PROYECTO DE INTRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS SALUDABLES EN LOS BARES DE ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Autores:
Miriam Elizabeth Chucuyán García (1) Joyce Lady Ibarra Burbano (2) Hernán Enrique Ayala Rocafuerte (3)
Junio 15 de 2010 – Septiembre 24 de 2010
Directora de Tesis:
Ing. Ivonne Moreno A.
Facultad de Economía y Negocios (4)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (4)
Km 30.5 Vía Perimetral, 28003, Guayaquil-Ecuador. (4)
mchucuya@espol.edu.ec (1) jibarra@espol.edu.ec (2)
hayala@espol.edu.ec (3)

RESUMEN

Este proyecto se concibe dada la necesidad actual de mejorar el estilo de vida alimenticio de los menores de edad que estudian en las escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil además que la ley dada por el ministerio de educación exige actualmente a las instituciones educativas que dentro de sus establecimientos se expenda alimentos saludables para los menores. Por lo cual en este proyecto se ha desarrollado un producto saludable denominado "Frutco" con las características requeridas para la alimentación de los niños ya que está hecho a base de frutas en trocitos con la más rigurosa política de calidad en los procesos de producción.

En un estudio de mercado se evidenció la necesidad de un producto de esta característica ya que lo acostumbrado en los bares de escuelas y colegios son los snacks tradicionales y comida chatarra lo cual no brinda una opción saludable a quienes quieran mejorar su alimentación diaria, además que en la encuesta realizada, la mayoría de menores de edad y sus representantes se expresaron a favor de un producto de este tipo que se venda en los bares de escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil.

En lo que respecta al análisis financiero, se realizó el flujo de efectivo correspondiente además el análisis de costos y sensibilidad en ciertas variables de interés como se verá más adelante, también se podrá apreciar los resultados más importantes del estudio de mercado que se llevó a cabo para la factibilidad del proyecto donde se estudió el mercado en su conjunto, adicionalmente podrá apreciar en el siguiente resumen las conclusiones y recomendaciones llevadas a cabo después del estudio del proyecto.

Palabras Clave: Producción, Comercialización y Distribución, Snacks Saludables.

ABSTRACT

This project was conceived, given the current need to improve the nutritional lifestyle of children studying in schools and college in the city of Guayaquil further that the law given by the ministry of education now requires educational institutions within their establishments dispense food for children. Therefore in this project has developed a health product called "Frutco" with characteristics required for feeding children and that is made from fruit into small pieces with the strict policy of quality in production processes.

In a market study showed the need for a product with these features as usual in the food shops from schools and colleges are the traditional snacks and junk food which does not provide a healthy choice for those who want to improve your diet, further that the survey, most children and their representatives spoke in favor of such product sold in food stores of schools and colleges in the city of Guayaquil.

In regard to financial analysis was conducted cash flow for further cost analysis and sensitivity in certain variables of interest as discussed below, also can appreciate the most important results of market research was out for the feasibility of the project where we studied the market as a whole, will appreciate further in the following summary of conclusions and recommendations carried out after the study of the project.

Key words: Production, Distribution and Marketing, Healthy Snacks.

1. Introducción

Es vital que los niños tengan una adecuada nutrición y una dieta sana para que su potencial de desarrollo sea óptimo. Durante la infancia y la adolescencia, los hábitos dietéticos y el ejercicio pueden marcar la diferencia entre una vida sana y el riesgo de sufrir enfermedades en años posteriores. En las distintas etapas de la vida, se necesitan nutrientes diferentes.

Observando la necesidad que existe en las familias de brindar una correcta alimentación de los niños y adolescentes en aquellas horas que se encuentran fuera del hogar, es que nos hicimos la pregunta: Existe forma alguna de compensar este déficit de nutrientes al que se ven expuestos niños de escuelas y colegios de Guayaquil tomando en consideración que muchos de ellos poseen problemas de salud debido a la mala alimentación.

Llegamos a la conclusión de que si hay una forma y es a través de nuestro producto ya que no solo los va a nutrir sino que estará al alcance dándolo a conocer en los bares de escuelas y colegios de Guayaquil tomando como un apoyo el Nuevo Reglamento que ha impuesto el Ministerio de Educación para el permiso de funcionamiento de dichos bares con respecto a los alimentos que expenden entre otras cosas.

