
		1 vaso jugo natural	0,50
SUBTOTAL			<b>1,05</b>
JUEVES	Ensalada de fruta y torta	1 plátano	0,05
		1 tajás piña	0,20
		1 taja de sandía	0,20
		1 taja de paya	0,20
		1 manzana	0,20
		1/8 torta	0,25
SUBTOTAL			<b>1,10</b>
VIERNES	Cereal más yogurt y una fruta	Cereal Cantidad (26g)	0,20
		Yogourt (200g)	0,55
		Fruta	0,25
<b>SUBTOTAL</b>			<b>1,00</b>
<b>TOTAL SEMANAL</b>			<b>5,12</b>
<b>PRESIO PROMEDIO SEMANAL</b>			<b>1,02</b>

Fuente: Supermercados Ibarra

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **Cuadro 49** PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad (colaciones)	62.746	64.013	65.306	66.625	67.971
Precio Unitario	1,02	1,09	1,15	1,22	1,30
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>64.251,49</b>	<b>69.561,00</b>	<b>75.309,26</b>	<b>81.532,53</b>	<b>88.270,07</b>

Fuente: Supermercados Ibarra

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **Mano de Obra Directa**

### **Cuadro 50** PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Chef	3.860,64	4.242,46	4.662,04	5.123,11	5.629,79
Ayudante de cocina	3.816,00	3.816,00	4.608,13	5.063,87	5.564,69
<b>Total (SBU)</b>	<b>7.676,64</b>	<b>8.058,46</b>	<b>9.270,17</b>	<b>10.186,99</b>	<b>11.194,48</b>
Aporte Patronal	932,71	979,10	1.126,33	1.237,72	1.360,13
Fondos de Reserva		671,27	772,20	848,58	932,50
Decimotercer Sueldo	639,72	671,54	772,51	848,92	932,87
Decimocuarto Sueldo	636,00	698,90	768,02	843,98	927,45
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>9.885,07</b>	<b>11.079,27</b>	<b>12.709,23</b>	<b>13.966,17</b>	<b>15.347,43</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## Costos Indirectos de Fabricación

### Envases

#### **Cuadro 51** PROYECCIÓN ENVASES

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Botella de plástico PetPolispo	2.968	3.028	3.089	3.152	3.216
Precio Unitario	0,80	0,85	0,90	0,96	1,01
<b>Subtotal</b>	<b>2.374,66</b>	<b>2.570,89</b>	<b>2.783,34</b>	<b>3.013,34</b>	<b>3.262,35</b>
Contenedor # 3	2.968	3.028	3.089	3.152	3.216
Precio Unitario	0,60	0,64	0,68	0,72	0,76
<b>Subtotal</b>	<b>1.780,99</b>	<b>1.928,17</b>	<b>2.087,50</b>	<b>2.260,01</b>	<b>2.446,76</b>
TaperRect 2	2.968	3.028	3.089	3.152	3.216
Precio Unitario	0,50	0,53	0,56	0,60	0,63
<b>Subtotal</b>	<b>1.484,16</b>	<b>1.606,81</b>	<b>1.739,59</b>	<b>1.883,34</b>	<b>2.038,97</b>
Cucharas	2.968	3.028	3.089	3.152	3.216
Precio Unitario	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
<b>Subtotal</b>	<b>29,68</b>	<b>32,14</b>	<b>34,79</b>	<b>37,67</b>	<b>40,78</b>
<b>Total envases</b>	<b>5.669,49</b>	<b>6.138,00</b>	<b>6.645,22</b>	<b>7.194,35</b>	<b>7.788,87</b>

Fuente: Almacenes Ibarra

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## Otros Materiales Indirectos

### Cuadro 52 PROYECCIÓN OTROS MATERIALES INDIRECTOS

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b><u>Agua potable</u></b>					
Cantidad m3	168	171	175	178	182
Precio m3	0,31	0,33	0,35	0,37	0,39
<b>Subtotal</b>	<b>52,08</b>	<b>56,38</b>	<b>61,04</b>	<b>66,09</b>	<b>71,55</b>
<b><u>Energía eléctrica</u></b>					
Cantidaskwh	720	735	749	765	780
Precio kwh	0,08	0,08	0,09	0,10	0,10
<b>Subtotal</b>	<b>57,60</b>	<b>58,76</b>	<b>67,51</b>	<b>73,09</b>	<b>79,13</b>
<b><u>Gas</u></b>					
Unidades de tanques por año	96	98	100	102	104
Precio	2,5	3,07	3,25	3,45	3,67
<b>Subtotal</b>	<b>240,00</b>	<b>300,37</b>	<b>325,19</b>	<b>352,06</b>	<b>381,15</b>
<b><u>Arriendo</u></b>					
Precio	<b>1.680,00</b>	<b>1.782,82</b>	<b>1.891,92</b>	<b>2.007,71</b>	<b>2.130,58</b>
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>2.029,68</b>	<b>2.198,33</b>	<b>2.345,67</b>	<b>2.498,95</b>	<b>2.662,42</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## Depreciación

