



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA HELADERÍA
PARA PERSONAS CON O SIN ENFERMEDADES UTILIZANDO FRUTAS
DE LA ZONA EN EL CANTÓN EL CHACO PROVINCIA DE NAPO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciado en
Administración de Empresas

Autor(a)

Alquinga Villafuerte Josselyn Alexandra

Tutor(a)

Ing. Patricio Bucheli Ponce Mg.

AMBATO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo Josselyn Alexandra Alquina Villafuerte, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “ Plan de negocios para la creación y comercialización de helados artesanales a base de frutas de la zona (guaba, chonta, guayaba) en el cantón el chaco provincia de napo para el periodo 2022.”, como requisito para optar al grado de Ingeniera de administración de empresas y negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, 18. De febrero del 2022, firmoconforme:

Autor: Josselyn Alexandra Alquina Villafuerte

Firma:



Número de Cédula: 150083154-8

Dirección: Ambato

Correo Electrónico: alexandra131296@hotmail.com

Teléfono: 0986621831

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA HELADERÍA PARA PERSONAS CON O SIN ENFERMEDADES UTILIZANDO FRUTAS DE LA ZONA EN EL CANTÓN EL CHACO PROVINCIA DE NAPO”, presentado por Josselyn Alexandra Alquina Villafuerte, para optar por el Título de Licenciatura en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 18 de febrero del 2022



Firmado electrónicamente por:
**PATRICIO
FABIAN BUCHELI
PONCE**

TUTOR

Ing. Patricio Bucheli Ponce Mg.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 18 de febrero del 2022.



Josselyn Alexandra Alquina Villafuerte
150083154-8

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA HELADERÍA PARA PERSONAS CON O SIN ENFERMEDADES UTILIZANDO FRUTAS DE LA ZONA EN EL CANTÓN EL CHACO PROVINCIA DE NAPO”, previo a la obtención del Título de Licenciado/a en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 18 de febrero del 2022



Firmado digitalmente por:
SILVIA LORENA
LLAMUCA PEREZ

.....
Dra. Silvia Llamuca P.
LECTORA



Firmado digitalmente por:
DARIO MANUEL
BECERRA MORA

.....
Lic. Dario Becerra
LECTOR

DEDICATORIA

El plan de negocios va a dedicado a mis padres y mis hermanos que fueron quienes me apoyaron para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos estuvieron siempre presentes para brindarme apoyo moral en mis momentos difíciles.

Josselyn

AGRADECIMIENTO

Mi primer agradecimiento es a Dios por guiarme y haberme dado la fuerza necesaria para seguir adelante; a mis profesores de la universidad por ser quienes me han entregado sus conocimientos necesarios para lograr realizar mi plan de negocios

Un agradecimiento especial a mis tíos Paúl y Marcia por no dejarme sola y estar pendientes de mi tomando el lugar de mis padres ya que me encontraba lejos de mi hogar.

Josselyn

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRAC.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
Objetivo general	2
Objetivo Especifico	2
CAPITULO I	3
Mercado y Comercialización.....	3
1.1. Objetivo del capítulo.....	3
1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio	3
1.2.1. Fundamentación del Servicio o Producto.....	3
1.2.2. Tabla de características del Producto o Servicio.....	4
1.2. Mercado	5
1.3.1. Público objetivo de su producto	6
1.3.2. Demanda potencial	28
1.4. Análisis del macro y micro ambiente	29
1.4.1. Análisis de Micro Ambiente.....	29
1.4.2. Análisis del macro ambiente	35
1.5. Demanda "Potencial Insatisfecha.....	38
1.6. Diseño de la marca (brandig).....	38
1.7. Estrategias de marketing.....	40
1.8. Publicidad que se realizará	40
1.9. Sistema de distribución a utilizar.....	42
1.10. Segmentación de clientes	43
1.11. Mercados alternativos	43
CAPITULO II.....	45
Área de producción (operaciones).....	45

2.1. Objetivo de estudio de producción	45
2.2. Descripción del proceso	45
2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio	45
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	51
2.2.3. Tecnología Aplicar	56
2.2.4. Factores que afectan las operaciones	57
2.3. Capacidad de producción.....	59
2.3.1. Capacidad de Producción Futura	59
2.4. Definición de recursos necesarios para la producción.....	59
2.4.1. Especificación de productos y grado sustitución que pueden presentar.....	59
2.5. Calidad.....	60
2.5.1. Método de control de calidad	60
2.6. Normas y permisos que afectan su instalación	64
2.6.1. Salud e higiene ocupacional	64
CAPITULO III	66
Organización y gestión	66
3.1. Objetivo de estudio de organización y gestión	66
3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos	66
3.2.1. Visión de la Empresa	66
3.2.2. Misión de la Empresa	66
3.2.3. Objetivos y estrategias	66
3.3. Organización funcional de la empresa.....	68
3.3.1. Organización Interna	68
3.3.2. Descripción de los puestos	70
3.4. Control de gestión	76
3.5. Necesidades del personal	77
CAPITULO IV.....	79
Área jurídico legal	79
4.1. Objetivo del estudio jurídico legal	79
4.2. Determinación de la forma jurídica	79
4.3. Patentes y Marcas	83
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	85
CAPITULO V	91

ÁREA FINANCIERA	91
5.1. Objetivo del estudio de financiero	91
5.2. Plan de inversiones	91
5.3. Cálculo de costos y gastos	93
5.3.1. Mano de Obra.....	93
5.3.2. Depreciación.....	97
5.3.4. Detalle de Costos.....	98
5.3.5. Proyección de Costos	98
5.3.6. Detalle de gastos	101
5.3.7. Proyección de gastos	102
5.4. Plan de financiamiento.....	107
5.4.1. Forma de financiamiento.....	107
5.5. Cálculo de ingresos	107
5.5.1. Proyección de Ingresos	109
5.6. Punto de equilibrio.....	110
5.7. Estado de resultados proyectado	112
5.8. Flujo de caja.....	114
5.9. Evaluación Financiera.....	116
5.9.1 Indicadores	116
BIBLIOGRAFÍA	118
ANEXOS	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla del valor nutricional del helado	5
Tabla 2	Categorización del sujeto.....	6
Tabla 3	Dimensión Conductual para el Consumidor Final.....	7
Tabla 4	Dimensión Geográfica.....	7
Tabla 5	Dimensión Demográfica.....	8
Tabla 6	Resultado prueba piloto	9
Tabla 7	Cuadro de necesidades	11
Tabla 8	Objetivo estratégico.....	13
Tabla 9	Seleccione el rango de edad al que pertenece.....	14
Tabla 10	¿A degustado helados artesanales a base de frutas de la zona?	15
Tabla 11	¿Desearía consumir helados artesanales con frutas de la zona?	16
Tabla 12	¿Qué tipo de helado consume usted?.....	17
Tabla 13	¿Con que frecuencia consume helados?	18
Tabla 14	¿Cuál es el sabor que más le gustaría consumir?.....	19
Tabla 15	¿De cuantos litros preferiría usted consumir el helado?.....	21
Tabla 16	¿Usted tenía conocimiento de los beneficios que brinda a la salud las frutas?	22
Tabla 17	¿Habitualmente donde realiza la compra de su helado?.....	23
Tabla 18	Al momento de realizar su compra usted se fija más en.....	24
Tabla 19	¿En qué presentación le gustaría adquirir su helado?	25
Tabla 20	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el helado?	26
Tabla 21	Proyección de la tasa de crecimiento poblacional El Chaco.....	28
Tabla 22	Proyección de la demanda potencial	29
Tabla 23	Matriz EFE	32
Tabla 24	Matriz EFI	34
Tabla 25	Matriz FODA	35
Tabla 26	Matriz MPC	36
Tabla 27	Oferta competitiva	37
Tabla 28	Proyección de la demanda 2022-2026.....	37
Tabla 29	Cálculo de la demanda potencial insatisfecha	38
Tabla 30	Asignación de presupuesto de las estrategias de marketing	41
Tabla 31	Agenda establecidas de publicidad.....	41

Tabla 32 Plan de acción de medios de difusión	41
Tabla 33 Base de datos de clientes	43
Tabla 34 Requisitos fisicoquímicos para helados y mezclas para helados	48
Tabla 35 Métodos de ensayo fisicoquímicos	48
Tabla 36 Método de ensayo Microbiológico.....	48
Tabla 37 Característica de los ingredientes para la elaboración	51
Tabla 38 Medidas de las áreas de la empresa.....	52
Tabla 39 Descripción de los equipos industriales	54
Tabla 40 Descripción de los equipos informáticos	55
Tabla 41 Descripción del personal de la empresa	56
Tabla 42 Ritmo de producción	57
Tabla 43 Nivel de inventario promedio.....	57
Tabla 44 Número de trabajadores.....	58
Tabla 45 Producción de helados.....	59
Tabla 46 Capacidad de producción futura.....	59
Tabla 47 Materia prima	60
Tabla 48 Formato del check list	61
Tabla 49 Diagrama de Pareto	61
Tabla 50 Descripción del puesto de Gerente	70
Tabla 51 Descripción del cargo de Talento Humano.....	71
Tabla 52 Descripción del cargo de Contador	72
Tabla 53 Descripción del cargo Operario.....	73
Tabla 54 Descripción del cargo de jefe de Producción	74
Tabla 55 Indicadores de Ayudante	75
Tabla 56 Indicadores del cargo de jefe de Ventas	76
Tabla 57 Indicadores de medición.....	76
Tabla 58 Necesidades de personas	78
Tabla 59 Plan de Inversión	91
Tabla 60 Cálculo de mano de obra.....	94
Tabla 61 Cálculo de sueldos y salarios del personal administrativo	95
Tabla 62 Cálculo de sueldos y salarios del personal de ventas	96
Tabla 63 Depreciación.....	97
Tabla 64 Proyección de la depreciación.....	97
Tabla 65 Detalle de Costos.....	98

Tabla 66 Proyección de Costos	99
Tabla 67 Detalle de gastos Administrativos.....	101
Tabla 68 Detalle de gastos de ventas.....	102
Tabla 69 Detalle de gastos financieros	102
Tabla 70 Proyección de gastos administrativos.....	103
Tabla 71 Proyección de gastos de ventas	105
Tabla 72 Proyección de gastos financieros	106
Tabla 73 Plan de financiamiento	107
Tabla 74 Determinación del precio de venta unitario	107
Tabla 75 Cálculo del ingreso anual	108
Tabla 76 Proyección de ingresos	109
Tabla 77 Punto de equilibrio	111
Tabla 78 Estado de resultados proyectado	113
Tabla 79 Flujo de caja	114
Tabla 80 Cálculo del TMAR	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Resultados de la prueba piloto.....	9
Gráfico 2 Seleccione el rango de edad al que pertenece.....	14
Gráfico 3 ¿A degustado helados artesanales a base de frutas de la zona?.....	15
Gráfico 4 ¿Desearía consumir helados artesanales con frutas de la zona?.....	16
Gráfico 5 ¿Qué tipo de helado consume usted?.....	17
Gráfico 6 ¿Con que frecuencia consume helados?.....	18
Gráfico 7 ¿Cuál es el sabor que más le gustaría consumir?.....	20
Gráfico 8 ¿De cuantos litros preferiría usted consumir el helado?.....	21
Gráfico 9 ¿Usted tenía conocimiento de los beneficios que brinda a la salud las frutas?	22
Gráfico 10 ¿Habitualmente donde realiza la compra de sus helados?.....	23
Gráfico 11 Al momento de realizar su compra usted se fija más en.....	24
Gráfico 12 ¿En qué presentación le gustaría adquirir su helado?.....	26
Gráfico 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el helado?.....	27
Gráfico 14 Proyección del crecimiento poblacional.....	28
Gráfico 15 Representación gráfica DPI.....	38
Gráfico 16 Canal de distribución directo.....	42
Gráfico 17 Canal de distribución indirecta.....	42
Gráfico 18 Mapa de procesos.....	49
Gráfico 19 Mapa geográfico.....	50
Gráfico 20 Plano estructural.....	53
Gráfico 21 Diagrama de Pareto.....	62
Gráfico 22 Diagrama de causa -efecto.....	63
Gráfico 23 Mapa estratégico de la empresa.....	67
Gráfico 24 Organigrama estructural.....	68
Gráfico 25 Organigrama funcional.....	69
Gráfico 26 Punto de equilibrio.....	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Presentación de las frutas para los helados	5
Ilustración 2 Marca del producto.....	39
Ilustración 3 Logotipo	40
Ilustración 4 Slogan.....	52

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1 Dimensión Geográfica de la provincia de Napo.....	121
Anexo 2 Dimensión Geográfica del Cantón El Chaco	121
Anexo 3 Formato de la Actividad Económica	122
Anexo 4 Patente Municipal	122
Anexo 5 Cotización Equipo de Oficina y Equipo de cómputo	123
Anexo 6 Cotización de materia prima.....	124
Anexo 7 Amortización del crédito	125
Anexo 8 Encuesta.....	127

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS ARTESANALES A BASE DE FRUTAS DE LA ZONA (GUABA, CHONTA, GUAYABA) EN EL CANTÓN EL CHACO PROVINCIA DE NAPO PARA EL PERIODO 2022

AUTORA: Josselyn Alexandra Alquina Villafuerte

TUTOR: Ing. Patricio Bucheli

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de titulación consiste en un plan de negocios para la elaboración y comercialización de helados artesanales, que tiene como finalidad fortalecer la salud de las personas que cuentan con diferentes enfermedades y asimismo para personas sanas brindándoles así nutrientes importantes para mejorar su estado de salud, a su vez se realizó el estudio de mercado el mismo que permitió conocer si el producto a ofertar va a tener acogida determinando el nivel de oferta y demanda. Se realizó una encuesta de doce preguntas, a una muestra de ciento setenta y un personas, los resultados obtenidos permitieron determinar las características estratégicas para el producto y la respectiva publicidad. Se realizó una planificación para poder cubrir la demanda existente en el cantón y proponiendo herramientas de control con la finalidad de ofrecer al cliente un producto de calidad. Añadiendo además una estructura definida de la empresa con funciones y perfiles de los cargos a necesitar. Se identificó que la empresa será legalmente una Sociedad Anónima y se analizaron todos los requisitos legales para la correcta funcionalidad. Como conclusión, se determinó que el plan de negocios a constituir es factible, ya que se evidencia en los resultados positivos del área financiera.

DESCRIPTORES: Salud, helados, artesanales, beneficios, control.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION AND COMMERCIALIZATION OF HANDMADE ICE CREAM BASED ON LOCAL FRUITS (GUABA, CHONTA, GUAYABA) IN THE CANTON OF EL CHACO PROVINCE OF NAPO FOR THE PERIOD 2022.

AUTORA: Josselyn Alexandra Alquina Villafuerte

TUTOR: Ing. Patricio Bucheli Ponce Mg.

ABSTRAC

This research involves a business plan for the manufacturing and marketing of handmade ice cream, which aims to strengthen the health of people who have different diseases and for healthy people by providing them with important nutrients to improve their health. Also, a market study was conducted which allowed knowing if the product will be welcomed, determining the level of supply and demand. Therefore a twelve-question survey was applied with a sample of one hundred and seventy-one people. The results allowed determining the strategic characteristics of the manufacture and the marketing. Planning was carried out to cover its demand in the Canton, and it was proposed control tools in order to offer a quality product to the customer. Furthermore, a defined structure of the company was added with functions and profiles for different areas to be needed. It was identified that the company will be legally a corporation and all legal requirements for the correct operation were analyzed. In conclusion, it was determined that this business plan is feasible because it is evidenced the by positive results in the financial area.

KEYWORDS: Benefits, control, handmade, health.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo plantea un Plan de Negocios para la creación de una empresa para la elaboración y comercialización de helados a base de frutas producidas en la zona en el cantón El Chaco, la idea surge porque en el lugar no existen heladerías que ofrezcan variedad de productos de calidad y a precios accesibles y más aun con frutas originarias, así buscando así satisfacer las necesidades de las personas.