1.1 Objetivo General

Determinar que el proyecto es factible y que su realización tiene una implicación positiva en la sociedad ecuatoriana tanto a nivel social ya que promueve una concientización en lo que respecta a la buena alimentación de los niños, como a nivel económico.

1.2 Características del Producto

Los snacks saludables tienen presentaciones similares a los snacks tradicionales que conocemos en cuanto a tamaño, la diferencia está en el contenido, ya que está hecho con frutas frescas y secas que brindan un mayor valor nutricional a los niños y adolescentes que serán nuestros consumidores finales.

2. La Empresa

Nuestra empresa se llamará AllFruit Ecuador S.A. y es llamada de esta manera porque todos nuestros productos están elaborados a base de frutas.

Logotipo

Ilustración 1: Logotipo de la Empresa

2.1 Estudio Organizacional

AllFruit Ecuador S.A. Es una empresa que elabora productos basado en el procesamiento de frutas promoviendo así una mejora en la alimentación de los niños y adolescentes que hoy en día se encuentra en decadencia.

Debido a que es un producto nuevo en el mercado ecuatoriano la primera meta que nos hemos propuesto es ingresar en las mentes de los niños y adolescentes para no solo hacer que lo consuman sino que sepan porque es correcto que lo consuman y para ello el apoyo de los padres es vital ya que desde los hogares aconsejarán a sus hijos a consumirlos.

La calidad de nuestro producto será óptima ya que se ha previsto de maquinarias necesarias para el correcto procesamiento y empaquetamiento de cada una de nuestras líneas y futuras líneas que con el avance de la tecnología y de nuestros días en el negocio se espera incrementar.

Para que nuestro producto llegue adecuadamente a las manos de nuestros consumidores tiene un proceso que detallaremos adecuadamente en un organigrama.

2.1.1 Organigrama Inicial

Originalmente nuestro grupo de trabajo estará formado por 31 personas contando desde la gerencia hasta los auxiliares, como se detalla en el cuadro siguiente:

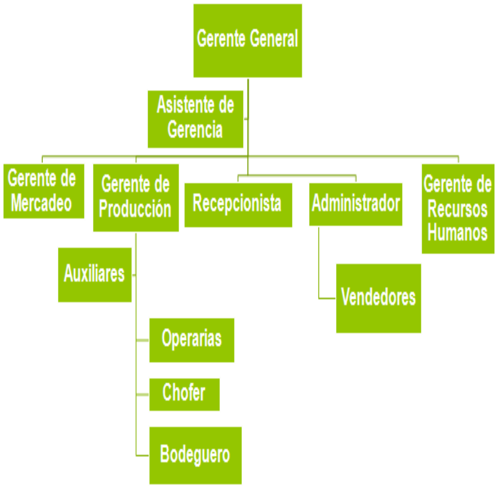


Ilustración 2: Organigrama Inicial de la Empresa

2.1.2 Personal de la Empresa

PERSONAL DE LA EMPRESA	
CARGO	# PUESTOS
Gerente General	1
Gerente Producción	1
Gerente de Mercadeo y L.	1
Gerente de Recursos Humanos	1
Contador	1
Asistente de Gerencia	1
Secretaria Administrativa	1
Vendedor	2
Operarias	10
Bodeguero	1
Auxiliares - Mantenimiento	2
Chofer del CAMIÓN	1
Guardias de Seguridad	3
Remuneración Anual	26

Ilustración 3: Personal de la Empresa

2.1 Investigación de Mercados

En el estudio de mercado analizaremos la demanda existente de nuestro producto así como características que el mismo debe tener para esta demanda y con ello nos dará la información necesaria para establecer la mejor oferta, dada las condiciones y la coyuntura del mercado guayaquileño referente a nuestro producto.

Nuestro mercado se determinará a partir de la población de Guayaquil, específicamente lo integran los niños y jóvenes adolescentes de las diferentes escuelas y colegios de la ciudad. Cabe señalar que aunque éstos serán los consumidores de nuestro producto, los padres de familia son los que influyen principalmente en las decisiones de consumo de los mismos ya que protegen su salud y alimentación.