### Cuadro 53 PROYECCIÓN DEPRECIACIONES

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b><u>Mobiliario y Equipo</u></b>	2.139,32	1.925,39	1.711,46	1.497,52	1.283,59
Depreciación	<b>213,93</b>	<b>213,93</b>	<b>213,93</b>	<b>213,93</b>	<b>213,93</b>
<b><u>Menaje</u></b>	328,67	219,11	109,56	-	-
Desgaste	<b>109,56</b>	<b>109,56</b>	<b>109,56</b>	-	-
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>323,49</b>	<b>323,49</b>	<b>323,49</b>	<b>213,93</b>	<b>213,93</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Cuadro 54** COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Envases	5.669,49	6.138,00	6.645,22	7.194,35	7.788,87
Otros Materiales Indirectos	2.029,68	2.198,33	2.345,67	2.498,95	2.662,42
Depreciaciones y desgaste	323,49	323,49	323,49	213,93	213,93
<b>VALOR TOTAL CIF</b>	<b>8.022,66</b>	<b>8.659,82</b>	<b>9.314,37</b>	<b>9.907,24</b>	<b>10.665,22</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**Cuadro 55** RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima	64.251,49	69.561,00	75.309,26	81.532,53	88.270,07
Mano de Obra Directa	9.885,07	11.079,27	12.709,23	13.966,17	15.347,43
Cif	<b>8.022,66</b>	<b>8.659,82</b>	<b>9.314,37</b>	<b>9.907,24</b>	<b>10.665,22</b>
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>82.159,23</b>	<b>89.300,08</b>	<b>97.332,86</b>	<b>105.405,94</b>	<b>114.282,72</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**5.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS****Cuadro 56** PROYECCIÓN SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Gerente	4.800,00	5.276,16	5.799,56	6.374,87	7.007,26
Contador	4.200,00	3.890,11	4.276,01	4.700,19	5.166,45
<b>Total (SBU)</b>	<b>9.000,00</b>	<b>9.166,27</b>	<b>10.075,57</b>	<b>11.075,06</b>	<b>12.173,71</b>
Aporte Patronal	1.093,50	1.113,70	1.224,18	1.345,62	1.479,11
Fondos de Reserva		763,86	839,63	922,92	1.014,48
Decimotercer Sueldo	350,00	324,18	356,33	391,68	430,54
Decimocuarto Sueldo	318,00	349,45	384,01	421,99	463,72
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>10.761,50</b>	<b>11.717,46</b>	<b>12.879,72</b>	<b>14.157,28</b>	<b>15.561,55</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **Cuadro 57** PROYECCIÓN SUELDO DISTRIBUIDOR

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Distribuidor (SBU)	3.816,00	3.867,03	4.250,64	4.672,30	5.135,79
Aporte Patronal	463,64	469,84	516,45	567,68	624,00
Fondos de Reserva		322,12	354,08	389,20	427,81
Decimotercer Sueldo	318,00	322,25	354,22	389,36	427,98
Decimocuarto Sueldo	318,00	349,45	384,01	421,99	463,72
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>4.915,64</b>	<b>5.330,70</b>	<b>5.859,40</b>	<b>6.440,54</b>	<b>7.079,31</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **Cuadro 58** RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Remuneraciones Adm.	10.761,50	11.717,46	12.879,72	14.157,28	15.561,55
Remuneraciones Distr.	4.915,64	5.330,70	5.859,40	6.440,54	7.079,31
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>15.677,14</b>	<b>17.048,16</b>	<b>18.739,12</b>	<b>20.597,82</b>	<b>22.640,87</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **5.2.3 GASTOS DE VENTA**

### **Cuadro 59** PROYECCIÓN GASTOS DE VENTA

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Arriendo	720,00	764,06	810,82	860,45	913,11
Publicidad	100,00	106,12	112,61	119,51	126,82
Materiales de oficina	60,00	63,67	67,57	71,70	76,09
Energía eléctrica	57,60	62,36	67,51	73,09	79,13
Agua potable	22,32	24,16	26,16	28,32	30,66
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>959,92</b>	<b>1.020,38</b>	<b>1.084,68</b>	<b>1.153,07</b>	<b>1.225,81</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## Depreciación activos fijos

El método que se aplicará para la depreciación de los Activos Fijos será el lineal, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Método Lineal} = \frac{\text{Valor del Activo} - \text{Valor residual}}{\text{Vida Útil}}$$

Es importante indicar que; para el cuarto año se realizara una reinversión en equipo de computación, para lo cual también cuenta con la respectiva depreciación considerando el valor del activo para el año 2014 de 751.70 dólares.

### Cuadro 60 DEPRECIACIÓN ANUAL

USD DÓLARES

RUBROS	Valor (USD)	Valor Residual (10%)	Años Vida útil	Depreciación Anual
Equipo de Computación	629,00	63	3	188,70
Muebles de oficina	297,88	30	10	26,81
Vehículo	7.000,00	700	5	1.260,00
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>1.475,51</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### Cuadro 61 PROYECCIÓN DEPRECIACIÓN

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equipo de Computación	629,00	440,30	251,60	751,70	526,19
Depreciación	<b>188,70</b>	<b>188,70</b>	<b>188,70</b>	<b>225,51</b>	<b>225,51</b>
Muebles de oficina	297,88	271,07	244,26	217,45	190,64
Depreciación	<b>26,81</b>	<b>26,81</b>	<b>26,81</b>	<b>26,81</b>	<b>26,81</b>
Vehículo	7.000,00	5.740,00	4.480,00	3.220,00	1.960,00
Depreciación	<b>1.260,00</b>	<b>1.260,00</b>	<b>1.260,00</b>	<b>1.260,00</b>	<b>1.260,00</b>
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1.475,51</b>	<b>1.475,51</b>	<b>1.475,51</b>	<b>1.512,32</b>	<b>1.512,32</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **Cuadro 62** RESUMEN GASTOS VENTA

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Arriendo	720,00	764,06	810,82	860,45	913,11
Publicidad	100,00	106,12	112,61	119,51	126,82
Materiales de oficina	60,00	63,67	67,57	71,70	76,09
Energía eléctrica	57,60	62,36	67,51	73,09	79,13
Agua potable	22,32	24,16	26,16	28,32	30,66
Depreciación	1.475,51	1.475,51	1.475,51	1.512,32	1.512,32
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>2.435,43</b>	<b>2.495,89</b>	<b>2.560,19</b>	<b>2.665,39</b>	<b>2.738,13</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

### **5.3 CAPITAL DE TRABAJO**

El dinero en efectivo que se requiere para la puesta en marcha de la microempresa es de 24.618.20 dólares, el cual cubre los tres primeros meses para emperezar con las actividades.

### **Cuadro 63** CAPITAL DE TRABAJO

USD DÓLARES

Detalle	Meses			
	1	2	3	TOTAL
Costos de Producción	6.819,64	6.819,64	6.819,64	20.458,93
Gastos Administrativos	1.306,43	1.306,43	1.306,43	3.919,29
Gastos de Venta	79,99	79,99	79,99	239,98
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8.206,07</b>	<b>8.147,34</b>	<b>8.147,34</b>	<b>24.618,20</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013



## 5.4 INVERSIÓN

**Cuadro 64** ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

USD DÓLARES

RUBROS	VALORES
Propiedad Planta y Equipo	7.926,88
Capital de Trabajo	24.618,20
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>32.545,08</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Para obtener el valor de la inversión se toma en cuenta la inversión fija de todo el año, mientras que el capital de trabajo se toma de tres meses puesto que no se cuenta con todos los recursos para el año.