El Helado es un producto que se consume desde mucho tiempo atrás, y por algunas veces ha sido investigado, ya que sabemos que su función es que las personas puedan deleitar y refrescarse en tiempos de calor, de manera individual, familiar o con amistades.

Las frutas a utilizar son la guaba, chonta y guayaba; los mismos que brindaran beneficios en la salud y ayuda a prevenir enfermedades como el cáncer, diabetes entre otras, de las personas que decidan consumir en producto, con esto se busca satisfacer la necesidad de los clientes.

Capítulo I; se basa al área de marketing, en el que se detallará el producto, sus características que lo hacen diferente al resto, así también conociendo cuál es su mercado objetivo para así poder realizar las encuestas para poder conocer el nivel de aceptación que tendrá el producto, añadiendo información mediante los análisis PEST, FODA, MEFE, MEFI; los mismo que ayudaran a determinar las situaciones en el ambiente interno y externo para poder mejorar los canales de comunicación con nuestros clientes.

Capitulo II; este capítulo se enfoca en la producción; en el que se liderando en el área de producción, sabiendo que se detallara todos los aspectos acerca del producto es como se crea, detallando toda la materia prima a utilizar con sus debidas cantidades; para conocer el proceso de la elaboración del helado se definirá un diagrama de flujo de procesos el mismo que servirá para determinar el tiempo de elaboración; a su vez conociendo los reglamentos y estatutos por las cuales se basara el producto.

Capitulo III; se enfoca en el área de organización y gestión en el que se detallara la misión, visión, mapa estratégico, organigrama de la empresa con su funcionalidad; plasmando también los perfiles de los cargos con los que contara cada departamento de la empresa.

Capitulo IV; Se refiere al marco legal, en el que se detalla los trámites y papeles que se necesitan para la creación de la empresa desde el inicio, para que su

funcionamiento sea el correcto entre los documentos a tomar en cuenta las patentes del municipio, el Ruc, permiso otorgado por el cuerpo de bomberos de la localidad.

Capítulo V; en este capítulo se enfocará en el área financiera, es uno de los temas más importantes para la empresa ya que se conocerá el funcionamiento, detallando las cantidades de los costos y gastos que tendrá la empresa, comenzando así desde la inversión inicial hasta el precio de venta del producto; y así conocer cuál es la rentabilidad que vamos a tener con la implantación de la empresa.

OBJETIVOS

Objetivo general

Establecer un plan de negocios para la creación de una empresa para la elaboración de helados artesanales a base de frutas de la zona (Guaba, chonta, guayaba), en el cantón El Chaco.

Objetivo Especifico

- Determinar el mercado objetivo del plan de negocios mediante una investigación en la población para conocer las preferencias y gustos sobre el producto a ofertar para así conocer la aceptación que se obtendrá.
- Describir el proceso de transformación del producto o servicio tomando en consideración los parámetros técnicos para cumplir con las especificaciones de calidad vigentes.
- Plantear aspectos importantes dentro de la empresa como es la misión, visión, valores, organigrama de la empresa etc. Que permitirán que la organización tenga una correcta funcionalidad dentro de cada uno de los departamentos a determinar.
- Identificar el marco legal que servirá para la creación de la empresa, se determinará los procesos con la finalidad de obtener los permisos de funcionamiento.
- Determinar la parte económica de la empresa, para poder tener una visión general del capital que se requiere para iniciar con el plan de negocios, determinando así el VAN, TIR, entre otros aspectos importantes que llevaran a tener conocimiento del tiempo de recuperación de lo invertido.

CAPITULO I

Mercado y Comercialización

1.1. Objetivo del capítulo

Determinar el mercado objetivo del plan de negocios mediante una investigación en la población para conocer las preferencias y gustos sobre el producto a ofertar para así conocer la aceptación que se obtendrá.

1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1. *Fundamentación del Servicio o Producto*

Según el autor (Roger , Hartley , & Rudelius , 2009) un producto es “un artículo, servicio o idea que consiste en u conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero y otra unidad de valor”. El plan de negocios que se está realizando sobre el producto de los helados artesanales con la finalidad de agregar al mercado, siendo este producto natural basado en frutas de la zona otorgando beneficios en la salud de los clientes.

El chontaduro conocido en la zona como chonta es una fruta que contiene muchos beneficios para la salud como lo indica la revista (MIA, 2017) el cual dice que contiene nutrientes como ácidos, proteínas, vitamina A, C, D, carbohidratos, minerales como es hierro, magnesio, calcio; entre otras; esta fruta es de mucha ayuda para las personas que tienen anemia o anorexia, también para las personas que pierden el apetito; y para todas las personas ya que brinda beneficios en la retención de la memoria.

La guaba es una fruta conocida por los beneficios que brinda a la salud según los (Mercados Nacioales de la cadena de frio, S.A, 2021) indican que alivia los nervios, reduce los niveles de colesterol, y uno de los beneficios más importantes es que por los antioxidantes que tiene la fruta ayuda a prevenir la presencia del cáncer, permitiendo mantener un corazón saludable.

La guayaba como fruta es una fuente importante pata la salud de las personas que cuenta con antioxidantes también aportando nutrientes como minerales, agua y carbohidratos, contiene alto nivel de vitamina C el cual estimula la producción de glóbulos blancos; es una de las frutas más recomendadas para bajar de peso;

contribuyendo al mejoramiento del sistema digestivo, ayudando a combatir enfermedades como la diabetes (Imbiomed, 2018).

1.2.2. Tabla de características del Producto o Servicio

Los helados artesanales son un producto alimenticio que la gente lo consume de manera semi congelada, este tipo de helados son elaborados con frutas frescas para el deleite de los clientes, es necesario conocer que la clamosidad del producto no tiene presencia de grasa; conociendo que para su elaboración no existe un procedimiento ni receta exacta por el mismo hecho de existir variedad de culturas, ambiente etc.

En la actualidad las empresas fabricantes de los helados artesanales en el Ecuador insertan más sabores y formatos al mercado y se los considera como más dinámicos y llaman la atención de los clientes por lo que se vuelven clientes ocasionales, aproximadamente existen 150 productos de referencia en variedad de marcas.

Los helados artesanales realizados con frutas producidas en la zona brindan diversos beneficios a la salud a comparación de otros, conociendo así que son frutas no son perjudiciales para la salud al contrario ayudan a prevenir enfermedades y brindando beneficios para el crecimiento sano de las personas.

El valor agregado en el producto no es el hecho de los sabores, sino los beneficios que brindan cada una de ellas; además que se ofertara diferentes presentaciones las cuales sean llamativos para las personas.

Para poder elaborar y comercializar el producto tendrá como su inicio en el cantón El Chaco provincia de Napo, ya que es una nueva forma de aprovechar oportunidades de negocio en el sector al existir unos escasos de empresas dedicadas al mismo giro de negocio, además que los frutos a utilizar brindan diversos aportes nutricionales.

Tabla 1

Tabla del valor nutricional del helado

Valor Nutricional	%
Carbohidratos	37.6
Agua	52.2
Proteína	3.3
Calcio	23 mgr
Hierro	47 mgr
Aceite	2-60

Fuente. - Josselyn Alquina (2021)

En la tabla presentada se puede observar el aporte nutricional que tiene el helado artesanal, tomando en cuenta que varía por el fruto a utilizar; aquella tabla es tomada de la fruta de chonta.

Ilustración 1

Presentación de las frutas para los helados



1.2. Mercado

Según (Kotler, Cámara , & Cruz, 2016) El mercado es el “Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio”. El lugar donde se va a implementar el producto es en el cantón El Chaco, provincia de Napo, el cual cuenta con 10.348 habitantes entre hombres y mujeres de toda edad para el año 2022,

indicando que son consumidores potenciales ya que lo podrían consumir en la actualidad o en un futuro; y con ello buscar satisfacer sus necesidades.

Para ello nos indica que el mercado se encuentra integrado por consumidores y vendedores; pero no es necesario vender productos tangibles sino también puede ser productos intangibles; recibiendo a cambio dinero.

1.3.1. Público objetivo de su producto

Con la información obtenida anteriormente, nos enfocaremos en el sector donde existe más población y comercial, a su vez que es una oportunidad clara de negocio siendo que en el lugar existe mínima competencia, y enfocándonos en personas de toda edad ya que es un producto beneficioso para todos.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

Con la categorización de sujetos se identificará quien es la o las personas que toman la decisión dentro de las compras.

Tabla 2

Categorización del sujeto

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Padres de familia, Jóvenes
¿Quién usa?	La familia
¿Quién decide?	Padres de familia, jóvenes
¿Qué influye?	Sociedad, hijos, médicos naturistas

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Josselyn Alquinga

Nota. - en la tabla presenta podemos observar que se indica las características de las personas que están involucradas a realizar la compra de la producción, sabiendo que los padres de familia van a tomar la decisión en caso que tengan hijos bajo su poder, y también por otro lado jóvenes que son independientes.

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Según los autores (Arnau Sabates & Montané Capdevila, 2018) la dimensión conductual “se constata que las actitudes predisponen a ejecutar determinados

comportamientos que, una vez puestos en práctica, pueden remodelar o cambiar las actitudes, llegando a desarrollar otras nuevas que requieran nuevos comportamientos y, por extensión, nuevas competencias. Actitud y comportamiento, siempre están en desarrollo, puesto que forman parte de un mismo proceso de intercomunicación y de interdependencia recíproca”.

Tabla 3

Dimensión Conductual para el Consumidor Final.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad:	Social, Alimentación
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Josselyn Alquinga

La tabla de dimensión conductual presentada ha permitido clasificar al mercado según su tipo de necesidad, el tipo de compra, la relación con la marca y la actitud frente al producto todo eso referente al producto a oferta que son los helados artesanales.

Dimensión Geográfica

Según la revista (Alejandre Jimenez, Ortiz Bosch, & Izaguirre Remón, 2018), “La formación de la cultura geográfica deviene como necesidad social en los momentos actuales, donde se carece de aquella parte de la cultura que refiera y defienda, desde un enfoque holístico, la integralidad de los procesos geográficos como una ciencia que rebasa su papel descriptivo y se convierte en una disciplina aplicativa. Constituye una manera de preparar al individuo para la vida y el comportamiento en la naturaleza y la sociedad, por lo que la aprehensión de la cultura geográfica y el valor del conocimiento geográfico conforman una parte integral de la cultura general de los seres humanos”

Tabla 4

Dimensión gráfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° HABITANTES AÑO 2010	T.C.P	T.C.P ACUMULADA	N° HABITANTES AÑO 2022
País	Ecuador	14.483,50	1,95%	23,40%	17.872,64
Región	Oriente	739.814	3,33%	39,96%	1.035.444
Provincia	Napo	103.697	3%	36,0%	141.028

Cantón	El Chaco	7960	1,5%	30,00%	10.348
---------------	-----------------	------	------	--------	--------

Fuente.-INEC 2010

Elaborado por: Josselyn Alquina

Nota.- Una vez investigado los datos de la dimensión geográfica podemos observar que la población a nivel nacional en el año 2010 ha sido de 14.483,50 y para el año 2022 se proyecta que tendrá 17.872,64; en la región amazónica en el año 2022 tendrá 1.035,44 personas; en la provincia de Napo se obtendrá 141.028 habitantes y en el cantón el chaco cuenta 7960 habitantes hasta el censo realizado en el año 2010 y en la misma tabla se realizó el cálculo de los habitantes para el año 2022 dando un total de 10.348 personas entre hombres y mujeres.

Dimensión demográfica

Según el (Instituto SINCHI, 2021) la “dimensión Demográfica: se presentan datos sobre la estructura y la dinámica de las poblaciones humanas. La información se encuentra clasificada según los siguientes procesos de análisis: i) distribución espacial de la población, ii) estructura de la población, iii) poblamiento, iv) crecimiento vegetativo, v) migración, vi) fecundidad y vii) composición de los hogares”.

Tabla 5

Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° HABITANTES AÑO 2010	T.C.P	T.C.P ACUMULADA	N° HABITANTES AÑO 2022
Sexo	Hombres-mujeres	7.960	1,5%	30%	10.348
Edad	15-49	3.985	1,5%	30%	5.181
Situación económicamente activa	PEA	2.465	1%	24%	3.057

Fuente.- INEC 2010

Elaborado por: Josselyn Alquina

Nota.- Una vez realizada las tablas de las dimensiones de identifico el área donde se va a realizar el emprendimiento además de sus habitantes entre hombres y mujeres del país, región, provincia y cantón; además de haber investigado la situación económicamente activa de la provincia de Napo.

1.3.1.3. Plan de muestreo

Según (Hernandez & Carpio , 2019, pág. 2) Se debe conocer el total de los elementos de la población que se está indagando, asignándoles de forma relativa un numero al azar hasta completar el número de muestras deseadas.

Prueba piloto

Se realiza una prueba piloto a treinta personas de la localidad, los cuales son posibles clientes conocedores de la existencia de las frutas, los cuales permitieron que se obtenga datos porcentuales confiables para poder aplicar el muestreo probabilístico. A continuación presentamos datos de la pregunta realizada en la prueba piloto.

1. ¿A usted le gustaría consumir helados de frutas propias del cantón?

Tabla 6

Resultados prueba piloto

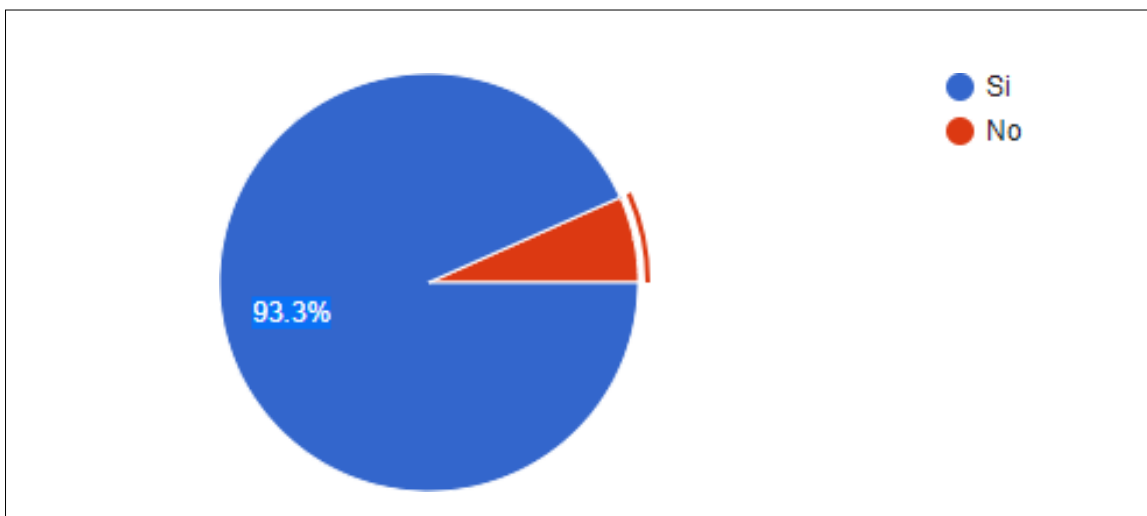
N°	SERIE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	(P)	28	93,3%
NO	(Q)	2	6,7%
TOTAL			100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Josselyn Alquinga

Gráfico 1

Resultados prueba piloto



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Josselyn Alquinga

Interpretación

Una vez realizado la encuesta a treinta personas determino que el 93,3% si desearía consumir los helados artesanales y el 6,7 no lo haría.

Análisis indicando que el mayor porcentaje si compraría los helados a base de frutas a utilizar en la elaboración de los helados artesanales no traen consecuencias secundarias, al contrario, esto beneficia a la salud y ayuda a prevenir enfermedades en las personas en toda edad sin excepción alguna.