2.2.1 Selección de la Muestra

Para nuestro caso los elementos de la muestra son los potenciales consumidores a quien va dirigido directamente el producto aunque a la vista de cualquier juicio de valor podemos tener un consumo indirecto por parte de quienes gusten de nuestro producto. Estos potenciales consumidores directos son los niños y jóvenes en general, que estudian, pues los principales canales de distribución son las escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil (aunque no se descarta ampliar estos canales a otros). En el caso de los niños es necesario que sus padres, como representantes, participen directamente en este proceso de investigación ya que son ellos finalmente los que van a comprar nuestros productos. Es así que para este estudio de selección de la muestra se empleará muestreo aleatorio estratificado, haciéndolo de la siguiente manera; Dado que Guayaquil cuenta con 3 grandes sectores (Norte, Centro y Sur) se estimará la población estudiantil (primaria y secundaria) de cada uno de estos sectores de acuerdo a la información estadística respectiva y con ello del universo de establecimientos educativos de cada sector se escogerá de forma proporcional a la población estudiantil.

2.2.2 Conclusión General de la Investigación Mercado

Luego de realizar el análisis de las encuestas y haber escuchado sus diversas opiniones acerca de la propuesta de nuestro producto, podemos llegar a la conclusión de que éste tendría el 99.9% de aceptación por parte de nuestros consumidores potenciales ya que sólo el 0.1% de las encuestas realizadas fueron reemplazadas porque no les interesaba comer un producto hecho a base de frutas ya que preferían los snacks tradicionales.

2.3 Plan de Marketing

2.3.1 Análisis de la demanda

Al ser un producto natural y nutritivo, ofrece varios beneficios, a los consumidores potenciales.

En la actualidad es posible hallar en el mercado snacks tradicionales, pero sin embargo no existe en si un snack a base de frutas que ayude al crecimiento mental y físico de los niños y adolescentes, siendo estas propiedades las que lo harían elegible por los consumidores (al realizar el análisis hemos detectado una demanda satisfecha no saturada, pues aún existe nicho para nuestro producto, el cual será introducido con relativo éxito al informar al consumidor sobre sus beneficios).

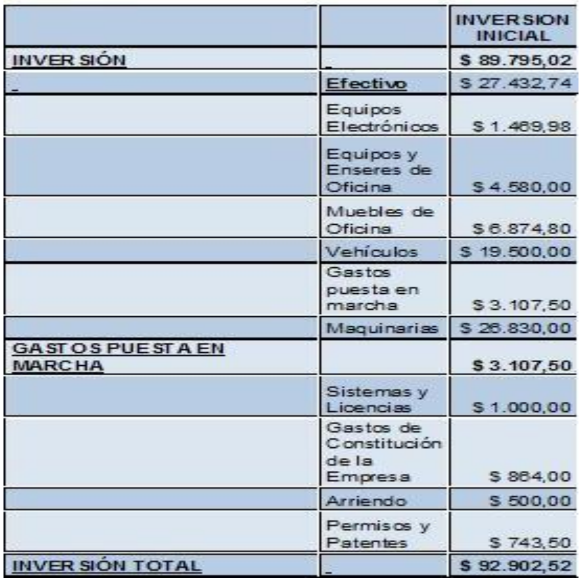
2.3.2 Estimación del Precio

El estudio de mercado que se realizó nos mostró que los consumidores están dispuestos a pagar entre 30 y 50 centavos de dólar, que es el precio al que adquieren los snacks tradicionales, entonces debemos lanzar el producto al precio de mercado.

3. Estudio Financiero

3.1 Inversiones

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. La Inversión Inicial del proyecto es de USD $ 92.902,52 que incluye: Inversión fija, como Gasto de Puesta en Marcha y Capital Operativo, estos valores fueron estimados a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado.