## 5.5 BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA

De acuerdo con los datos obtenidos en base de la investigación del proyecto, se ha estimado los rubros que se presentan en el siguiente cuadro.

## Cuadro 65 MICROEMPRESA "COLACIONES DE MAYRA"

### BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA

USD DÓLARES

<b>ACTIVO</b>	
<b>CORRIENTES</b>	
Efectivo	24.618,20
<b>NO CORRIENTES</b>	
Propiedad Planta y Equipo	7.926,88
Equipo de Computación	629,00
Muebles de Oficina	297,88
Vehículo	7.000,00
<b>Total activos</b>	<b><u>32.545,08</u></b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>	0,00
<b>NO CORRIENTES</b>	0,00
<b>Total pasivos</b>	0,00
<b>PATRIMONIO</b>	
Inversión Propia	<u>32.545,08</u>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b><u>32.545,08</u></b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## 5.6. ESTADO DE RESULTADOS

El estado presenta los resultados de las operaciones que el proyecto tendrá durante el período de cinco años, los mismos que están presentados en dólares.

**Cuadro 66** MICROEMPRESA “COLACIONES DE MAYRA”

## ESTADO DE RESULTADOS

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	112.942,08	122.275,19	132.379,55	143.318,90	155.162,23
Costos de Producción (-)	82.159,23	89.300,08	97.332,86	105.405,94	114.282,72
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>30.782,85</b>	<b>32.975,11</b>	<b>35.046,69</b>	<b>37.912,96</b>	<b>40.879,52</b>
Gastos Administrativos(-)	15.677,14	17.048,16	18.739,12	20.597,82	22.640,87
Gastos de Venta (-)	959,92	1.020,38	1.084,68	1.153,07	1.225,81
Depreciación de activos (-)	1.475,51	1.475,51	1.475,51	1.512,32	1.512,32
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>12.670,28</b>	<b>13.431,06</b>	<b>13.747,37</b>	<b>14.649,75</b>	<b>15.500,52</b>
15% Participación Trabajadores	1.900,54	2.014,66	2.062,11	2.197,46	2.325,08
22% Impuesto a la Renta	2.369,34	2.511,61	2.570,76	2.739,50	3.030,35
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>8.400,40</b>	<b>8.904,79</b>	<b>9.114,51</b>	<b>9.712,79</b>	<b>10.145,09</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

**5.7. FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

El flujo de caja muestra los movimientos de efectivo dentro de un período de tiempo establecido, es decir este nos indica si la microempresa genera suficiente efectivo para hacer frente a todas las necesidades de la actividad empresarial.

## Cuadro 67 MICROEMPRESA “COLACIONES DE MAYRA”

### FLUJO DE CAJA PROYECTADO

USD DÓLARES

RUBROS	AÑOS					
	0	2013	2014	2015	2016	2017
Inversión	32.545,08					
Utilidad Operacional		12.670,28	13.431,06	13.747,37	14.649,75	15.500,52
(+) Depreciación		1.475,51	1.475,51	1.475,51	1.512,32	1.512,32
(-) Inversión de Reposición					751,70	
15% Participación Trabajadores		1.900,54	2.014,66	2.062,11	2.197,46	2.325,08
22% Impuesto a la Renta		2.369,34	2.511,61	2.570,76	2.739,50	3.030,35
<b>FLUJO NETO</b>		<b>9.875,91</b>	<b>10.380,30</b>	<b>10.590,02</b>	<b>10.473,41</b>	<b>11.657,41</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## 5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.8.1. TASA DE REDESCUENTO

Para poder obtener la tasa de redescuento se ha tomado como referencia los índices financieros de la página de Banco Central de Ecuador para el año 2013. La tasa activa es de 8.17% mínima y la inflación de 6.12 %, no se ha tomado en consideración la tasa pasiva puesto que el proyecto va a ser financiado con recursos propios.

$$\text{TRM} = 8.17 + 6.12$$

$$\text{TRM} = 14.29\%$$

La tasa de redescuento que es de 14.29% la misma que se utilizará para realizar la evaluación del proyecto.

## 5.8.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor presente no es sino el valor medido en dinero de hoy, en este caso es de 3.252,99 dólares, considerando una tasa de redescuento de 14.29%, como su resultado es positivo se concluye que el proyecto es viable ya que se garantiza la recuperación del dinero de la inversión.

Formula

$$VAN = (Inversión) + \frac{FC}{(1+i)^n}$$

### **Cuadro 68** CÁLCULO DEL VAN

USD DÓLARES

AÑOS	FLUJOS NETOS	TRS 14,29%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-32.545,08		-32.545,08
2013	9.875,91	0,87	8.641,09
2014	10.380,30	0,77	7.946,82
2015	10.590,02	0,67	7.093,69
2016	10.473,41	0,59	6.138,40
2017	11.657,41	0,51	5.978,07
<b>VAN</b>			<b>3.252,99</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## 5.8.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Con la Tasa Interna de Retorno obtenida, se determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa de 47,92% en los años de vigencia del proyecto, el indicador obtenido supera la tasa activa vigente por lo tanto la inversión es factible.

Formula:

$$TIR = Tri + Trs - Tri \frac{VANi}{VANi - VANs}$$

### Cuadro 69 CÁLCULO DEL TIR

USD DÓLARES

INVERSIÓN	FC 1	FC 2	FC 3	FC 4	FC 5
-32.545,08	9.875,91	10.380,30	10.590,02	10.473,41	11.657,41
<b>TIR= 47,92%</b>					

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

### 5.8.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

La inversión del proyecto se recuperara en tres años con siete días.