La respuesta máxima obtenida en la prueba piloto es Si con un porcentaje de 93,3%, mientras que la respuesta No tuvo un porcentaje muy menor de 6,7%; y teniendo un valor sigma de 15.

Para realizar el muestreo probabilístico se toma como referencia el cantón El Chaco que cuenta con una población 5.181 habitantes, los datos indicados se lo determinaron en el estudio de segmentación demográfica que se realizó en un rango de edad de 15 a 49 años ya que son personas de que tienen mayor consumo de productos según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Con el propósito de evaluar la variable se empezará a calcular el tamaño de la muestra con la formula siguiente.

Simbología

n= Tamaño de la muestra

Z=Margen de confiabilidad del

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad en contra

E= Margen de error

N= Población total

Datos:

n=?

Z= 1,96

P= 93,3%

Q= 6,7%

E= 5%

N= 5.181

Fórmula aplicada los datos obteniendo los siguientes resultados:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{z^2 \cdot p \cdot q + Ne^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * (13,33\%) * (86,7\%) * (5.181)}{(1,96)^2 * (13,33) * (86,7) + (5.181) * (5\%)^2}$$

N=171.

Una vez aplicada la formula se obtiene una respuesta de 168 encuestas, una vez sacado el total se procede a realizar las encuestas a los moradores del cantón El Chaco, para conocer la factibilidad de la acogida de los helados artesanales.

1.3.1.4. Instrumentos para la recopilación de información

Los autores (Hernandez Mendoza & Duana Avila, 2020) indican que “el instrumento de recolección de datos está orientado a crear las condiciones para la medición. Los datos son conceptos que expresan una abstracción del mundo real, de lo sensorial, susceptible de ser percibido por los sentidos de manera directa o indirecta, donde todo lo empírico es medible”

Tabla 7

Cuadro de necesidades

Objetivo Específico: Realizar una investigación de los aspectos innovadores que tiene el producto, para con ello conocer el alcance que se requiere para llegar al mercado potencial.

N°	Necesidades de la información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos de análisis
1	Investigar los beneficios que tiene la materia prima	Secundario	Investigación propia	Páginas web, artículos científicos.
2	Conocer los lugares en donde se produce las frutas	Secundaria	Ministerio de agricultura y ganadería.	Página web de la institución.
3	Realizar un análisis de la competencia dentro de la zona	Secundaria	Investigación propia.	Encuestas
4	Buscar los beneficios del producto que va a salir a venta.	Secundaria	Investigación propia	Páginas web.

Elaborado por: Josselyn Alquina

Tabla 8

Objetivo estratégico

Objetivo Específico: Definir unas bases de investigación para conocer si el producto será aceptado en la población referente a gustos y presentación; a su vez determinado si existen empresas dedicadas al mismo giro de negocio.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Top de empresas que fabrican y comercializar helados artesanales en el sector	Secundaria	Ministerio de educación	Focus grup.
Aceptación del producto en la población	Primaria	Población	Encuesta
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Población	Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

1.3.1.5. Diseño y recolección de información

Información primaria

“La encuesta es una técnica que sirve para obtener información de manera sistemática acerca de una población determinada, a partir de las respuestas que proporciona una pequeña parte de los individuos que forman parte de dicha población. Frente al censo, que recogería información de todos y cada uno de los elementos de la población, algo que casi nunca resulta factible, la encuesta permite inferir los resultados del conjunto a partir de los obtenidos en una pequeña muestra representativa de la población” (Fron Fábregas & Pasadas del Amo, 2016).

Diseño de la encuesta

Se realizará un formato de encuesta en el que contenga preguntas sobre el producto, dicha encuesta contara con 10 preguntas las mismas que estarán enfocadas en las frutas a utilizar y presentación, para determinar los gustos y sabores de los clientes de los helados artesanales.

1.3.1.6. Análisis e interpretación

Pregunta 1 Seleccione el rango de edad al que usted pertenece

Tabla 9

Resultados pregunta N°1

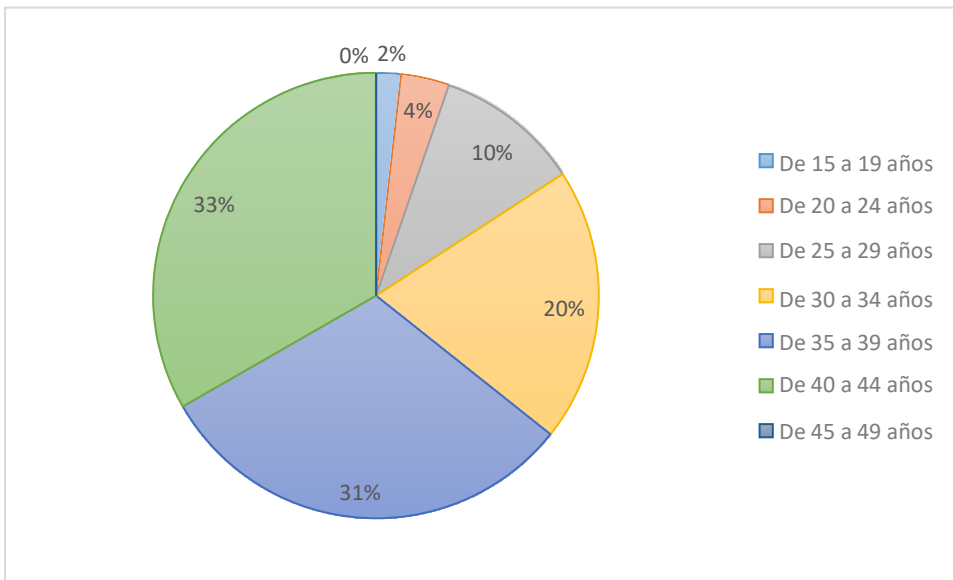
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 19 años	3	1,8%
De 20 a 24 años	6	3,5%
De 25 a 29 años	18	10,5%
De 30 a 34 años	34	19,9%
De 35 a 39 años	53	31,0%
De 40 a 44 años	57	33,3%
De 45 a 49 años	0	0,0%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 2

Pregunta N°1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis:

De las 171 personas encuestadas en el cantón El Chaco, las cuales representan el 100% ciudad, en donde se identificó los rangos de edades que se encuentran estipulados

dentro de 15 a 19 años con un 2%; seguido de las edades 20 a 24 años con un 4 %, las edades de de 25 a 29 años con el 10%, a continuación, las edades de 30 a 34 años que representa el 20%, de la edad 35 a 39 años de edad con un porcentaje de 31% y finalmente del rango de edad del 40 a 44 años con el 33%.

Interpretación

Una vez obtenido los resultados se ven reflejados el 100% de la población económicamente activa, en donde con mayor porcentaje se encuentra la edad de 40 a 44 años de edad con un 33%, siendo ese el grupo enfocado para consumidores claves.

Pregunta 2 ¿A degustado helados artesanales a base de frutas de la zona?

Tabla 10

Resultados pregunta N°2

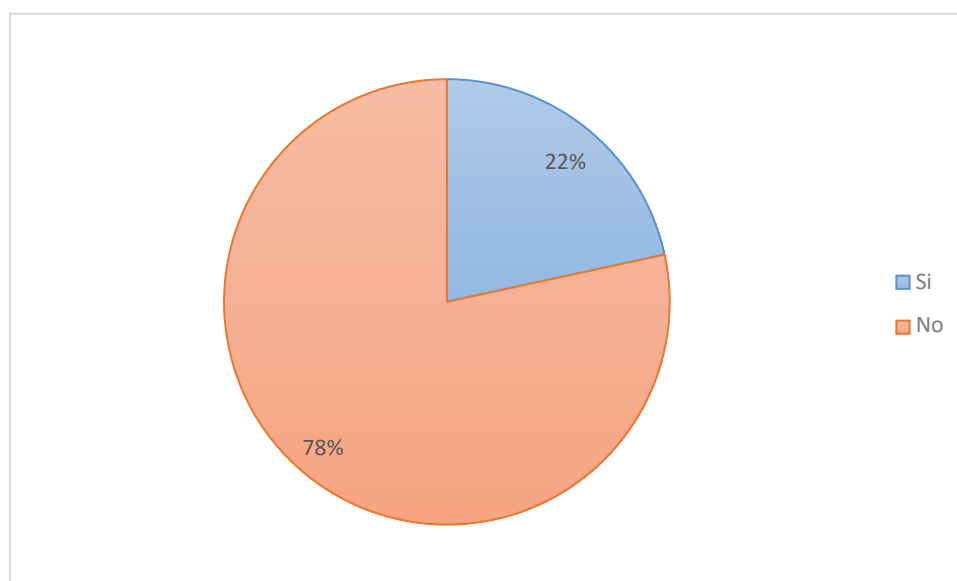
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	21,6%
No	134	78,4%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquinga

Gráfico 3

Pregunta N° 2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquinga

Análisis:

Del total de las personas encuestadas las cuales representan al 100% de la población, la mayoría de las personas no han consumido helados artesanales a base de frutas de la zona,

Interpretación:

Del total de las personas encuestadas el 78% no ha consumido helados artesanales con frutal oriundas de la zona, la cual es un aspecto positivo, ya que se puede introducir al mercado potencial el producto considerando que es nuevo en la población y es viable.

Pregunta 3 ¿Desearía consumir helados artesanales con frutas de la zona?

Tabla 11

Resultados pregunta N°3

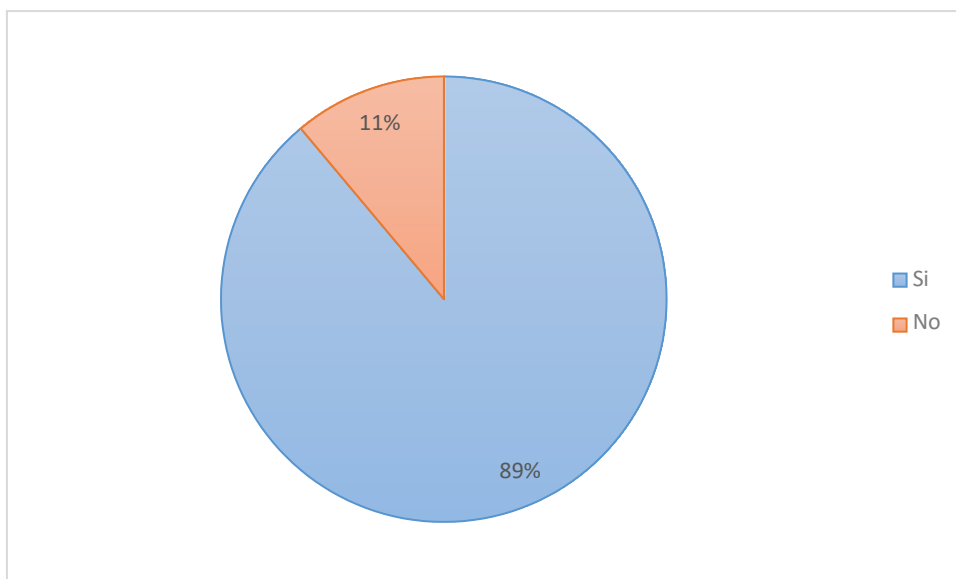
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	152	88,9%
No	19	11,1%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 4

Pregunta N°3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis:

De las 171 personas encuestadas se obtuvo un resultado positivo al consumo de los helados artesanales a base de frutas naturales en el Cantón.

Interpretación:

Conociendo que la zona enfocada a ofertar el producto no es grande, se considera que la mayoría de las personas si están dispuestas a consumir el producto, siendo que los mismos brindarían beneficios a la salud de las personas.

Pregunta 4 ¿Qué tipo de helado consume usted?

Tabla 12

Resultados pregunta N°4

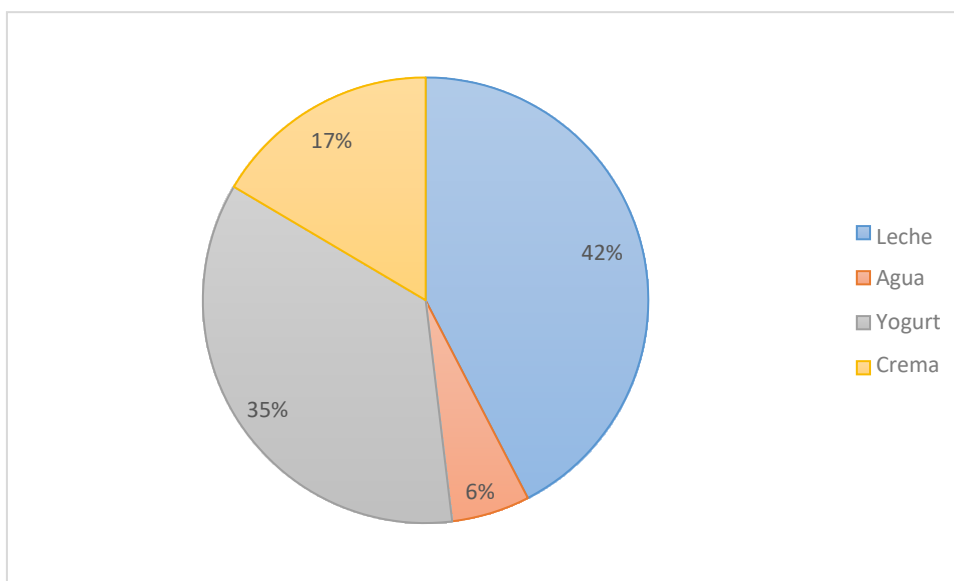
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Leche	67	42,4%
Agua	9	5,7%
Yogurt	56	35,4%
Crema	26	16,5%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 5

Pregunta N° 4



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis:

De las 171 personas encuestadas las cuales representan el 100% de la población, se determinó que 67 personas que representa el 42% prefieren consumir helados artesanales a base de leche, 56 personas que equivalen al 35% los prefieren en base de yogurt, 26 personas las que corresponden al 17 % les gustaría a base de crema y por ultimo 9 personas que representa al 6% lo consumirían en helados de agua.

Interpretación:

Se determinó que el 42% de las personas encuestadas prefieren consumir el producto a base de leche natural, la cual es importante ya que con ello se obtendría la materia prima directamente con el ganadero, y con ello buscar satisfacer las necesidades de los consumidores.

Pregunta 5 ¿Con que frecuencia consume helados?

Tabla 13

Resultados pregunta N°5

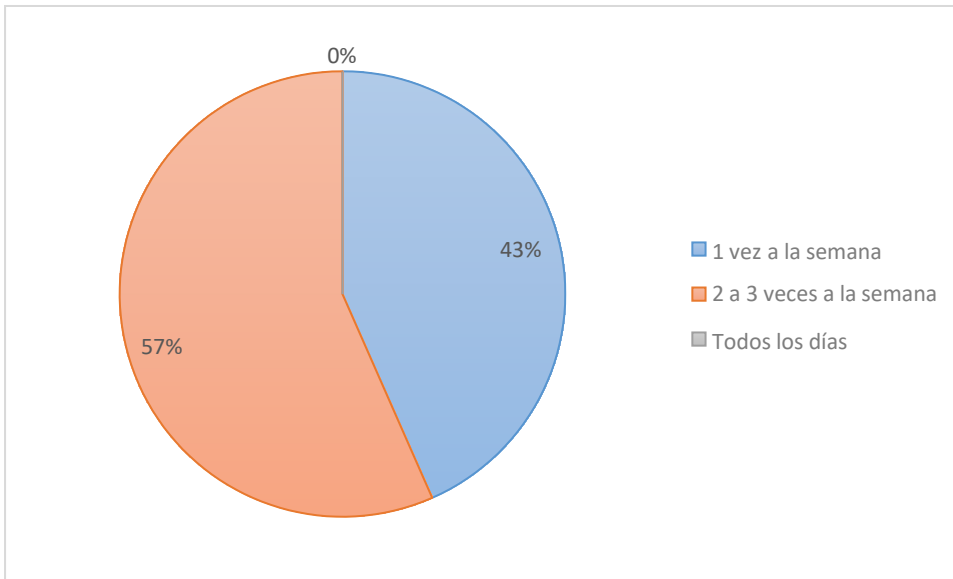
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 vez a la semana	69	43,4%
2 a 3 veces a la semana	90	56,6%
Todos los días	0	0,0%
TOTAL	159	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Gráfico 6

Pregunta N°5



Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Análisis:

De las 171 personas encuestadas que equivalen al 100% de la población, se identificó que 69 personas que corresponden al 43% consumen helados una vez por semana, 90 personas compran helados de dos a tres veces por semana y 0 personas se deleitan de helados todos los días.