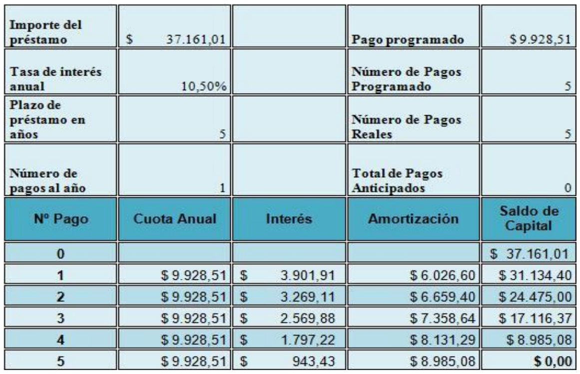


		INVERSION INICIAL
INVERSIÓN	_	**$ 89.795,02**
_	**Efectivo**	$ 27.432,74
	Equipos Electrónicos	$ 1.469,98
	Equipos y Enseres de Oficina	$ 4.580,00
	Muebles de Oficina	$ 6.874,80
	Vehículos	$ 19.500,00
	Gastos puesta en marcha	$ 3.107,50
	Maquinarias	$ 26.830,00
GASTOS PUESTA EN MARCHA		**$ 3.107,50**
	Sistemas y Licencias	$ 1.000,00
	Gastos de Constitución de la Empresa	$ 864,00
	Arriendo	$ 500,00
	Permisos y Patentes	$ 743,50
INVERSIÓN TOTAL	_	**$ 92.902,52**

Ilustración 4: Inversión

3.2 Financiamiento

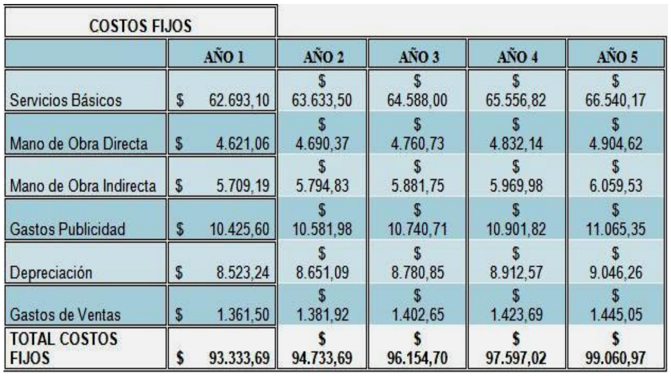
La Compañía Anónima de tipo industrial, "ALL FRUIT C.A.", sus principales accionistas, la Srta. Elizabeth Chucuyán, la Sra. Joyce Ibarra y el Sr. Hernán Ayala aportarán con $ 18.580,50 cada uno que equivale al 60% de la inversión inicial. El proyecto tendrá una estructura de financiamiento de 40% se realizará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN), cuyo valor asciende a USD$ $ 37.161,01.



Importe del préstamo	$ 37.161,01		**Pago programado**	$ 9.928,51
Tasa de interés anual	10,50%		**Número de Pagos Programado**	5
Plazo de préstamo en años	5		**Número de Pagos Reales**	5
Número de pagos al año	1		**Total de Pagos Anticipados**	0
Nº Pago	**Cuota Anual**	**Interés**	**Amortización**	**Saldo de Capital**
0				$ 37.161,01
1	$ 9.928,51	$ 3.901,91	$ 6.026,60	$ 31.134,40
2	$ 9.928,51	$ 3.269,11	$ 6.659,40	$ 24.475,00
3	$ 9.928,51	$ 2.569,88	$ 7.358,64	$ 17.116,37
4	$ 9.928,51	$ 1.797,22	$ 8.131,29	$ 8.985,08
5	$ 9.928,51	$ 943,43	$ 8.985,08	**$ 0,00**