### Cuadro 70 CÁLCULO PERÍODO DE RECUPERACIÓN

USD DÓLARES

AÑOS	FLUJOS DE CAJA
2013	9.875,91
2014	10.380,30
2015	10.590,02
2016	10.473,41
2017	11.657,41
<b>TOTAL</b>	<b>52.977,04</b>

52.977,04                      5

32.545,08                      x

 3,07 años

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

### 5.8.5. BENEFICIO COSTO

Este indicador refleja el retorno de los ingresos en función de los egresos, dando como resultado al realizar el proyecto que por cada dólar de gasto se generaran \$ 1.16 de ingresos.

Formula:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos}/(1+i)^n}{\text{Egresos}/(1+i)^n}$$

#### **Cuadro 71** CÁLCULO DEL BENEFICIO COSTO

USD DÓLARES

$$\frac{C}{B} = \frac{\frac{112.942,08}{1,14} + \frac{122.275,19}{1,31} + \frac{132.379,55}{1,49} + \frac{143.318,90}{1,71} + \frac{155.162,23}{1,95}}{\frac{100.271,80}{1,14} + \frac{108.844,13}{1,31} + \frac{96.608,57}{1,49} + \frac{128.669,15}{1,71} + \frac{139.661,7}{1,95}}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{98.820,61 + 93.609,92 + 88.673,98 + 83.998,31 + 79.569,18}{87.734,53 + 83.327,53 + 64.712,91 + 75.412,18 + 71.620,31}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{444.672,00}{382.807,47}$$

$$\frac{C}{B} = 1,16$$

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

### 5.8.6. ÍNDICE DE RENTABILIDAD BENEFICIO- COSTO

A través de este indicador permite tomar la decisión de la puesta en marcha del proyecto, en el cual se toman en consideración los siguientes niveles:

**<que 1.-** la inversión no tendrá un retorno atractivo y se debería analizar la posibilidades de buscar otra inversión.

**= que 1.-** existe indiferencia y por ende sería necesario analizar otras opciones

**>que 1.-** indica un retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.

De acuerdo al cálculo realizado para el proyecto se tiene como resultado \$ 1.10, en toces quiere decir que por cada dólar de inversión tendrá una rentabilidad del 0.10 centavos.

#### **Cuadro 72 CÁLCULO DEL ÍNDICE DE BENEFICIO – COSTO**

USD DÓLARES

$$IR BC = \frac{\text{flujos}/(1 + i)^n}{\text{Inversión}}$$

$$IR BC = \frac{35.798,07}{32.545,08}$$

$$IR BC = 1,10$$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013



### 5.8.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio del proyecto en el primer año se dará al elaborar y vender 36.919 colaciones anualmente, si la microempresa aumenta las ventas se obtendrá utilidad caso contrario al bajar la producción en ese año se obtendrá una pérdida.

#### **Cuadro 73** DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

USD DÓLARES

DETALLE	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Costos Fijos Totales</b>					
Depreciación	1.475,51	1.475,51	1.475,51	1.512,32	1.512,32
Gastos administrativos	15.677,14	17.048,16	18.739,12	20.597,82	22.640,87
Gastos de venta	959,92	1.020,38	1.084,68	1.153,07	1.225,81
<b>TOTAL</b>	<b>18.112,57</b>	<b>19.544,05</b>	<b>21.299,32</b>	<b>23.263,21</b>	<b>25.379,00</b>
<b>Costos Variable Total</b>					
Costos de producción total	82.159,23	89.300,08	97.332,86	105.405,94	114.282,72
<b>TOTAL</b>	<b>82.159,23</b>	<b>89.300,08</b>	<b>97.332,86</b>	<b>105.405,94</b>	<b>114.282,72</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

#### **Cuadro 74** CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

USD DÓLARES

DETALLE	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
CFT	18.112,57	19.544,05	21.299,32	23.263,21	25.379,00
CVT	82.159,23	89.300,08	97.332,86	105.405,94	114.282,72
QP	62.746	64.013	65.306	66.625	67.971
Cvu	1,31	1,40	1,49	1,58	1,68
PV	1,80	1,91	2,03	2,15	2,28
P. E. Unidades	<b>36.919</b>	<b>37.940</b>	<b>39.689</b>	<b>40.881</b>	<b>42.198</b>
P. E. Und. Monetarias	<b>18.111,85</b>	<b>19.543,32</b>	<b>21.298,58</b>	<b>23.262,47</b>	<b>25.378,26</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2013

## **5.9. CONCLUSIÓN**

A través del estudio financiero se pudo determinar cuáles son los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos de producción, el monto de los ingresos que se aspira recibir y en este caso se reflejó resultados positivos en los diferentes años proyectado, además es importante mencionar que a través de la aplicación de los diferentes indicadores financieros se obtuvo como resultados la recuperación de la inversión y obtención de utilidades.

## CAPÍTULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN

#### 6.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

##### 6.1.1 CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

Del estudio realizado nace la necesidad de crear una microempresa de elaboración y distribución de colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales, misma que es de iniciativa privada, cuenta con la participación de dos socios, que tienen conocimiento en la línea productiva.

#### ▪ **Formación de la microempresa**

Para la formación de la microempresa se dará cumplimiento con los que se establece en el Servicio de Rentas Internas, las instituciones públicas tales como el Municipio de Ibarra, Ministerio de Salud, entre otros.

#### ▪ **Ente jurídico**

La microempresa será una Sociedad de Hechomisma que se constituirá mediante un contrato, puesto que está formada por dos socios con objetivos similares, y cuyo número de trabajadores no superará a diez y sus activos totales son inferiores a (200) salarios básicos unificados de acuerdo con lo que se señala en la Ley de creación, promoción y fomento de micro, pequeñas y medianas empresas, Capítulo I, Art. 2.

#### ▪ **Domicilio**

El domicilio será en el Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia San Francisco, barrio los Ceibos.

- **Cuenta bancaria**

Para el resguardo de fondos se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la compañía con los representantes legales, cumpliendo con los requisitos para la apertura de la misma.

### **6.1.2 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

La microempresa realizará una actividad económica y por ende está obligada a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, a emitir facturas y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas las transacciones que se realice y presentar las respectivas declaraciones de impuestos.