Interpretación:

Una vez obtenido los resultados se determina que el 57% de las personas consumen helados varios días a la semana seguido por el 43% de personas que lo hacen una vez por semana; considerando que en el Cantón se consume el producto por tener un ambiente cálido y sería aceptado positivamente por los pobladores.

Pregunta 6 ¿Cuál es el sabor que más le gustaría consumir?

Tabla 14

Resultados pregunta N°6

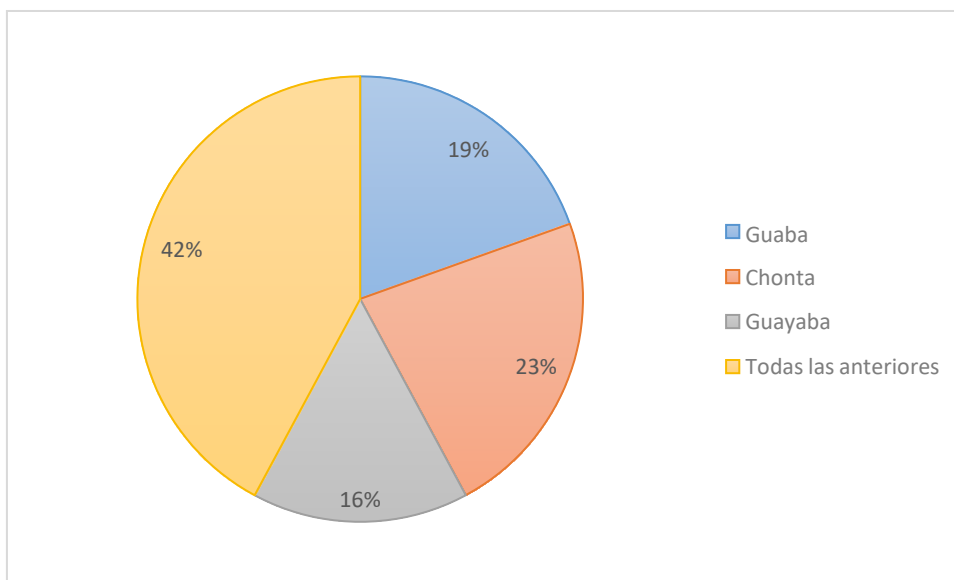
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Guaba	31	19,5%
Chonta	36	22,6%
Guayaba	25	15,7%
Todas las anteriores	79	42,1%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 7

Pregunta N° 6



Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Análisis:

De las 171 personas encuestadas que representan al 100% de la población, se determinó que 79 personas que corresponden 42% consumirían todos los sabores de helados a ofertar, seguido de 22% que corresponde a 36 personas desearían consumir el helado sabor a chonta, 31 personas que corresponde al 19% consumirían helados sabor a guaba y por último el 16% que corresponde a 25 personas les gustaría consumir el helado sabor a guayaba.

Interpretación:

De las personas encuestadas la mayoría si consumirían los helados en su variedad de sabores con un 42%, considerando que los sabores ofertados si son acogidos por las personas del Cantón, teniendo una acogida positiva dentro del mismo.

Pregunta 7 ¿De cuantos litros preferiría usted consumir el helado?

Tabla 15

Resultados pregunta N°7

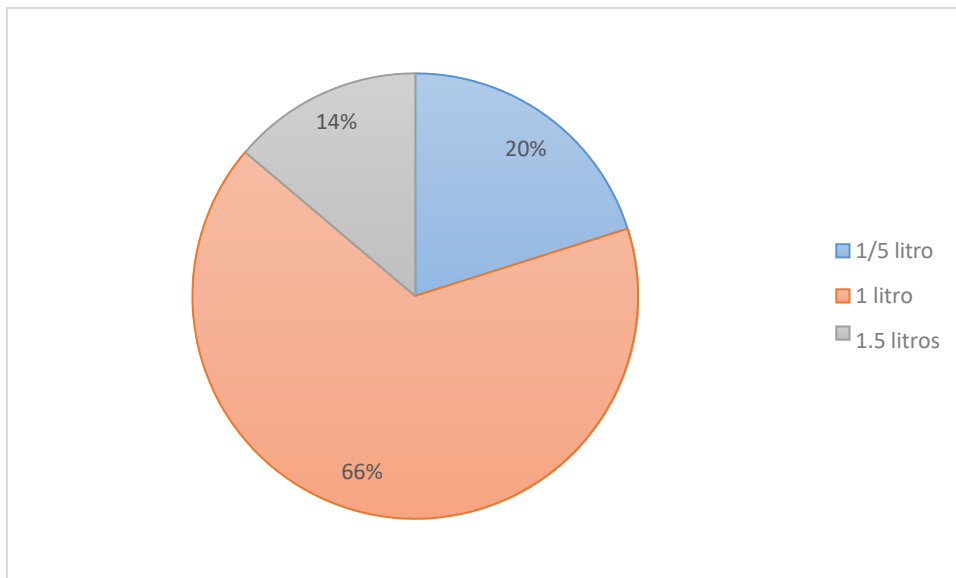
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1/5 litro	44	20,1%
1 litro	105	66,0%
1.5 litros	22	13,8%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 8

Pregunta N° 7



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis:

De las 171 personas que corresponden al 100% del Cantón, 105 personas que corresponden al 66% indican que el helado debe ser de 1 litro, seguido por el 20,% de personas que desearan el helado de ½ litro y por ultimo 22 personas que corresponden al 13,8% que les gustaría un helado de 1.5 litros.

Interpretación:

Una vez obtenido los resultados se identifica que el helado mas aceptado será el de 1 litro, considerando que es la cantidad normal de un helado, pero para saber la preferencia del cliente de indico otros pesos los cuales también han sido acogidos por los clientes.

Pregunta 8 ¿Usted tenía conocimiento de los beneficios que brinda a la salud las frutas (guaba, chonta, guayaba)?

Tabla 16

Resultados pregunta N°8

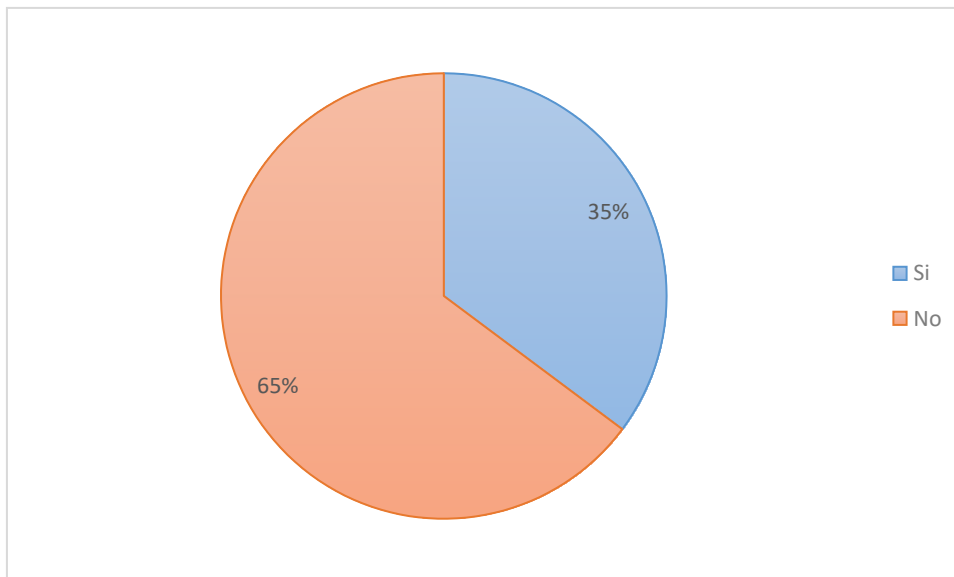
Variable	Frecuencia	Porcentaje	
Si	56	35,2%	
No	115	64,8%	
TOTAL	171	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 9

Pregunta N°8



Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Análisis:

De las 171 personas encuestadas que corresponden al 100% de la población, el 66% de las personas no tienen conocimiento de los beneficios que brindan las frutas a utilizar y el 35% si tiene conocimiento.

Interpretación:

Dentro del análisis se determinó que la mayoría de las personas encuestadas no tienen conocimiento de los beneficios a la salud que brinda cada una de las frutas, considerando un aspecto importante para llegar al cliente y a las personas que lo conocen de igual forma brindar más información sobre el tema.

Pregunta 9 ¿Habitualmente donde realiza la compra de sus helados?

Tabla 17

Resultados pregunta N°9

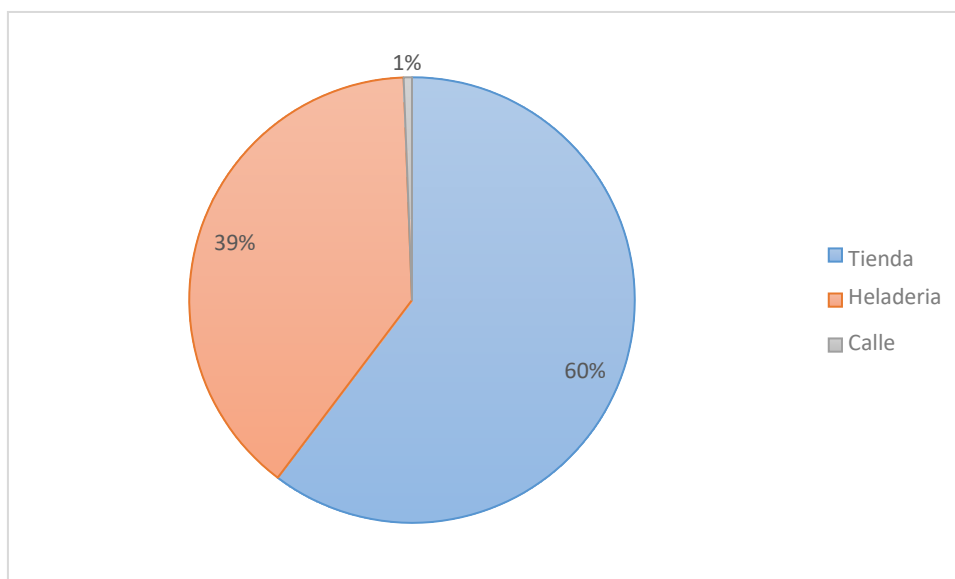
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tienda	100	60%
Heladería	66	39%
Calle	5	1%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 10

Pregunta N°9



Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Análisis:

De las 171 personas encuestadas las mismas que representan al 100% de la población indicaron que 100 personas que corresponde las 60% adquieren sus helados en una tienda, seguido por el 39% que representa a 66 personas lo hacen en una heladería y el 1% lo compra a los vendedores ambulantes que existen en el sector.

Interpretación:

Después de haber realizado el análisis se determinó que la mayoría de personas adquieren sus helados en una tienda o supermercados considerando que no son exactamente helados artesanales sino helado de diferentes marcas que hay a nivel nacional.

Pregunta 10 Al momento de realizar su compra usted se fija más en:

Tabla 18

Resultados pregunta N° 10

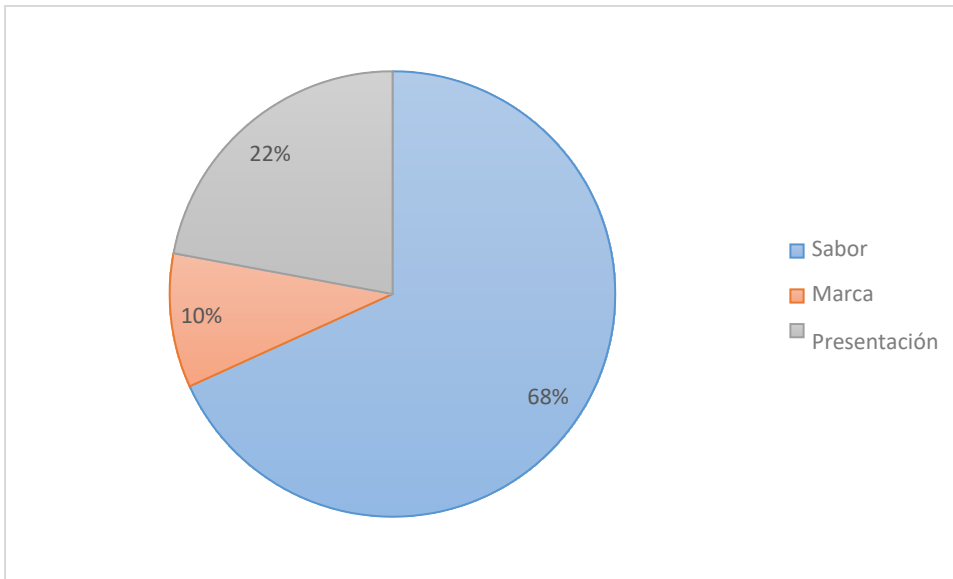
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	115	68%
Marca	17	10%
Presentación	39	22%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 11

Pregunta N° 10



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis

De las 171 personas encuestadas las mismas que corresponden al 100% de la población se identificó que las personas para realizar sus comprar se fijan en diferentes aspectos como son, el 68% lo adquiere por el sabor, el 22% por la marca y el 10% por la presentación del producto.

Interpretación

Se identificó que la mayoría de las personas adquieren el producto por el sabor que tienen, llevando esto a un compromiso como empresa a ofertar productor con un sabor agradable y delicioso para el paladar de los consumidores.

Pregunta 11 ¿En qué presentación le gustaría adquirir su helado?

Tabla 19

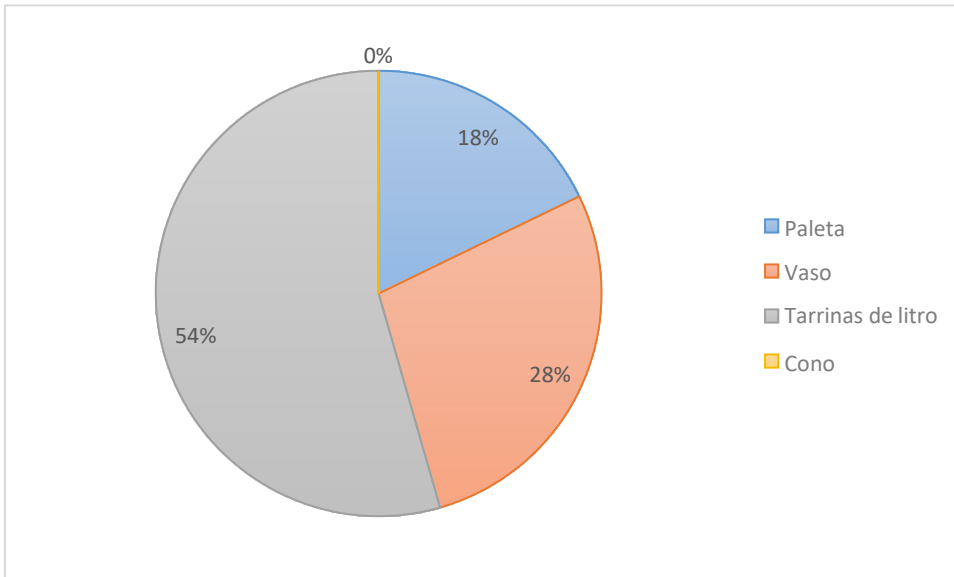
Resultados pregunta N° 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paleta	30	18%
Vaso	48	28%
Tarrinas de litro	93	55%
Cono	0	0%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 12

Pregunta 11



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis

De las 171 personas encuestadas las mismas que representan al 100% de la población, la mayoría de personas con un 55% indicaron que la mejor presentación de adquirir los helados es en presentación de bola en cono de galleta, considerando que todas las presentaciones son acogidas por las personas.