Ilustración 5: Financiamiento

3.3 Costos fijos proyectado a 5 años

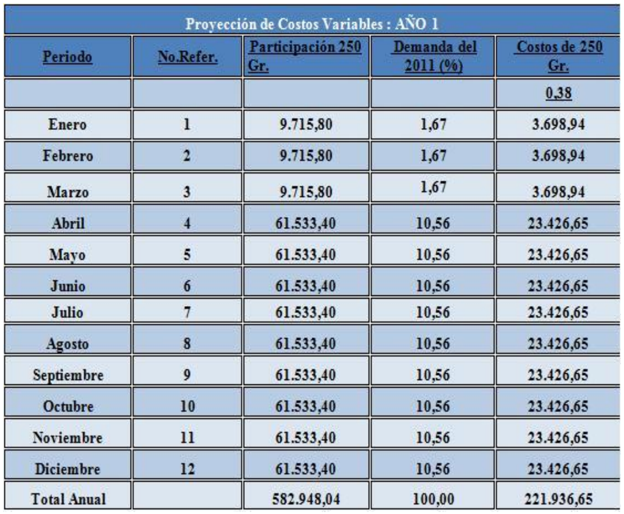


COSTOS FIJOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	$ 62.693,10	$ 63.633,50	$ 64.588,00	$ 65.556,82	$ 66.540,17
Mano de Obra Directa	$ 4.621,06	$ 4.690,37	$ 4.760,73	$ 4.832,14	$ 4.904,62
Mano de Obra Indirecta	$ 5.709,19	$ 5.794,83	$ 5.881,75	$ 5.969,98	$ 6.059,53
Gastos Publicidad	$ 10.425,60	$ 10.581,98	$ 10.740,71	$ 10.901,82	$ 11.065,35
Depreciación	$ 8.523,24	$ 8.651,09	$ 8.780,85	$ 8.912,57	$ 9.046,26
Gastos de Ventas	$ 1.361,50	$ 1.381,92	$ 1.402,65	$ 1.423,69	$ 1.445,05
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 93.333,69**	**$ 94.733,69**	**$ 96.154,70**	**$ 97.597,02**	**$ 99.060,97**

Ilustración 6: Costos fijos

3.4 Costos variables proyectado para el año 1

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción, para el primer año los costos variables proyectados son:



Proyección de Costos Variables : AÑO 1				
Periodo	No.Refer.	Participación 250 Gr.	Demanda del 2011 (%)	Costos de 250 Gr.
				0,38
Enero	1	9.715,80	1,67	3.698,94
Febrero	2	9.715,80	1,67	3.698,94
Marzo	3	9.715,80	1,67	3.698,94
Abril	4	61.533,40	10,56	23.426,65
Mayo	5	61.533,40	10,56	23.426,65
Junio	6	61.533,40	10,56	23.426,65
Julio	7	61.533,40	10,56	23.426,65
Agosto	8	61.533,40	10,56	23.426,65
Septiembre	9	61.533,40	10,56	23.426,65
Octubre	10	61.533,40	10,56	23.426,65
Noviembre	11	61.533,40	10,56	23.426,65
Diciembre	12	61.533,40	10,56	23.426,65
Total Anual		582.948,04	100,00	221.936,65

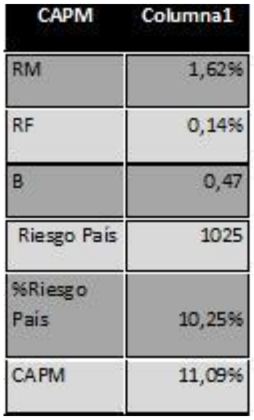
Ilustración 7: Costos variables

3.5 Tasa de descuento (TMAR)

La tasa de descuento, o tasa del retorno de capital, es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión. Representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto, según su riesgo de modo tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con préstamos y la rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido.

La tasa de descuento que vamos a utilizar para este proyecto es del 11.09% la cual encontramos aplicando la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Ri = Rf + \beta i\,(Rm - Rf) + Rp}$$



CAPM	Columna1
RM	1,62%
RF	0,14%
B	0,47
Riesgo País	1025
%Riesgo País	10,25%
CAPM	11,09%

Ilustración 8: TMAR

Donde:
Ri = Rentabilidad del activo libre de riesgo
Rf = Rentabilidad del activo "i"
Bi = Sensibilidad del activo "i" con respecto al mercado
Rm = Rentabilidad del mercado (índice bursátil)
Rp = Riesgo país.