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

De tal manera la microempresa en términos tributarios se denominara como Persona Natural Obligada a llevar Contabilidad.

#### **Requisitos para obtener el RUC**

- Original y copia a color de la cédula vigente.
- Original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que realizará la actividad, pueden estar o no a su nombre:
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas de servicios básicos sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de cualquiera de los últimos tres meses.
  - Estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular a su nombre. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Factura por el servicio de televisión pagada o de Internet a su nombre. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Contrato de arrendamiento.
  - Escritura de propiedad o de compra venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

### **Requisitos para obtener la patente municipal**

- Copia color de cédula de identidad y certificado de votación del propietario o responsable de la actividad económica.

- Copia del RUC.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia de las declaraciones del impuesto al valor agregado-IVA.
- Copia del pago al Cuerpo de Bomberos.
- Copia del último pago del impuesto de patente.
- Copia de estados financieros (obligados a llevar contabilidad).

### **Pago de patente municipal**

El pago de la patente municipal se grava a todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan una actividad comercial.

- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta para quienes estén obligados a declarar.
- Copia de la declaración de impuesto al IVA de hasta 3 meses anteriores para quienes sus ingresos no superan la fracción básica del pago de impuesto.
- Copia del RUC para quienes se acogen al RISE

## **6.2 PROPUESTA ADMINISTRATIVA**

### **6.2.1 NOMBRE DE LA MICROEMPRESA**

El nombre de la microempresa será “Colaciones de Mayra”, esta denominación nace porque se distribuirá alimentos naturales y nutritivos para los niños, cuya propietaria es de nombre Mayra.



### 6.2.2 LOGOTIPO

La identificación de la empresa está representada por un logotipo, el mismo que fue creado tomando en cuenta aspectos que se detallan a continuación:

- **Nombre de la Empresa:** Colaciones de Mayra, este nombre viene porque la microempresa se dedicará a la elaboración de colaciones escolares, Mayra porque es el nombre de la propietaria.
- **Dibujo:** Como imagen se eligió a la caricatura de Bob Esponja la cual que es conocida por la mayoría de niños, la imagen está elaborada de alimentos, indicando así que los alimentos que serán preparados por la microempresa tendrán diseños similares haciendo que el comer de los niños sea algo divertido.
- **Eslogan:** *Donde los pequeños comen bien*, esta frase significa que los niños comerán de forma saludable y adecuada.

### **6.2.3. MISIÓN**

Comercializar en forma sostenida alimentos sanos y nutritivos, brindando al cliente productos de calidad con el mejor servicio y atención inmediata, contribuyendo de esta forma al desarrollo económico de la región.

### **6.2.4 VISIÓN**

Convertirse en una empresa líder en la comercialización de colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales en la zona norte del país, manteniendo una relación activa entre el cliente y la empresa.

### **6.2.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Implantar charlas educativas en cuanto a la importancia de la alimentación infantil.
- Lograr posicionamiento del producto en el mercado local, para asegurar la sostenibilidad de la nutrición de los niños.
- Realizar convenios con las instituciones educativas para poder distribuir las colaciones dentro de sus instalaciones.

### **6.2.6. POLÍTICAS**

- La prioridad de la microempresa es el cliente y su atención debe ser oportuna.
- Realizar un programa de capacitación al personal contratado, en los siguientes aspectos BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA PARA EL PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS.
- Evaluar el desempeño de los empleados y determinar necesidades.
- Mantener personal motivado y eficiente para brindar incentivos por el buen desempeño.



### 6.2.7. PRINCIPIOS Y VALORES

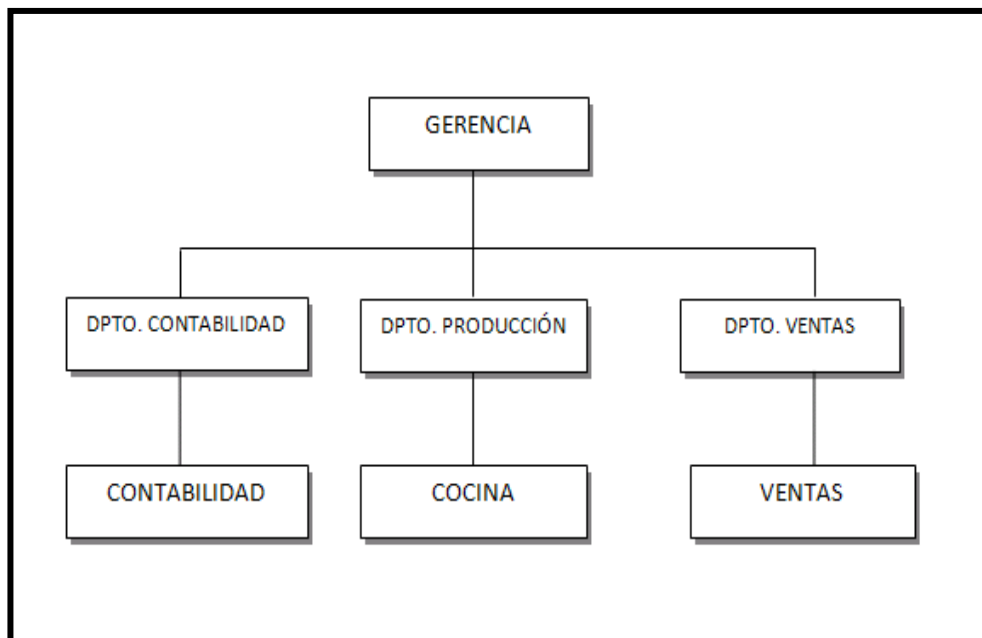
- Trabajo con ética y responsabilidad
- Honestidad en los procesos económicos y legales
- Brindar productos de calidad a precios justos

### 6.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

El modelo organizacional que se plantea para la microempresa corresponde al de tipo estructural, el mismo que refleja las líneas de mando, proporcionando así los medios de control y dirección.

Es importante mencionar que, según el ritmo de crecimiento de la microempresa se ampliará la estructura, acorde a las necesidades de la misma tomando en cuenta el criterio de optimización de los mismos.