Interpretación

De las personas encuestadas se determinó que la presentación con la que más adquieren los clientes es el de cono de galleta con un 55%, ya que será llamativo para las personas al saber que también podrán consumir el cono.

Pregunta 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?

Tabla 20

Resultado pregunta N° 12

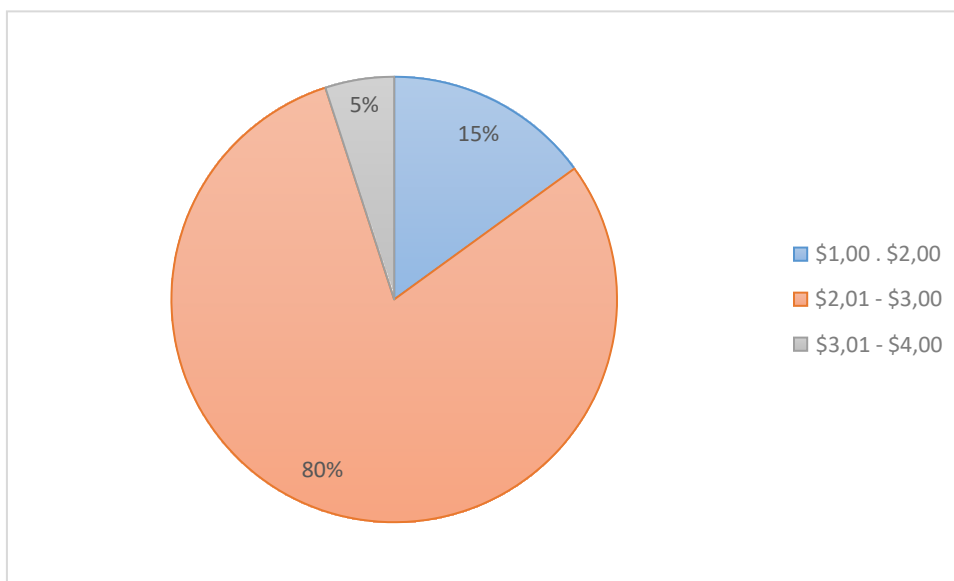
Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00 - \$2,00	29	15%
\$2,01 - \$3,00	130	80%
\$3,01 - \$4,00	12	5%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Gráfico 13

Pregunta 12



Fuente: Encuesta

Elaboración propia

Análisis

De las 171 personas encuestadas las cuales representan al 100%, el 80% que corresponde a 130 personas estarían en la posibilidad de cancelar de \$2,01 a \$3,00 por litro de helado artesanal, seguido por un 15 % con un valor de \$1,00- \$2,00 y por último con 5% de 3,01- \$4,00 dólares.

Interpretación

Una vez obtenido los valores se determina que el valor a cancelar por el litro del helado es de \$2,01 a \$3,00 dólar, sabiendo que son valores accesibles para las personas.

1.3.2. Demanda potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se consideró a las personas del Cantón El Chaco de un rango de edad de 15-80 años, indicando que el índice de la tasa de crecimiento poblacional es de 1,5%; con ellos mediante los cálculos se obtuvo un total de 4.876 habitantes para el año 2026.

Tabla 21

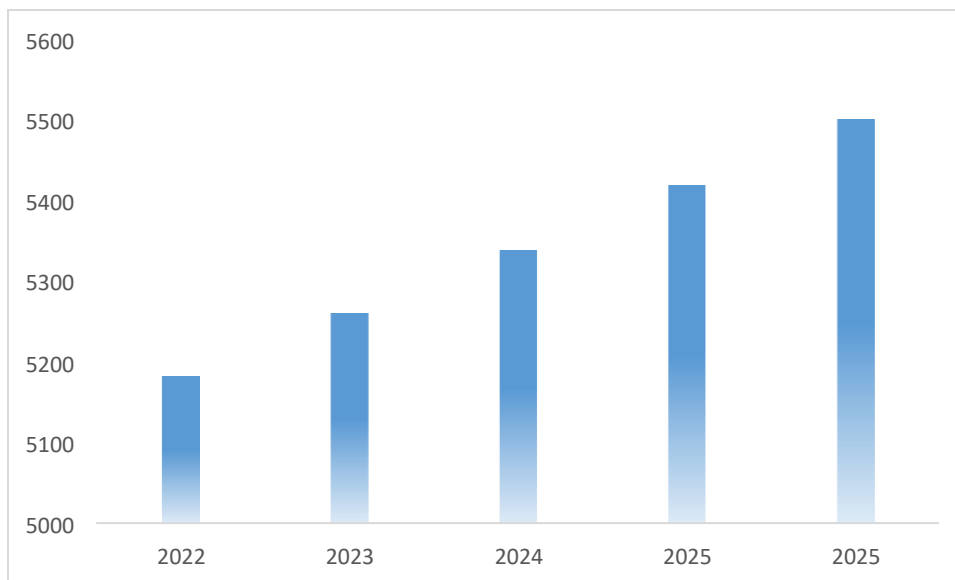
Proyección de la tasa de crecimiento poblacional en el cantón El Chaco

Año	T.C.P 1,5%	Personas de 15-49
2022	1,50%	5181
2023	1,50%	5258,72
2024	1,50%	5337,60
2025	1,50%	5417,66
2025	1,50%	5498,92

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Josselyn Alquina

Gráfico 14

Proyección del crecimiento poblacional



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Josselyn Alquina

Una vez obtenido los resultados de la encuesta realizada a los pobladores del cantón El Chaco, se toma como referencia la pregunta 3 de la encuesta, la misma que

muestra el porcentaje de aceptación del producto en el mercado el cual es de 88,9%; y la pregunta 5 la que indica que la frecuencia de consumo de helado del cliente, el mismo que se realiza la multiplicación para poder obtener la demanda potencial de helado de manera mensual, y la misma proyectada a los 12 meses del año y así dando un resultado de la demanda potencial anual de los helados artesanales hechos a base de frutas naturales; presentando resultados en la siguiente tabla:

Tabla 22

Proyección de la demanda potencial

Variables	Personas de 20 a 59 años	Valor	Demanda del producto	Frecuencia Anual	Demanda del producto anual
1 vez a la semana	1983	43%	852,6	52	44335
2 a 3 veces por semana	2628	57%	1212,8	26	31534
Todos los días	0	0%		0	0
TOTAL	4611	100%	2065,4		75869

Fuente: Elaboración propia en base a las preguntas 5 de la encuesta.

1.4. Análisis del macro y micro ambiente

1.4.1. Análisis de Micro Ambiente

Las 5 fuerzas de Porter permitirán realizar un análisis de micro ambiente, el mismo que va a permitir identificar los factores principales que llevarán a la empresa a tomar decisiones en base a la elaboración y comercialización de helados artesanales.

Según el autor (Porter, 2014), indica que se conocer cinco fuerzas permitirán conocer las consecuencias que tendrá la empresa a largo plazo en el segmento que se encuentre.

- **Poder de negociación de los proveedores: Alto**

Los proveedores dentro de una empresa o emprendimiento son importantes y más aún si son productos naturales, es por ello que se contara con proveedores calificados y que a su vez tengan precios accesibles, teniendo en cuenta que son productos que por su naturaleza se producen en temporadas y su demanda es baja y por ello existirá demasiada materia prima.

Las frutas a utilizar son de tierras cálidas, que requieren a su vez de mucho abono orgánico el cual permite que las frutas no contengan químicos y no sean perjudiciales para la salud. Los lugares en los que se produce las frutas son en el cantón El Chaco y sus alrededores.

- **Poder de negociación de los consumidores: Alto**

Los clientes una vez consumido el producto quedaran atraídos, ya que también se permitirán conocer cada una de sus características y beneficios que brinda en base a la salud como son vitaminas, producción de glóbulos blancos; además que ayuda a prevenir enfermedades, ofreciéndoles así el producto en diferentes presentaciones que al cliente le llame la atención adquirir el producto.

- **Productos sustitutos: Alto**

La amenazada de entrada de productos sustitutos es muy probable como puede ser helados artesanales de otros sabores, pero estos cuentan con diferencias abrumantes en base al producto a ofertar ya que contendrán químicos que pueden tener reacciones secundarias en los consumidores, mientras que el helado artesanal a promocionar brindara beneficios en la salud de los clientes, con este plan de negocios y el producto se quiere fomentar el cuidado de la salud consumiendo cosas naturales.

- **Entrada de nuevos competidores: Baja**

La amenaza de nuevos competidores en la zona es muy baja, ya que las personas de las zonas se dedican más a la agricultura y ganadería; sin embargo, no se descarta la entrada de nuevos competidores, pero en baja demanda; siendo también un factor diferenciador los beneficios a la salud.

- **Rivalidad de la industria: Alta**

Dentro del mercado existen productos naturales que benefician a la salud, pero algunos de ellos no son bien aceptados por el sistema inmunológico de las personas y pueden causar reacciones, siendo esta una oportunidad para ingresar al mercado.

1.3.2. Análisis del Macro Ambiente.

Según la revista (Taípe Yáñez & Pazmiño, 2015), indica que el macro ambiente está compuesto por factores externos que de una u otra manera afectan a la empresa, entre los factores que se conocen dentro del mismo son, político, económico, sociales, tecnológicos; los cuales son aspecto que influyen en las actividades que realice la empresa diariamente.

Análisis del Entorno

Entorno Político

“Son los aspectos gubernamentales que inciden de forma directa en la empresa. Aquí entran las políticas impositivas o de incentivos empresariales en determinados sectores, regulaciones sobre empleo, el fomento del comercio exterior, la estabilidad gubernamental, el sistema de gobierno, los tratados internacionales o la existencia de conflictos internos o con otros países actuales o futuros. También la manera de la que se organizan las distintas administraciones locales, regionales y nacionales. Los proyectos de los partidos mayoritarios sobre la empresa también se incluyen en este apartado” (Cerem International Business School, 2021).

En Ecuador la política se ha vuelto un apoyo para que los emprendedores puedan sacar sus negocios al mercado, ya que se han incrementado leyes que les permitan a las empresas tener más oportunidades de estar en el mercado potencial con empresas del exterior, esto permitirá que las empresas crezcan económicamente ya que con las empresas extranjeras tienen mayor facilidad de tener un poder adquisitivo exitoso.

Entorno Económico

“El concepto de entorno económico abarca todo aquello que nos rodea y nos afecta o que puede llegar a hacerlo de algún modo. Su apreciación no es sencilla, dado que existen multitud de variables que se relacionan entre sí, cuyos cambios provocan reacciones en cadena que no pueden estudiarse de forma aislada. Para entenderlo y poder anticipar su evolución, contamos con la ayuda de la macroeconomía y todas las herramientas que pone a nuestro alcance” (Álvarez González , 2003).

Mediante un informe presentado por (Banco Central del Ecuador, 2021); indican que el segundo trimestre del año 2021, la economía del Ecuador creció considerablemente en 8,4% a comparación del año 2020; con ello se cree que una recuperación de actividades productivas y económicas en el país. Es importante indicar que el consumo en los hogares subió a 10,5% y el 16% en las exportaciones.

- Tasa de interés

La tasa de interés para el segmento de las PYMES ha tenido un porcentaje anual de 10,63 en el año 2021 (Banco Central del Ecuador, 2021), el cual indica que a diferencia de los años pasados tuvo un incremento, siendo este también un factor de amenaza para que se incrementen gastos.

Entorno social

El Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), indica que en el cantón El Chaco existen 7.878 habitantes entre hombres y mujeres, los cuales personas de 15 a 64 años son 4.945; en los que a partir de esa edad la mayoría de jóvenes comienzan a ser independientes; ya que muchos hogares son de bajos recursos económicos y se dedican a la agricultura y ganadería, siendo mercados potenciales en zona ya que los productos cosechados se distribuyen a nivel nacional.

Entorno Tecnológico

Es importante que las empresas manejen máquinas de última tecnología ya que con ello aumenta la producción y los procedimientos a realizar son más rápidos, y obteniendo productos en perfecto estado, conociendo también que se disminuyen los costos, esfuerzos y satisfacen las necesidades hasta de las personas que laboran en la empresa.

Con el tiempo el uso de la tecnología ha sido de vital importancia ya que se tiene accedido a diversa información; y con ello también promocionar los servicios o productos que se saca al mercado; ya que hoy en día se realiza ventas mediante redes sociales y páginas web agregando la información necesaria para que el cliente este seguro de los productos; siendo este un aspecto innovador y ofrece con mayor rapidez la promoción el producto.

Matriz de evaluación del factor externo (MEFE)

Tabla 23

Matriz EFE.

Factores Críticos	Peso	Calificación	Ponderación
OPORTUNIDADES			
Lugar de masiva afluencia de gente.	0,13	4	0,52
Deficit de empresas en el mismo giro de negocio	0,1	3	0,3
Implementar un producto nuevo al mercado.	0,1	4	0,4
Constante crecimiento poblacional.	0,09	3	0,27

Accesibilidad a créditos que brinda el gobierno para los emprendedores por medio de las entidades financieras	0,08	3	0,24
AMENAZAS			
Apertura de empresas con el mismo giro de negocio.	0,09	1	0,09
Cambio climático	0,08	1	0,08
Procedimientos legales que afecten la funcionalidad del negocio.	0,11	2	0,22
Escases de la producción de las frutas	0,12	2	0,24
Subida de precios de la materia prima	0,1	1	0,1
TOTAL	1		2,46

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis. - Una vez realizado la Matiz EFE considerando aspectos que van acorde a las oportunidades y amenazas se obtuvo un valor de 2,46 el cual se encuentra en el lado positivo en el posicionamiento de los helados en el mercado.

Matriz de evaluación del factor interno (MEFI)

Tabla 24

Matriz EFI

Factores Críticos	Peso	Calificación	Ponderación
FORTALEZAS			
Actitud positiva de los miembros de la empresa para realizar el producto	0,12	3	0,36
Proveedores calificados existentes en la zona	0,11	4	0,44
Frutas a utilizar sin químicos	0,13	3	0,39
Producto con aspectos positivos para la salud	0,11	4	0,44
Precio accesible para los clientes.	0,1	4	0,4
DEBILIDADES			
Producto poco conocido en la zona	0,08	1	0,08
Recursos físicos para la empresa.	0,09	2	0,18
Desconocimiento de los beneficios de las frutas	0,09	2	0,18
Bajo conocimiento del uso de la tecnología para el proceso a realizar.	0,09	2	0,18
Producción de la fruta en diferentes temporadas.	0,08	1	0,08
TOTAL	1		3,45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Josselyn Alquina

Análisis: Después de haber realizado la Matriz EFI se obtuvo un valor de 3,45; el cual indica que tiene un aspecto favorable en base a las fortalezas que le caracteriza.