3.6 Flujo de caja del proyecto

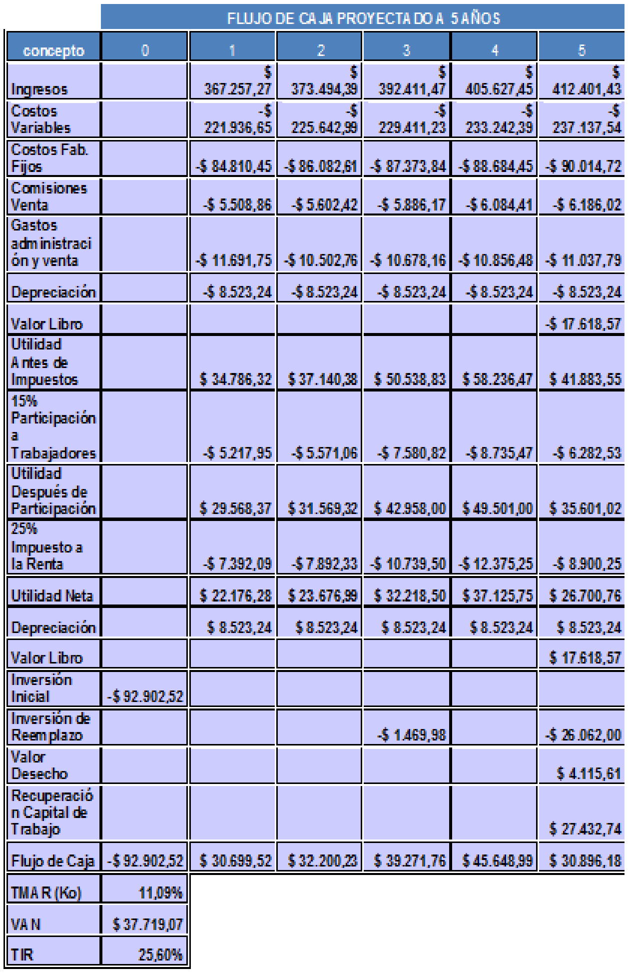
Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar el flujo de caja del proyecto.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, con el afán de tener una proyección que permita cubrir los mismos, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir las referidas necesidades.

El análisis del Flujo de Caja se prefiere en lugar de los estados financieros a razón de que éste nos permite verificar la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones financieras adquiridas.

Una vez realizados los flujos de efectivo, el proyecto mostró un VAN USD$ 37.719,07 y una TIR de 25.60% con esto se demuestra que el proyecto es rentable y sostenible. Para poder confirmar que es viable, más adelante se realizará simulaciones de las principales variables que influyen en este flujo.

Presentamos a continuación el flujo de caja proyectado a 5 años:



FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

concepto	0	1	2	3	4	5
Ingresos		$ 367.257,27	$ 373.494,39	$ 392.411,47	$ 405.627,45	$ 412.401,43
Costos Variables		-$ 221.936,65	-$ 225.642,99	-$ 229.411,23	-$ 233.242,39	-$ 237.137,54
Costos Fab. Fijos		-$ 84.810,45	-$ 86.082,61	-$ 87.373,84	-$ 88.684,45	-$ 90.014,72
Comisiones Venta		-$ 5.508,86	-$ 5.602,42	-$ 5.886,17	-$ 6.084,41	-$ 6.186,02
Gastos administración y venta		-$ 11.691,75	-$ 10.502,76	-$ 10.678,16	-$ 10.856,48	-$ 11.037,79
Depreciación		-$ 8.523,24	-$ 8.523,24	-$ 8.523,24	-$ 8.523,24	-$ 8.523,24
Valor Libro						-$ 17.618,57
Utilidad Antes de Impuestos		$ 34.786,32	$ 37.140,38	$ 50.538,83	$ 58.236,47	$ 41.883,55
15% Participación a Trabajadores		-$ 5.217,95	-$ 5.571,06	-$ 7.580,82	-$ 8.735,47	-$ 6.282,53
Utilidad Después de Participación		$ 29.568,37	$ 31.569,32	$ 42.958,00	$ 49.501,00	$ 35.601,02
25% Impuesto a la Renta		-$ 7.392,09	-$ 7.892,33	-$ 10.739,50	-$ 12.375,25	-$ 8.900,25
Utilidad Neta		$ 22.176,28	$ 23.676,99	$ 32.218,50	$ 37.125,75	$ 26.700,76
Depreciación		$ 8.523,24	$ 8.523,24	$ 8.523,24	$ 8.523,24	$ 8.523,24
Valor Libro						$ 17.618,57
Inversión Inicial	-$ 92.902,52					
Inversión de Reemplazo				-$ 1.469,98		-$ 26.062,00
Valor Desecho						$ 4.115,61
Recuperación Capital de Trabajo						$ 27.432,74
Flujo de Caja	-$ 92.902,52	$ 30.699,52	$ 32.200,23	$ 39.271,76	$ 45.648,99	$ 30.896,18
TMA R (Ko)	11,09%					
VA N	$ 37.719,07					
TIR	25,60%					