**Gráfico 34.** ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Fuente: Estructura Organizativa  
Elaborado por: La autora  
Año: 2013

## **6.4 MANUAL DE FUNCIONES**

### **6.4.1 GERENCIA**

#### **Perfil del cargo**

- Profesional con título de tercer nivel.
- Capacidad para dirigir, organizar, controlar y tomar decisiones en beneficio de la microempresa.
- Tener cualidades de superación personal.

#### **Funciones**

- Representar legalmente a la empresa-
- Planificar actividades, administrativas, operativas y financieras
- Fijar políticas objetivos y metas.
- Desarrollar planes estratégicos
- Ejecutar planes de capacitación al personal.
- Elaborar el presupuesto anual
- Administrar los recursos de forma eficiente y efectiva.

### **6.4.2 CONTADOR**

#### **Perfil del cargo**

- Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría.
- Manejo de sistemas contables
- Tener actitud de trabajo en equipo.
- Ética moral y profesional

#### **Funciones**

- Llevar la contabilidad de la microempresa (organizar, sistematizar y dirigir)

- Manejo de la cuenta bancaria y documentos de forma honesta y transparente.
- Realización de trámites legales, en instituciones tales como el SRI, IESS, entre otros.
- Control y pago de proveedores.
- Realizar y entregar roles de pago a los empleados.
- Elaborar los balances de la microempresa.
- Otras funciones que se le encomiende.

### **6.4.3 COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**

#### **Perfil del cargo**

- Experiencia en la actividad
- Poseer don de servicio
- Ser creativo
- Agilidad en sus labores

#### **Funciones**

- Responsable del control de calidad y ventas.
- Coordinar políticas de comercialización.
- Ubicar el producto en el mercado.
- Promocionar al público una buena imagen del producto.
- Atención de pedidos.

### **6.4.4CHEF**

#### **Perfil del cargo**

- Estudios en gastronomía
- Conocimientos de aspectos nutricionales
- Capacidad de planificar y crear menús nutritivos.

## **Funciones**

- Planificar de forma semanal los menús de las colaciones.
- Coordinar las funciones con el personal a su cargo.
- Control de calidad de la materia prima.
- Colaborar con los requerimientos de la microempresa.

### **6.4.5 AYUDANTE DE COCINA**

#### **Perfil del cargo**

- Conocimientos de cocina
- Capacidad de apoyo

#### **Funciones**

- Asistente del chef
- Preparación de insumos necesarios para la cocción de alimentos
- Apoyo en la planificación de menús.
- Otras actividades encomendadas por el chef, que tengan relación con el giro del negocio.

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El análisis de impactos tiene como finalidad investigar los efectos cuantitativos y cualitativos al implantar el proyecto tomando en consideración las posibles bondades o defectos que tenga el proyecto.

La evaluación de posibles impactos a realizarse en la ejecución del proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la elaboración y distribución de colaciones escolares bajo especificaciones nutricionales para niños preescolares y escolares de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura” se efectuó mediante el empleo de una matriz de valoración de impactos en la cual se asigna una calificación a los componentes del entorno en el que se está trabajando, para lo cual se determina una escala, como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 75** VALORACIONES DEL IMPACTO

VALORES	NIVELES DE IMPACTO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo
Escala	Condición
1 a 3	Es favorable
-4 a -3	No es favorable
0	Es indiferente

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2013

Los entornos que se toman en consideración para el proyecto son los siguientes:

- Educativo
- Social
- Económico

## 7.1 IMPACTO EDUCATIVO

### *Cuadro 76 IMPACTO EDUCATIVO*

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Desarrollo intelectual						x		2
Nuevos aprendizajes						x		2
Autoestima						x		2
Estilos de vida							x	3
<b>TOTAL</b>						6	3	9
<b>9/4= 2.25 Impacto medio positivo</b>								

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Se puede analizar que el impacto educativo es positivo ya que para la asignación de la calificación se ha tomado en consideración los siguientes aspectos.

- Aprendizaje de una alimentación saludable.
- Teniendo una buena nutrición permite que un niño crezca sano y fuerte, comer bien afecta no sólo a su crecimiento físico, sino también a su desarrollo intelectual, permitiendo un buen desempeño en sus labores educativas.

- Se tendrá una formación en cuanto a los hábitos de la alimentación de los niños.
- Se mejorará el autoestima de los niños y niñas puesto que al ingerir los alimentos adecuados no se engordaran ni tampoco estarán desnutridos y no se deprimirán por su apariencia física.

## 7.2 IMPACTO SOCIAL

### **Cuadro 77**IMPACTO SOCIAL

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Hábitos alimenticios							x	3
Calidad de vida							x	3
Seguridad familiar							x	3
Integración familiar						x		2
						2	9	11
<b>11/4= 2.75 Impacto alto positivo</b>								

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

El impacto social es positivo porque al implantar la microempresa se causará los siguientes efectos.

- Proporcionando una buena alimentación desde temprana edad se adquiere buenos hábitos y de esta forma permite que la sociedad vaya adquiriendo buenas costumbres en su nutrición.
- Además con el desarrollo de este proyecto se contribuirá con una mejor calidad de vida, puesto que se implementará fuentes de empleo en la ciudad de Ibarra permitiendo que las personas que intervengan en el mismo tenga una fuente de ingresos.
- Se obtendrá una seguridad familiar ya que los padres de familia tendrán la certeza de que sus hijos se están alimentando de forma adecuada cuando están en las instituciones educativas.

- Al realizar el proyecto se producirá Integración familiar en la cual existirá una preocupación de los padres de familia por la salud de sus hijos.

### 7.3 IMPACTO ECONÓMICO

**Cuadro 78** IMPACTO ECONÓMICO

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de empleo							x	3
Mejoramiento del nivel de ingresos							x	3
Desarrollo del sector						x		2
Mejora la calidad de vida							x	3
<b>TOTAL</b>						2	9	11
<b>11/4= 2.75 Impacto alto positivo</b>								

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2013

La elaboración y distribución de colaciones escolares, brindará oportunidades de empleo, para las personas de la ciudad de Ibarra, además se mejorará los niveles de ingresos de las personas que trabajarán en la microempresa y se contribuirá con el desarrollo de la ciudad puesto que se incrementará la productividad, generando una nueva alternativa de ingresos y una mejor calidad de vida, por estos efectos se considera que el impacto económico será positivo.