Matriz FODA

Tabla 25

Matriz FODA

FORTALEZA		DEBILIDAD	
Actitud positiva de los miembros de la empresa para realizar el producto	20	Producto poco conocido en la zona	30
Proveedores calificados existentes en la zona	15	Recursos físicos para la empresa.	20
Frutas a utilizar sin químicos	30	Desconocimiento de los beneficios de las frutas	20
Producto con aspectos positivos para la salud	20	Bajo conocimiento del uso de la tecnología para el proceso a realizar.	10
Precio accesible para los clientes.	15	Producción de la fruta en diferentes temporadas.	20
TOTAL	100	TOTAL	100
AMENAZA		OPORTUNIDAD	
Apertura de empresas con el mismo giro de negocio.	20	Lugar de masiva afluencia de gente.	30
Cambio climático	15	Deficit de empresas en el mismo giro de negocio	20
Procedimientos legales que afecten la funcionalidad del negocio.	15	Implementar un producto nuevo al mercado	20
Escases de la producción de las frutas	25	Constante crecimiento poblacional.	15
Subida de precios de la materia prima	25	Accesibilidad a créditos que brinda el gobierno para los emprendedores por medio de las entidades financieras	15
TOTAL	100		100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Josselyn Alquinga

1.4.2. Análisis del macro ambiente.

Matriz de perfil competitivo MPC

Los autores (Jaya Pineda & Cononel Serrano , 2020) indican que la elaboración de la matriz de perfil competitivo (MPC), permite identificar a los competidores directos,

y ayuda a conocer las fortalezas y debilidades de la empresa, es decir, su posición estratégica frente a los competidores.

Tabla 26

Matriz MPC.

Factor clave del éxito	HELADOS ARTESANALES JC		HELADOS EL ALISAR		HELADOS DEL VALLE		
	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	
Calidad del producto	0,25	3	0,75	4	1	2	0,5
Precio accesible al consumidor	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Frutas naturales	0,25	2	0,5	3	0,75	2	0,5
Beneficio del producto	0,15	2	0,3	3	0,45	2	0,3
Presentación del helado	0,15	3	0,45	2	0,3	2	0,3
TOTAL	1		2,6		3,1		2,2

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Josselyn Alquinga

Análisis:

Una vez realizada la matriz MPC, se puede indicar que se identificó tres competencias directas, las cuales son Helados artesanales JC, Helados “El Alisar” y Helados del Valle, obteniendo el valor de 3,1 como puntaje más alto en comparación a las otras empresas; dando este resultado por la acogida que tiene el producto y por qué ya se encuentra posicionado dentro del mercado, por ello, se considera que Helados “El Alisar” es el competidor directo de la empresa.

1.4.3. Proyección de la oferta

Tabla 27

Oferta competitiva

OFERTA	
Competencia	Ventas anuales
Helados artesanales JC	10400,00
Helados El Alisar	20800,00
Helados El Valle	15600,00
TOTAL	46800,00

Fuente: Elaboración propia basado en dichos autores.

La influencia de los Helados artesanales a base de fruta, en relación a la oferta no cuenta con un porcentaje definido ya que tenemos una tasa de crecimiento del 3% en el sector frutícola en el cual engloba diferentes frutas incluyendo las que se van a utilizar para realizar el producto, por lo tanto se realizara una multiplicación por los meses del año y la tasa de crecimiento indicada.

Tabla 28

Proyección de la demanda 2022-2026

Año	Demanda potencial de productos	TCP
2022	28497	
2023	28924	1,50%
2024	29358	1,50%
2025	29799	1,50%
2026	30246	1,50%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Josselyn Alquinga

1.5. Demanda "Potencial Insatisfecha"

Tabla 29

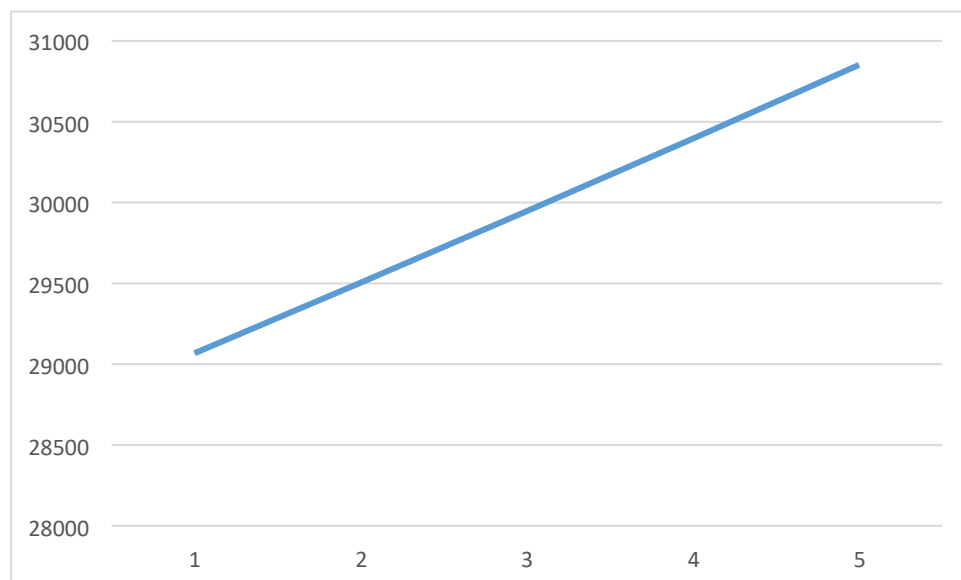
Calculo de la Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI/anual
2022	75869	46800	29069
2023	77007	47502	29505
2024	78162	48215	29947
2025	79334	48938	30396
2026	80524	49672	30852

Fuente. - Elaboración propia

Gráfico 15

Representación gráfica DPI



Fuente. - Elaboración propia

1.6. Diseño de la marca (branding)

Marca, Logotipo y Slogan

Marca

La marca en una empresa es importante ya que es la identificación del producto a ofertar; es por ello que se ha tomado el nombre de "Shilita" Ice Cream; el mismo que es considerado como la identificación del producto a ofertar, el mismo que tiene relación con una persona que se dedica al cultivo de las frutas naturales a base de

abono orgánico; el propósito es introducir al mercado una nueva marca con excelente calidad y sabor; para que el producto sea acogido por los clientes.

Ilustración 1

Marca del producto

"Shilita" ICE CREAM

Fuente: Elaboración propia

Logotipo

El logotipo es la parte creativa para identificar el producto "Shilita" ICE CREAM, es una parte importante para realizar el producto ya que representa a una persona se dedicaba al cultivo y comercialización de frutas naturales, dando a notar el trabajo arduo de los agricultores en la zona; la figura que indica en el gráfico es la representativa de un helado artesanal, teniendo así la atención de los clientes.

Ilustración 2

Logotipo



Fuente: Elaboración propia

Slogan

Es la parte que hace diferente a los demás, por lo que se a tomado como slogan la frase "Salud y sabor para una vida mejor"; dando a entender que los helados no solo

son para refrescar, sino que a su vez proporcionan beneficios para la salud de las personas.

Ilustración 3

Slogan

Salud y sabor para una vida mejor

Fuente: Elaboración propia

1.7. Estrategias de marketing

Estrategia

La estrategia en una empresa, permite que la empresa llegue a los clientes de diferente manera, con el objetivo de vender el producto e ir incrementando ventas; siendo estos propósitos de negocio de la organización, en relación a lo indicado se determina los medios digitales y redes sociales con las que se puede llegar mas a las personas para dar a conocer la empresa y el producto.

1.8. Publicidad que se realizará

Redes sociales: Facebook, Instagram, Tik Tok

Para promocionar el producto se creará una página, en donde se dará conocer el producto, precios, promociones y sobre todo algunos de los beneficios que brindan; en las que se realizara publicaciones de las presentaciones a ofertar; teniendo una persona encargada de responder mensajes de las personas que deseen consumir el producto; sabiendo actualizar la página diariamente.

Flayers

Con el objetivo de dar a conocer el producto a la población no solo por redes sociales sino también por la entrega de afiches dentro del cantón, ya que es forma oportuna de que las personas que no manejan redes sociales conozcan el producto; utilizando como referencia puntos estratégicos dentro de la población como es mercado, parques de diversión, etc.; teniendo en cuenta el presupuesto a manejar.

Página Web

Se creará una página web en la cual conste la información de la empresa de quienes somos y a que se dedica la empresa, con los productos en ventas, indicando precios, promociones y beneficios; manejando una buena imagen empresarial para que sea acogido positivamente por el cliente.

Tabla 30

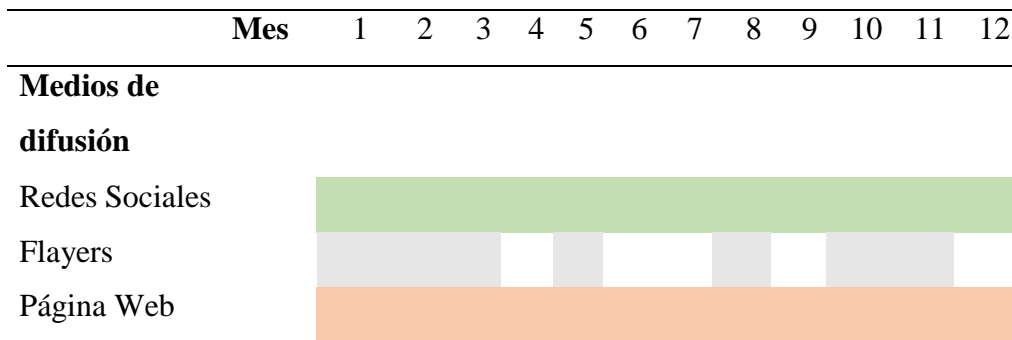
Asignación de presupuesto de las estrategias de marketing

Concepto	Valor
Redes Sociales	\$ 200,00
Flayers	\$ 150,00
Página web	\$ 250,00
Total	\$ 600,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31

Agenda establecidos de publicidad



Fuente: Elaboración propia

Tabla 32

Plan de acción de medios de difusión

Medios de difusión	Responsable	Tiempo	Recursos
Facebook	Asesor comercial, administrador	12 meses	Económicos
Instagram	Asesor comercial, administrador	12 meses	Económicos
Tik Tok	Asesor comercial, administrador	12 meses	Económicos

Flayers	Asesor comercial, administrador	4 meses	Materiales y económicos
Página Web	Asesor comercial, administrador	12 meses	Económicos

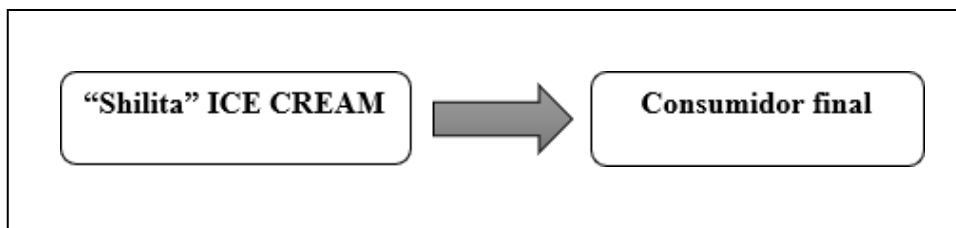
Fuente: Elaboración propia

1.9. Sistema de distribución a utilizar

Para realizar la comercialización del producto se lo realizara por medio de un local físico, en la cual se puedan distribuir de manera directa al cliente; y a su vez por medio de intermediarios los cuales puedan vender los helados artesanales; ofreciendo a los clientes entregas a Domicio. Por lo que se mantendrá canales de distribución de manera directa e indirecta, sabiendo llegar al consumidor final.

Gráfico 16

Canal de distribución directo

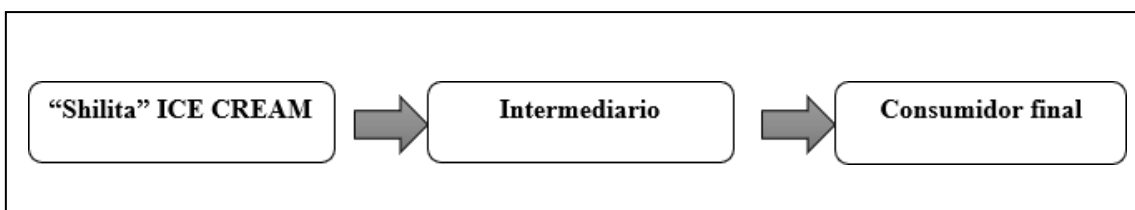


Fuente: Elaboración propia

Nota: Mediante el grafico se da a conocer como se realizara la entrega o distribucion de los helados artesanales a sus cliente, siendo esto de la empresa al consumidor final.

Gráfico 17

Canal de distribución indirecta



Fuente: Elaboración propia

Nota: Por medio de el grafico se puede observar el proceso de la distribución indirecta del producto, teniendo claro que los intermediarios a distribuir el producto son claves.

1.10. Segmentación de clientes.

En la segmentación de clientes se busca tener un vínculo con las personas que han adquirido el producto, con esto se busca obtener toda información que relacione al cliente, para que con ello se pueda brindar un mejor servicio y satisfaciendo su necesidad al 100%; todo sea con el objetivo de mantener una relación exitosa con el cliente y poder captar más personas que consuman los helados artesanales, en la siguiente tabla se detallara una base de datos que servirá para llevar una información clara de cada uno de los clientes.

Tabla 33

Base de datos de clientes

Nombre del cliente	N° de cédula/RUC	Teléfono/ Celular	Dirección	Email	Frecuencia de la compra	Monto de compra
Wilson					12 veces al mes	15 helados artesanales
Alquinga	150012424-1	0993777390	El Chaco	wilama64@yahoo.com	10 veces al mes	10 helados artesanales.
Lupe Villafuerte		0993886905	El Chaco	lmvp72@hotmail.com	10 veces al mes	10 helados artesanales.

Fuente: Elaboración propia

1.11. Mercados alternativos

Una vez que el producto se haya introducido al mercado y no haber obtenido resultados favorables, se buscara otras frutas naturales aparte de las especificadas; manteniendo la misma cantidad de materia prima a utilizar; las frutas nuevas a ocupar deberán tener mejores beneficios que permita que el cliente adquiera el producto.

Teniendo en cuenta que las frutas a utilizar para realizar el helado artesanal serian:

- Arazá.
- Uva de monte.

- Tomate de árbol
- Naranjilla
- Zapote.

CAPITULO II

Área de producción (operaciones)

2.1. Objetivo de estudio de producción

Describir el proceso de transformación del producto o servicio tomando en consideración los parámetros técnicos para cumplir con las especificaciones de calidad vigentes.

2.2. Descripción del proceso

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

El proceso de la transformación de los helados artesanales está compuesto por diversas etapas con las que se garantizara brindar a los clientes un producto de calidad, entre ellas tenemos:

- Recepción y almacenamiento de la materia prima
- Selección de la materia prima.
- Lavado de las frutas (guaba, chonta, guayaba)
- Despulpado de frutas
- Pasteurización
- Dosificación de la materia prima
- Mezcla de la materia prima
- Enfriamiento
- Congelación
- Empaquetado y sellado.
- Almacenamiento en bodega

Recepción y almacenamiento de la materia prima

La recepción y el almacenamiento de la materia prima se orientan a recibir y verificar que la materia prima solicitada a los proveedores se encuentre en buen estado verificando fechas de caducidad y en frutas observando que no se encuentren en mal estado, para que con ello se proceda a realizar el siguiente proceso.

Los productos lácteos que requieren ser enfriadas como son la leche, suero se lo hará hasta 5°C, con la finalidad que mantengan su densidad.

Selección de la materia prima.

Entre toda la materia prima que llegue a la empresa ya sea frutas o productos lácteos, se realiza una verificación del estado en las que se encuentran, para que puedan seguir al proceso de producción.

Lavado de las frutas (guaba, chonta, guayaba)

Se realiza el lavado en agua tibia (30°C) de las frutas de manera individual para que toda la suciedad que posee la fruta salga con facilidad.

Despulpado de frutas

Para realizar el despulpado de la fruta, este proceso se lo puede realizar en un despulpador o en una licuadora; se comienza extrayendo las pepas de las frutas y colocando la fruta en el material a utilizar; realizar este proceso por 3 minutos; una vez obtenido la pulpa se coloca en un recipiente y colocarlo al refrigerador.

Pasteurización

El proceso de pasteurización es una modalidad de calentamiento hasta 60°C por unos 40 minutos, el mismo que tiene la finalidad de la eliminación de los microorganismos que se pueden encontrar dentro de la mezcla realizada; además que inactiva las enzimas los cuales pueden provocar modificaciones en el sabor y olor del helado durante su almacenamiento.