Ilustración 9: Flujo de Caja del Proyecto

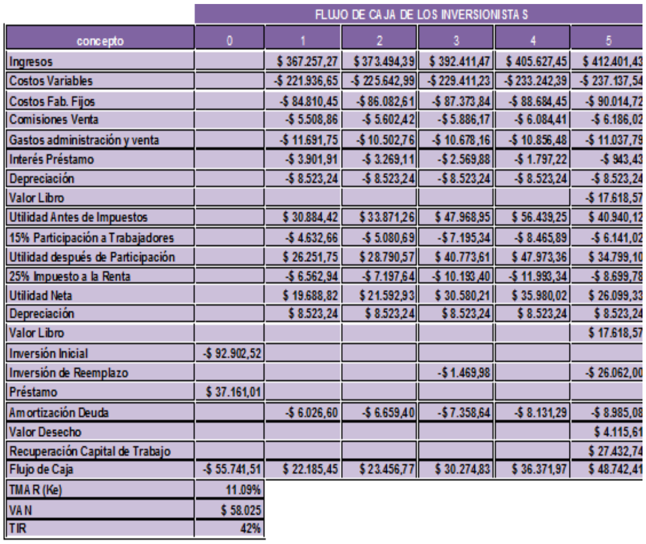
3.7 Flujo de caja del inversionista

Así como se realiza el flujo de caja del proyecto también evaluamos el flujo de caja para el inversionista a fin de que pueda estimar si es viable o no realizar dicha inversión.

Al ser un producto artesanal utilizaremos el CAPM para saber cuál es la tasa mínima que aceptará el inversionista.

Una vez realizados los flujos de efectivo, mostró un VAN USD$ 58.025 y una TIR de 42% con esto se demuestra que el proyecto es rentable y sostenible para el inversionista.

Presentamos a continuación el flujo de caja proyectado a 5 años:



FLUJO DE CAJA DE LOS INVERSIONISTA S

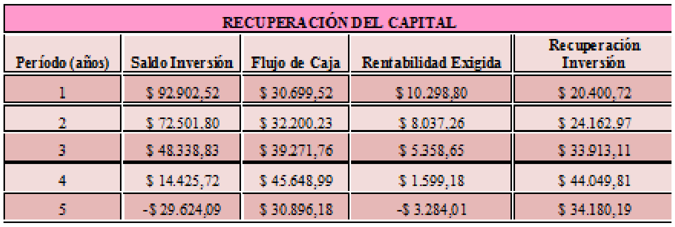
concepto	0	1	2	3	4	5
Ingresos		$ 367.257,27	$ 373.494,39	$ 392.411,47	$ 405.627,45	$ 412.401,43
Costos Variables		-$ 221.936,65	-$ 225.642,99	-$ 229.411,23	-$ 233.242,39	-$ 237.137,54
Costos Fab. Fijos		-$ 84.810,45	-$ 86.082,61	-$ 87.373,84	-$ 88.684,45	-$ 90.014,72
Comisiones Venta		-$ 5.508,86	-$ 5.602,42	-$ 5.886,17	-$ 6.084,41	-$ 6.186,02
Gastos administración y venta		-$ 11.691,75	-$ 10.502,76	-$ 10.678,16	-$ 10.856,48	-$ 11.037,79
Interés Préstamo		-$ 3.901,91	-$ 3.269,11	-$ 2.569,88	-$ 1.797,22	-$ 943,43
Depreciación		-$ 8.523,24	-$ 8.523,24	-$ 8.523,24	-$ 8.523,24	-$ 8.523,24
Valor Libro						-$ 17.618,57
Utilidad Antes de Impuestos		$ 30.884,42	$ 33.871,26	$ 47.968,95	$ 56.439,25	$ 40.940,12
15% Participación a Trabajadores		-$ 4.632,66	-$ 5.080,69	-$ 7.195,34	-$ 8.465,89	-$ 6.141,02
Utilidad después de Participación		$ 26.251,75	$ 28.790,57	$ 40.773,61	$ 47.973,36	$ 34.799,10
25% Impuesto a la Renta		-$ 6.562,94	-$ 7.197,64	-$ 10.193,40	-$ 11.993,34	-$ 8.699,78
Utilidad Neta		$ 19.688,82	$ 21.592,93	$ 30.580,21	$ 35.980,02	$ 26.099,33
Depreciación		$ 8.523,24	$ 8.523,24	$ 8.523,24	$ 8.523,24	$ 8.523,24
Valor Libro						$ 17.618,57
Inversión Inicial	-$ 92.902,52					
Inversión de Reemplazo				-$ 1.469,98		-$ 26.062,00
Préstamo	$ 37.161,01					
Amortización Deuda		-$ 6.026,60	-$ 6.659,40	-$ 7.358,64	-$ 8.131,29	-$ 8.985,08
Valor Desecho						$ 4.115,61
Recuperación Capital de Trabajo						$ 27.432,74
Flujo de Caja	-$ 55.741,51	$ 22.185,45	$ 23.456,77	$ 30.274,83	$ 36.371,97	$ 48.742,41
TMA R (Ke)	11.09%					
VA N	$ 58.025					
TIR	42%					