## 7.4 RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS

**Cuadro 79** ANÁLISIS GENERAL DE IMPACTOS

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Educativo						x		2
Social							x	3
Económico							x	3
<b>TOTAL</b>						2	6	8
<b>8/3= 2.6 Impacto alto positivo</b>								

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

El impacto que tendrá el proyecto para la sociedad en los entornos educativos, sociales, y económicos serán positivos de tal manera la implementación de la microempresa brindará un beneficios y desarrollo a la población de la ciudad de Ibarra.

## CAPÍTULO VIII

### 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1 CONCLUSIONES

- A través de la elaboración del diagnóstico situacional se puede analizar diferentes variables tales como; la historia, ubicación geográfica, aspectos demográficos, situación ocupacional, como también la identificación de los diferentes establecimientos educativos, permitiendo de esta manera visibilizar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en el territorio en el cual se desarrollará el proyecto.
- Los elementos conceptuales citados en el marco teórico permite sustentar cada una de las etapas del proyecto a desarrollarse.
- El estudio de mercado ha permitido determinar la demanda potencial a satisfacer, misma que con la implantación del proyecto se espera cubrir el 40% de la demanda antes mencionada, considerando la capacidad de producción y comercialización de colaciones escolares.
- Con la realización del estudio técnico se pudo definir los requerimientos necesarios para el desarrollo del proyecto, entre ellos se encuentra la capacidad productiva, la localización, infraestructura, así como también la inversión tanto en activos fijos como en la mano de obra requerida.
- A través del estudio financiero se pudo determinar cuáles son los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos de producción, el monto de los ingresos que se aspira recibir y en este caso se reflejó resultados positivos en los diferentes años proyectado, además es importante mencionar que a través de la aplicación de los diferentes indicadores financieros se obtuvo como resultados la recuperación de la inversión y obtención de utilidades.
- Con el análisis de impactos se pudo identificar resultado positivos al implementar la microempresa, debido a la generación de empleo y

mejoramiento de la calidad de vida de la población en la ciudad de Ibarra.

## **8.2 RECOMENDACIONES**

- En el diagnóstico situacional se debe identificar los aspectos más relevantes, mismos que deben contribuir con el desarrollo del proyecto, a través de la aplicación de herramientas de investigación, permitiendo así identificar la situación del sector.
- Las bases teóricas deben ser reales y técnicas las cuales servirán como referente para el desarrollo de los diferentes capítulos.
- En el estudio de mercado se debe aplicar las encuestas a posibles demandantes y oferentes, con la finalidad de tener un resultado más real tanto en la aceptación del producto, así como también en la comercialización del mismo.
- Realizar un presupuesto adecuado identificando los costos y gastos necesarios para el desarrollo del proyecto, con la finalidad de evitar desperdicios de tiempo y dinero.
- El estudio financiero debe mostrar valores que permitan tomar decisiones en cuanto a la inversión de los recursos, por ello se debe considerar todos los ingresos y egresos que se generaran la finalidad de determinar la rentabilidad o la pérdida de los recursos.
- Realizar la ejecución de la microempresa puesto que los indicadores muestran que es viable de realizar el proyecto y tienen impactos positivos en la sociedad.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA

- BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Editorial MC Graw Hill; sexta edición; México 2010.
- BACH Juan R; Costos teoría y práctica, Editorial, México DF 2009.
- BERMEJO, Manuel; La Creación de la propia Empresa; Editorial TRILLAS; México DF. 2009
- BRAVO Mercedes; Contabilidad General; décimo primera edición; Ecuador 2013.
- CALLEJA, Bernal, Francisco, Javier; Contabilidad 1, Editorial México DF Pearson Educación. Año 2010.
- ESTRADA A; Guía básica para la elaboración de proyectos; Editorial Universitaria 2007.
- ESTUPIÑAN Rodrigo; Estado de flujo de efectivo y de otros flujos de fondos; Eco ediciones; Bogotá 2009
- JACOME W; Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión; Editorial Universitaria; Ibarra 2005.
- MEERMAN, Scott, David; Las Nuevas Reglas del Marketing, Editorial AMAYA; Madrid 2010.
- MEZA Orozco y Jhony de Jesús; Evaluación Financiera de Proyectos; Editorial Ecue Ediciones; Bogotá 2010
- MMII. Editorial Océano (2002. Pág. 388)
- MOELLER, Leslie H.; LONDRY, EduardC; Los Cuatro Pilares del Marketing Rentable, Editorial Mc Graw Hill Madrid 2010.
- MONTEROS Edgar; Manual de gestión Micro empresarial; Editorial Universitaria 2005.
- MURCIA Jairo; Proyectos formulación y criterios de evaluación; Editorial Alfaomega; México 2010; primera edición.
- NUNCH, Lourdes – ANGELES, Ernesto,(2009) Métodos y técnicas de investigación, Cuarta edición 2009, Editorial TRILLA.

- ORTEGA Castro Alfonso. Proyectos de Inversión; primera edición; México 2006.
- PULES, Michael E., (2009) Estrategia Competitiva Técnicas para el Análisis de un Empresa y sus Competidores, Editorial Pirámides, págs. 455.
- ROJAS Servulo; Administración de pequeñas empresas; Mc Graw Hill Educación; México 2010.
- SAPAG Nassir; Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación; Quinta edición; México (2008).
- VELEZ Germán; Proyectos formulación, evaluación y control; AC Editores; Colombia 2002
- WARREN Reeve; Contabilidad administrativa; decima edición; Learningeditore; año 2010.