Dosificación de la materia prima

Para realizar una base de helados artesanales se utiliza los siguientes ingredientes con su respectivo pesaje; 600g de fruta (guaba, guayaba o chonta), 1290g de leche entera, 73g de leche en polvo desnatada, 80g de azúcar glase, 80g de azúcar invertida, 10g de nata y 8g de estabilizante para los helados.

Mezcla de la materia prima

Una vez realizado la dosificación de los ingredientes, se comienza con el mezclado vertiendo la leche en un tanque luego añadiendo la leche en polvo a 25°C, colocar los azúcares (glace y atomizada), subir la temperatura a 40° C para colocar la nata, cuando los ingredientes ya indicados estén a 45°C colocar el estabilizante con un 15% de azúcar glace; una vez realizado el mezclado de todos los ingredientes y haber obtenido una mezcla homogénea se empieza a colocar parcialmente la pulpa de la fruta y mezclar suavemente para que se distribuya de mejor manera y obtener helados artesanales con mejor textura.

Enfriamiento

Dicho proceso se lo realiza a 4°C durante 20 minutos, para poder llevar a congelar el producto

Congelación

La congelación del producto es la más importante ya que depende de ello la calidad del producto, la mezcla realizada anteriormente debe ser congelada entre -3°C y -6°C, durante 8 horas para obtener un helado con buena textura.

Empaquetado y sellado.

Una vez obtenido el producto congelado en los moldes correspondientes se procede a realizar el empaquetado y sellado de los helados en sus diferentes presentaciones.

Almacenamiento en bodega

Después de haber empaquetado y sellado los helados, se procede a enviar a bodega a 10°C para que pueda ser clasificado y ordenado por sabor, presentación, precio, etc.

Normativa INEN

Para conocer los requisitos y procedimientos que debe tener el producto se requiere considerar las siguientes normativas:

Tabla 34*Requisitos fisicoquímicos para helados y mezclas para helados*

Clase de helado	De Crema de leche	De leche	De leche con grasa vegetal
Grasa total, % m/m, Mín	8	1,8	6
Grasa láctea, % m/m, mín	8	1,8	1,5
Grasa vegetal, % m/m, min	0	0	*
Sólidos totales, % m/m, min, mín	32	27	30
Proteína láctea, % m/m, min	2,5	2,8	1,5

Fuente: Elaboración propia a partir de la normativa INEN 706-2

Elaboración: Josselyn Alquina

Tabla 35*Métodos de ensayo fisicoquímicos*

REQUISITOS	MÉTODO DE ENSAYO
	ISO 8262-2, o en la ISO 7328, o en la AOAC 33.8.05
Grasa total	(952.06)
Grasa láctea	NTE INEN 012
Sólidos totales	NTE INEN 014 (ISO 3728, o en la AOAC 33.8.03 (941.08)
Proteína láctea	NTE INEN 016

Fuente: Elaboración propia a partir de la normativa RTE – 070.

Elaboración: Josselyn Alquina

Tabla 36*Métodos de ensayo microbiológicos para helados y mezclas para helados concentrada o líquida*

REQUISITOS	MÉTODO DE ENSAYO
Recuento de microorganismos mesófilos1)	
,UFC/g	NTE INEN 1529-5 (ISO 4833, o en la ISO 6610).
Recuento de Coliformes, UFC/g	NTE INEN 1529-7 (ISO 4832).
Recuento de E. Coli, 2) NMP/g	NTE INEN 1 529-8 (ISO 4831).
Recuento de Staphylococcus coagulasa	
positiva, UFC/g	NTE INEN 1 529-14.
Detección de Salmonella/25g	NTE INEN 720 (ISO 6785 (ISO 6579)

Fuente: Elaboración propia a partir de la normativa RTE – 070.

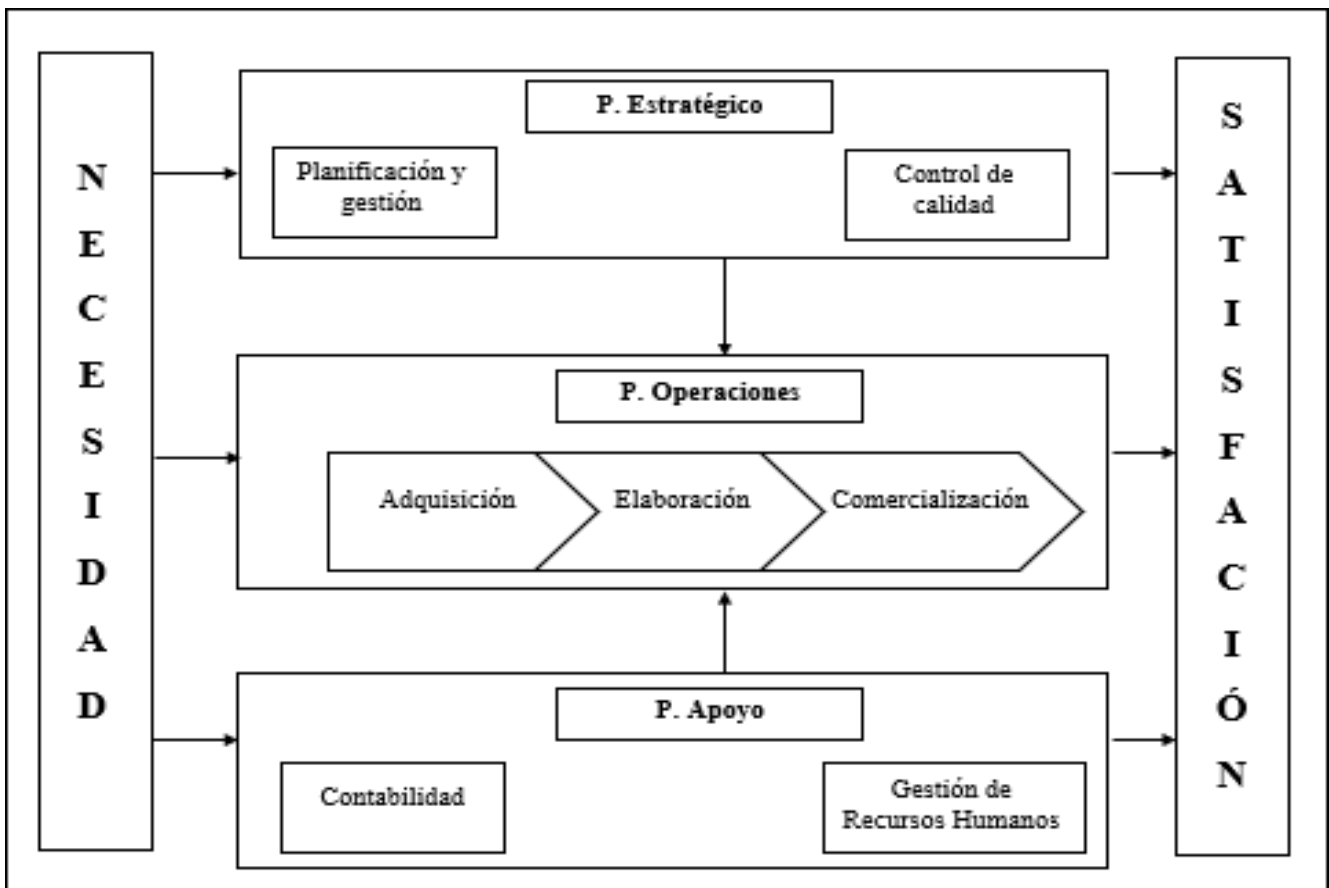
Elaboración: Josselyn Alquina

Mapa de Procesos

Según la normativa (ISO 9001: 2015) la aplicación de un mapa de procesos en una empresa es muy importante, ya que desarrolla, implementa y mejora la eficiencia en el sistema de calidad, para con ello poder incrementar la satisfacción al cliente desarrollando el cumplimiento de los requisitos que los tengan.

Gráfico 18

Mapa de procesos



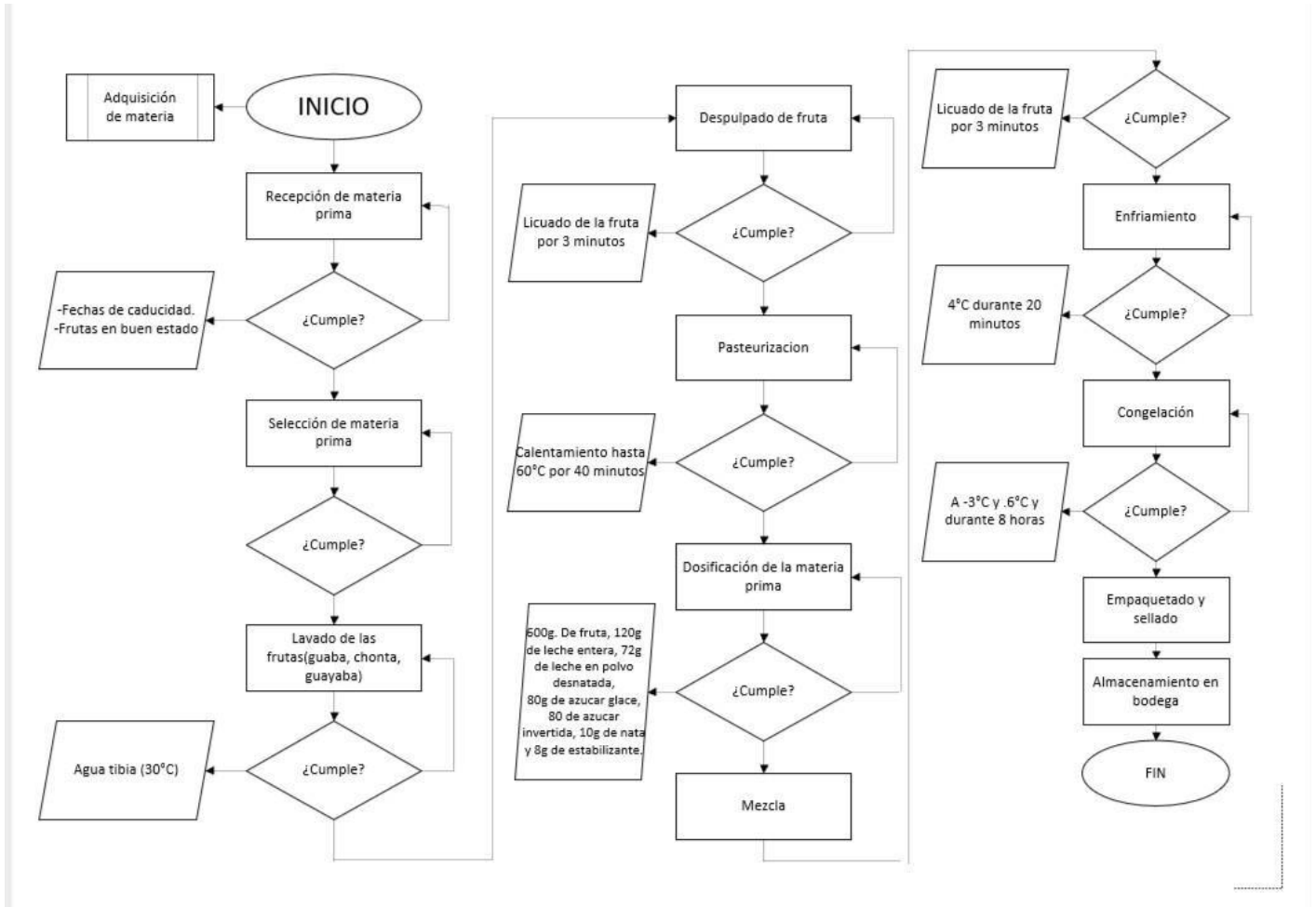
Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Josselyn Alquina

Diagrama de procesos

Según los autores (Gómez Gómez & Brito Aguilar , 2020) manifiestan que “Actualmente, los diagramas de flujo se consideran esenciales para la comprensión de los procesos, tanto a nivel de su análisis de mejoramiento, como para efectos de la planeación y control de la calidad, especialmente aplicable en empresas de servicios”.

Gráfico 19

Flujograma de procesos



Fuente: Elaboración propia.

Para la fabricación del helado artesanal a base de frutas de la zona se requerirá los siguientes ingredientes con las características indicadas en la siguiente tabla:

Tabla 37*Características de los ingredientes para la elaboración del helado.*

Materia prima	Características
Guayaba	Ácido fólico Provitamina A Vitamina C
Leche entera	Proteínas Vitamina
Leche en polvo desnatada	Proteínas Vitaminas Minerales Carbohidratos
Azúcar galce	Energía Carbohidratos Proteínas Grasas
Azúcar invertida	Proteínas Hidratos de Carbono Fibra alimentaria Sal
Nata	Grasa Carbohidratos Proteínas Calorías
Estabilizante	0% gluten

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Josselyn Alquina

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa es necesario contar una estructura definida; para poder realizar los procesos de elaboración de helados de forma correcta; la cual permita que se optimice tiempos, recursos; y con ello llevar un proceso ordenado. Seguido se describirá el lugar en donde va a estar ubicada la empresa “Shilita” ICE CREAM, se ubicará en el Cantón El Chaco en la avenida Quito- Lago agrio, frente

al poli deportivo de la ciudad; describiendo a su vez la gráfica de las áreas con las medidas correspondiente.

Ilustración 4

Mapa geográfico de "Shilita" ICE CREAM



Tabla 38

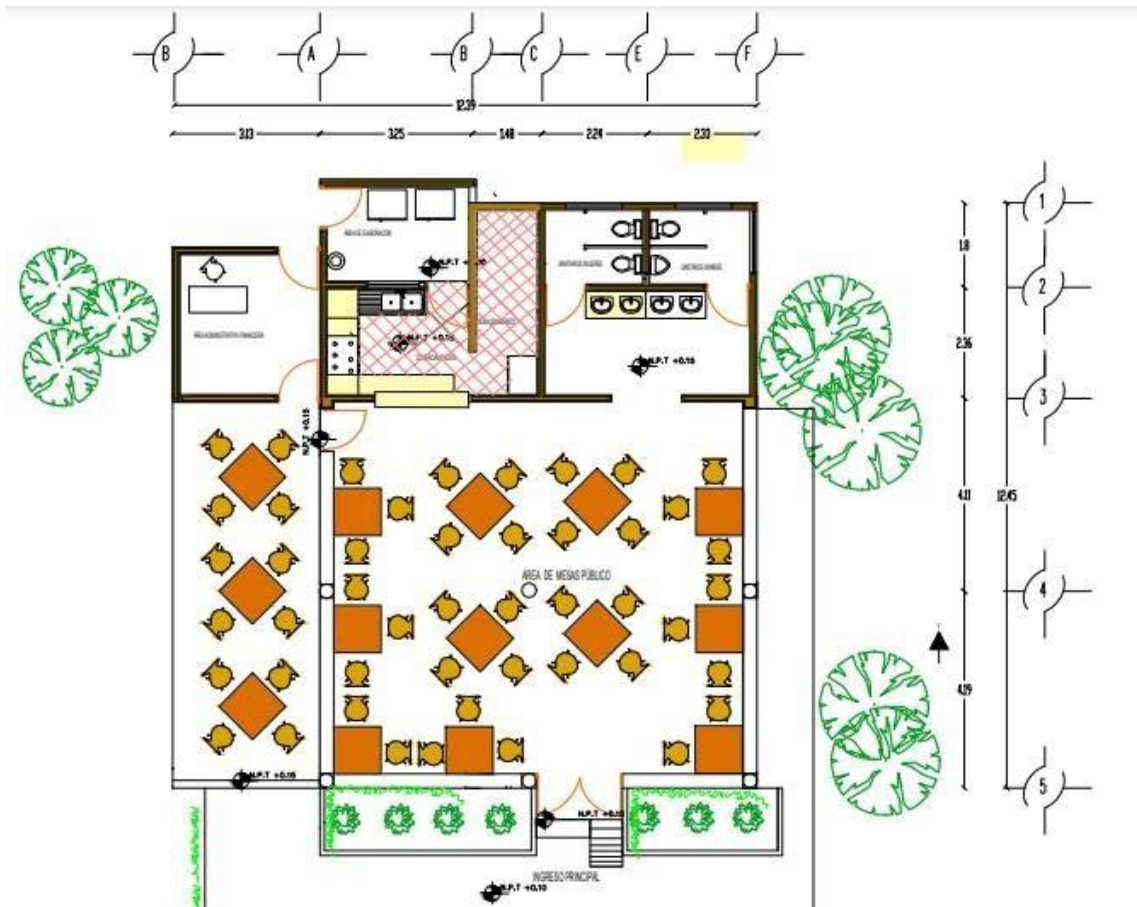
Medidas de las áreas de la empresa

Área	Medida
Área de almacenamiento	3.13m * 3.66m
Área de producción	3.25m * 1.80m
Área de comercialización	3.25m * 2.36m
Área administrativa	1.48m * 3.66m
Servicios Sanitarios	4.57m * 4.16m