Ilustración 10: Flujo de Caja del Inversionista

3.8 Periodo de recuperación descontado (PAYBACK)

Mide el número de años que se tarda en recuperar el importe invertido. Se trata de calcular en qué momento los ingresos percibidos cubren los gastos realizados.

El periodo de recuperación descontado muestra que la inversión es recuperada a mediados del año cuarto.



RECUPERACIÓN DEL CAPITAL				
Período (años)	Saldo Inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperación Inversión
1	$ 92.902,52	$ 30.699,52	$ 10.298,80	$ 20.400,72
2	$ 72.501.80	$ 32.200.23	$ 8.037.26	$ 24.162.97
3	$ 48.338,83	$ 39.271,76	$ 5.358,65	$ 33.913,11
4	$ 14.425,72	$ 45.648,99	$ 1.599,18	$ 44.049,81
5	-$ 29.624,09	$ 30.896,18	-$ 3.284,01	$ 34.180,19

Ilustración 11: PAYBACK

4. Conclusiones

Una vez concluido con el proyecto en todas sus partes se ha llegado a la siguiente conclusión:

a. Con los resultados obtenidos en el estudio de mercado se puede implementar una empresa que permita la producción y comercialización de snacks saludables a los bares de escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil.
b. Para alcanzar los objetivos del proyecto se requiere de una inversión de USD $ 92.902,52 dólares.
c. 3. Esta alternativa de producir los snacks es rentable desde el punto de vista financiero por los siguientes identificadores:

- VALOR ACTUAL NETO (VAN) de USD $ 37.719,07

  El VAN resultó ser mayor a cero lo que indica que se obtendrá un retorno líquido favorable a través de la vida útil del proyecto.

- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) de 25.60%

  El proyecto es aceptable dado que es mayor al costo de capital.

- TASA DE DESCUENTO (TMAR) de 11.09%

  Al ser la tasa interna de retorno (TIR= 25.60%) mayor a la tasa de descuento (TMAR=11.09%), nos corrobora que nuestro proyecto es rentable.

- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

  Según el análisis elaborado en Cristal Ball nos muestra que el riesgo para el proyecto es del 5%, ya que a partir de este porcentaje nuestro VAN es positivo

5. Recomendaciones

Para contribuir al desarrollo empresarial, producto de la explotación de los recursos, mediante la investigación realizado se hace posible sugerir algunas recomendaciones:

1. Es recomendable económicamente la ejecución del presente proyecto debido a que se cuenta con un número significativo de demandantes, ningún oferente, solo unos cuantos competidores indirectos cuyos precios son altos y todos los recursos necesarios para la elaboración del producto.
2. Es un proyecto viable en sus diversas fases, tanto en su implementación, producción y comercialización.
3. Dentro del área administrativa es fundamentalmente que la persona encargada del manejo del mismo sea la más idónea, vinculada al área administrativa con el fin de obtener un nivel técnico y evitar retrasos en los procesos productivos.

6. Agradecimientos

- A la Ing. Ivonne Moreno A. por su constante guía académica y apoyo durante el tiempo del proyecto.

7. Referencias

[1] Encuestas a Padres de familia y alumnos de las diferentes escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil.

[2] Focus Grup con niños de diferentes escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil.

[3] Preparación y Evaluación de Proyectos, autor/es: Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain.

[4] Dirección de Marketing, autor/es: Philip Kotler

[5]Páginas web:

a) www.inec.gov.edu.ec
b) www.financeyahoo.com
c) www.educacion.gov.ec
d) www.msp.gov.ec