## **LINKOGRAFÍA**

- <http://www.ibarra.gob.ec/archivo>
- <http://www.cit.org.ec/files/TABLAS-SALARIALES-2013.pdf>
- <http://www.sri.gob.ec/web/10138/167>
- <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>
- <http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/datos-demograficos>
- <http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/parroquias-urbanas>
- <http://www.bebesymas.com/nutricion-embarazo/piramide-de-alimentos-para-ninos>
- <http://www.emagister.com/curso-contabilidad/balance-general-estado-situacion-financiera>
- <http://www.monografias.com/trabajos94/importancia-alimentacion-balanceada-ninos/importancia-alimentacion-balanceada-ninos.shtml>
- <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/ibarra.php>

# ANEXOS



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

**ENCUESTA SOBRE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN LA ETAPA PRE-ESCOLAR Y ESCOLAR.**

**LEA DETENIDAMENTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS Y MARQUE CON UNA (X) SEGÚN SU CONVENIENCIA:**

**1. ¿Qué tiempo lleva en el negocio de comercialización de alimentos en esta institución?**

- a) Menos de un año
- b) De 1 a 3 años
- c) Más de 3 años

**2. ¿Los productos que usted vende, como los obtiene?**

- d) Distribuidores
- e) Intermediarios
- f) Los elabora usted

**3. ¿Cuál es la forma de Pago en la compra de sus productos?**

- g) Crédito
- h) Contado
- i) Las dos anteriores

**4. ¿Recibe algún descuento en la compra de los productos?**

- j) si
- k) no

**5. ¿Con que frecuencia usted adquiere los productos?**

- l) Diarios
- m) Semanal
- n) Cada 15 días
- o) Al mes
- 

**6. ¿Señale con una (x) los productos que usted comercializa?**

- a) Snacks (papas fritas, chitos, etc.)
- b) Frutas
- c) Confites
- d) Lácteos
- e) Cereales
- f) Sandwiches
- g) Bebidas artificiales
- h) Otros

-----  
-----

**7. ¿Cuál es el ingreso semanal por la venta de productos en esta institución?**

- \$ 1200.00
- \$ 1300.00
- \$ 1400.00
- \$ 1500.00
- Más de \$ 1500.00



**8. ¿Cuál es el porcentaje de niños atendidos en su local?**

- a) 50%
- b) 55%
- c) 60%
- d) 65%
- e) 70%
- f) 75%
- g) 80%
- h) 85%
- i) 90%
- j) 95%
- k) 100%

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CONSUMIDORES**

**OBJETIVO:** esta encuesta tiene como finalidad determinar cuál es el consumo y las preferencias de alimentos para la nutrición de los niños (as) pre escolares y escolares de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

**LEA DETENIDAMENTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS Y MARQUE CON UNA X SEGÚN SU CONVENIENCIA:**

1. **Género:** Hombre

2. **¿Tiene hijos que están en la etapa pre escolar y/o escolar?**

Si

No

Cuantos.....

3. **Marque con una x el rango de edad al que pertenece su hijo o hija.**

a) 4 a 6

b) 7 a 8

c) 9 a 10

4. **¿Qué envía a sus niños para la hora del recreo?**

a) Alimentos preparado en casa

b) Dinero

c) Las dos opciones anteriores

d) Ninguna

5. **¿Qué clase de alimentos envía con frecuencia a sus niños para servirse en la hora del recreo?**

- a) Snacks
- b) Frutas
- c) Sandwiches
- d) Lácteos
- e) Bebidas artificiales
- f) Otros

**6. ¿Cuál de los productos anteriores es el favorito para su hijo?**

-----

**7. ¿Se ha sentido preocupado por la calidad de alimentos que consume su hijo(a) en la institución educativa que pertenece?**

- Si**
- No**

¿Por  
qué?.....

**8. ¿Usted dispone de tiempo necesario, para preparar los alimentos a su hijo(a) que se encuentra en la etapa pre-escolar y/o escolar todos los días?**

- d) Si
- e) No
- a) A veces

**9. ¿Si una empresa le ofreciera un combo de alimentos nutritivos para que su hijo o hija se sirva en la hora del recreo de forma sana y segura, usted compraría el producto?**

- a) Definitivamente si
- b) Probablemente si
- c) No estoy seguro
- d) Probablemente no
- e) Definitivamente no

**10. ¿En qué lugar usted preferiría adquirir la colación escolar?**

- a) En la escuela de su hijo(a)
- b) A domicilio (bajo pedido)
- c) Supermercados
- d) Otros

**11. ¿Cuánto dinero usted separa para la colación de su hijo diariamente?**

- a) \$ 1.50
- b) \$ 2.00
- c) mas de \$ 2.00

**12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una colación que le ofrece un contenido nutricional para su niño (a)?**

- a) \$ 1.50
- b) \$ 2.00
- c) \$ 2.50
- d) \$ 3.00

**13. ¿Cuántas colaciones escolares estaría dispuesto a comprar a la semana?**

-----

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**







# Cotización

El presente documento no constituye comprobante de pago.



Fecha: 28/06/2013 Nombre: Mayra Campos  
 Dirección: 16000 - Casador  
 Telf. oficina: \_\_\_\_\_ Telf. casa: 081024526  
 Cédula: 100315403400 Crédito  Contado  Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
	FLAME - EDUCACIONAL	2 RAM / 500 GB HD	16 pagos de 83
	BIEN - IMPRESORA	CONTADO	por entrada.
	HOLITEL - MÓVIL	629.	
	TECLADO - ARTIFICIAL		

Vendedor: Luis Kebarca  
 Almacén: 080302512  
 Vigencia: 062958-490

Total Inicial	
Saldo a financiar	
Interés	
Cuotas	
Total a pagar	



PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO



# Cotización

El presente documento no constituye comprobante de pago.



Fecha: 25/06/2013 Nombre: Mayra Campos  
 Dirección: \_\_\_\_\_  
 Telf. oficina: \_\_\_\_\_ Telf. casa: \_\_\_\_\_  
 Cédula: \_\_\_\_\_ Crédito  Contado  Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
<u>119610</u>	<u>Ref. Mate</u>	<u>\$ 683,11</u>	

Vendedor: Jorge Juma  
 Almacén: \_\_\_\_\_  
 Vigencia: \_\_\_\_\_

Total Inicial	
Saldo a financiar	
Interés	
Cuotas	
Total a pagar	



PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