Fuente: Elaboración propia

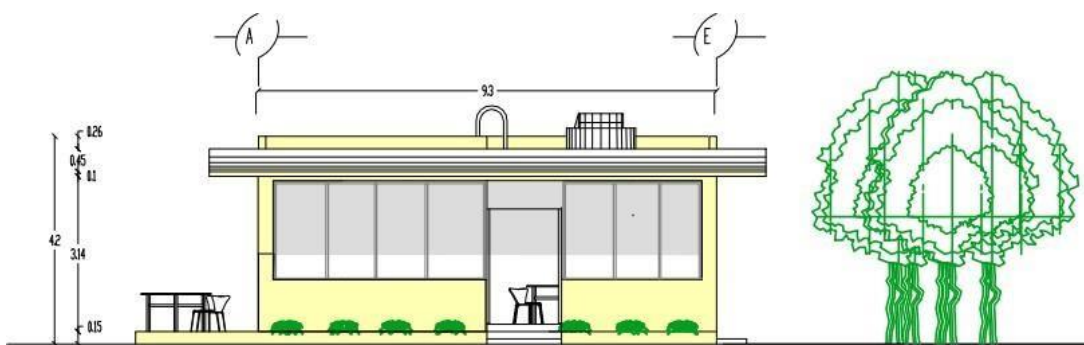
Gráfico 20

Plano estructural de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Fachada principal



FACHADA PRINCIPAL

Esc. 1-100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39*Descripción de los equipos a utilizar para la producción***EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN**

Equipo	Actividad	Características
Tanque	Mantiene a la leche en una temperatura adecuada para evitar la aparición de microorganismos (bacterias lácteas)	Capacidad de 100 litros diarios Su funcionamiento es a base de energía eléctrica.
Mesa de trabajo	Permite realizar el proceso de mezcla de los ingredientes teniendo la comodidad adecuada.	Medidas, 1,50m de largo, 0,70cm de ancho y 1m de altura Es de acero inoxidable calibre 18.
Congeladores	Almacenar la mezcla de helados, proceder a congelar y obtener estados con buena consistencia y buen estado	Medidas 1,65m *0,9 *1.6m Tiene una capacidad de refrigeración del 7-10 hp Su capacidad de producción es de 300 L/H.
Licuadaora industrial	Permite realizar el despulpado de fruta y a su vez el mezclado de los ingredientes, agilitando el proceso	Cuenta con un sistema de calidad Su funcionalidad es con energía de 220 voltios. Es de acero inoxidable.
Termómetro de inmersión	Permite medir la temperatura de los procesos que se realizar durante la elaboración de los helados	Cuenta con dos entradas (infrarrojo y por contacto) El rango de temperatura por contacto es de -2°C a 260°C El rango de medición del infrarrojo es de -35 a 330°C
Balanza de precisión	Permite realizar el pesaje de la materia prima a utilizar.	Su capacidad de pesaje es de 350G.

		Permite realizar el pesaje con facilidad y a corto tiempo. Cuenta con un electrodo
pH- metro	Permite realizar el análisis de los lácteos	FC213D específico para aplicaciones en la industria láctea. Indica la estabilidad para realizar una grabación de los datos correctos.
Refractómetro óptimo	Mide la calidad de los lácteos, utilizando en diferente temperatura del mismo y con rapidez	Su clase de protección es de IP65. Su rango de medición es de 0 a 93g brix

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40

Descripción de los equipos informáticos del área administrativa

Equipo	Actividad	Características
Computadora	Elaboración de las planificaciones y demás documentación de la empresa, permite utilizar el sistema de pedidos del producto.	Modelo Hp. Procesador Core i7. Entrada USB Entrada HDMI
Impresora	Imprimir y escanear documentación que requiera la empresa	Imprimir documentación de alta calidad Facilidad de impresión de más de 50 hojas
Teléfono fijo	Recibir y realizar llamadas que la empresa requiera.	Agenda de contactos telefónicos Registro de llamadas.
Teléfono celular	Contestar y realizar llamadas de clientes, a su vez mensajes	Celular con capacidad de memoria de 128gb

y manejo de redes sociales Modelo Samsung
con más facilidad Con WIFI y bluetooth

Fuente: Elaboración propia.

Para la elaboración y comercialización de helados artesanales a base de frutas de la zona se tendrá en cuenta como parte principal al personal que será parte de esta área la misma que estará detallada a continuación:

Tabla 41

Descripción del personal de la empresa.

Actividad	Tiempo (minutos)	N° de personas	Horas- Hombres
Recepción de materia prima	10	1	0,17
Lavado de materia prima	15	1	0,25
Despulpado de fruta	4	1	0,07
Pasteurización	6	1	0,1
Dosificación de la materia prima	5	1	0,08
Mezcla de la materia prima	30	2	0,5
Enfriamiento	20	0	0,33
Empaquetado y sellado	10	1	0,17
Almacenamiento en bodega	20	1	0,33
TOTAL	120		2

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Josselyn Alquina

Una vez realizado la tabla 39 de una planificación organizada del tiempo es igual a 120 minutos, eso quiere decir que los trabajadores de demoraran 2 horas en preparar una plancha de helado. Por lo tanto, se realizará 3 planchas de helados diarios, sabiendo que en el área de producción contará con 3 personas.

2.2.3. Tecnología Aplicar

Al comenzar con la instalación de la empresa hubo dificultada al momento de adquirir los equipos para la elaboración de los helados, pero se adquirió maquinaria en base a los recursos destinados para el mismo, sin embargo, no se descarta proveer equipos de alta tecnología que permita realizar menorando el tiempo y aumentando la productividad; la

misma con la que se pueda satisfacer a la población insatisfecha y aumentando la comercialización del producto.

2.2.4. Factores que afectan las operaciones

Ritmo de producción

A continuación se enlistará el personal que estará a cargo de la elaboración de los helados a base de frutas de la zona, indicando que su horario de trabajo será de lunes a viernes con un horario de 8 horas laborables diarias; siendo estas de 8h30 am hasta 17h30 pm; como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 42

Ritmo de producción

Actividad	Tiempo (minutos)	N° de personas	Horas-Hombres	Ritmo de trabajo
Recepción de materia prima	10		0,17	
Lavado de materia prima	15	1	0,25	Normal
Despulpado de fruta	4		0,07	
Pasteurización	6		0,1	
Dosificación de la materia prima	5	1	0,08	Normal
Mezcla de la materia prima	30		0,5	
Enfriamiento	20	0	0,33	
Empaquetado y sellado	10	1	0,17	
Almacenamiento en bodega	20	1	0,33	

Fuente: Elaborado propia

Nivel de inventario promedio

Con la finalidad de conocer el nivel de inventario basado en la capacidad de producción de la empresa y su relación con el DPI (Demanda Potencial Insatisfecha) con el objetivo de determinar la misma en un tiempo específico como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 43

Nivel de inventario promedio

Producto	Cantidad mes	85% utilidad mes	de Nivel de inventario unidades (mensuales)	de Inventario anual
Helados artesanales a base de frutas de la zona (Guaba, Guayaba y chonta)	2065	1756	2375	28497

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Josselyn Alquina

Número de trabajadores

El número de trabajadores con las que contara la empresa para la elaboración y comercialización de helados artesanales se enlista en la siguiente tabla.

Tabla 44

Número de trabajadores

N°	Cargo	Funciones	Fijo/ Variable	Horas
1	Administrador	Planificar y organizar el funcionamiento de la empresa en todos sus aspectos.	Fijo	8h
1	Auxiliar contable	Llevar el control de la parte financiera de la empresa	Fijo	8h
1	Jefe de producción	Controlar el proceso de producción del helado artesanal	Fijo	8h
2	Ayudante	Es el encargado de realizar varios puntos del proceso como la recepción, selección de materia prima, lavado de las frutas etc.	Fijo	8h
1	Cajera	Realizar ventas y cobros de la comercialización de los helados artesanales	Fijo	8h

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Josselyn Alquina

2.3. Capacidad de producción

2.3.1. Capacidad de Producción Futura.

Para identificar la cantidad de la producción futura de los helados artesanales a base de frutas de la zona se realizará una proyección de cinco años, para ellos se tomará en cuenta la tasa del crecimiento poblacional que es de 2,5% de Napo según el (INEN), identificando la producción tanto diaria, semanal, mensual y anual como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 45

Producción diaria, semanal, mensual y anual

Producto	P. diaria	P. semanal	P. mensual
Helados artesanales a base de frutas de la zona	103	516	2065

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46

Capacidad de producción futura de helados artesanales.

Años	P. anual	Ventas mensuales	Ventas semanales	Ventas diarias
1	24780	2065	516	103
2	25152	2096	524	121
3	25529	2127	532	122
4	25912	2159	540	124
5	26301	2192	548	126

Fuente: Elaboración propia

Es importante indicar que la producción de la tabla N° 45, la misma está en relación en unidades de producción, de esta forma se indica que se producirá 103 helados diarios.

2.4. Definición de recursos necesarios para la producción.

2.4.1. Especificación de productos y grado sustitución que pueden presentar.

La producción de helados artesanales a base de frutas de la zona depende de la materia prima, la cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 47*Materia prima*

Materia Prima	Nivel de sustitución	Proveedor
Frutas (Guayaba, guaba y chonta)	Ninguno	Hacienda el Rincón de Amablito
Leche entera	Ninguno	Hacienda el Rincón de Amablito
Leche en polvo	Ninguno	Proveedor directo
Azúcar galce	Ninguno	Proveedor directo
Azúcar invertida	Ninguno	Proveedor directo
Nata	Ninguno	Proveedor directo
Estabilizante	Ninguno	Proveedor directo

Fuente: Elaboración propia

2.5. Calidad

Según Mise (2021) define a la calidad como un proceso de mejora continua, en donde las empresas deben estar actualizándose día tras día, para que con el producto o servicio que ellos ofrezcan logren satisfacer las necesidades de las personas, y con ello lograr mejorar la productividad. Por lo tanto, dentro del apartado de control de calidad se verificará que los procesos de elaboración de helados artesanales se lleven de manera correcta.

2.5.1. Método de control de calidad

Según la normativa ISO 9001 (2015), indica que la calidad es el aspecto de esta constituido por un conjunto de características con las que se cumplen requisitos para satisfacer las necesidades de los clientes. La empresa “Shilita” ICE CREAM en su proceso de elaboración cuenta con distintos estándares de calidad, las mismas que se rigen a un control estricto de la calidad desde su comienzo el cual es la recepción de materia prima hasta la comercialización del producto.

Herramienta para el control de calidad: Check list

La herramienta check list dentro de la empresa, cumple la función de controlar el proceso mediante el listado de actividades para llevar a cabo un registro del fiel cumplimiento de cada una de las actividades, obteniendo datos de manera ordenada y sistemática.

En la siguiente tabla se observará el formato de check list que utilizará la empresa como una herramienta de control para asegurar el cumplimiento de las actividades, con el objetivo de brindar a los clientes un producto de calidad.

Tabla 48

Formato del check list que realizara la empresa

CHECK LIST "SHILITA" ICE CREAM			
ÁREA:		FECHA:	
RESPONSABLE:		HORA:	
PRODUCTO:		LOTE:	
CONTROL DE CALIDAD			
ACTIVIDAD			SI NO
ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA			
¿Las frutas que adquiere la empresa son naturales?			
¿La leche adquirida está en buena condición?			
¿Los productos procesados adquiridos están dentro de la fecha de caducidad?			
PROCESO DE PRODUCCIÓN			
¿El personal que labora dentro del área cuenta con los equipos de seguridad correspondientes?			
¿Se realiza la desinfección del área en su debido tiempo?			
¿El proceso de elaboración del producto se elabora de acuerdo a lo establecido?			
ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO			
¿Cumple con los requisitos necesarios para la comercialización?			
¿El producto terminado se encuentra con las etiquetas necesarias?			
Firma del responsable			

Fuente: Elaboración propia

Diagrama de Pareto

Según el autor Gehisy (2017), define al diagrama de Pareto como una herramienta que permite asignar una lista de actividades prioritarias, facilitando el estudio de las dificultades que existen en la empresa, permite analizar los datos de la frecuencia de aquellos problemas o causas que existen dentro del proceso.

Tabla 49

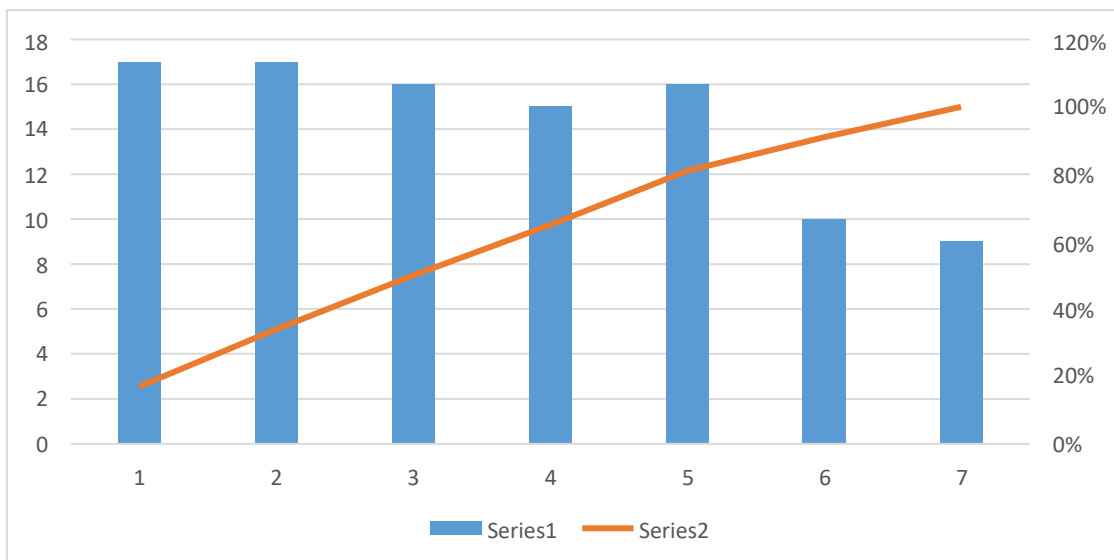
Diagrama de Pareto

Causas Relativas	Frecuencia	Porcentaje	Numero acumulado	Porcentaje acumulado
Estudio en la recepción de materia prima	17	17%	17	17%
Peso correcto en el producto	17	17%	34	34%
Proceso de elaboración correcto	16	16%	50	50%
Empaquetado adecuado	15	15%	65	65%
Producto final con dificultades en el peso	16	16%	81	81%
Devolución del producto	10	10%	91	91%
Producto sin estándares de calidad.	9	9%	100	100%
TOTAL	100			

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 21

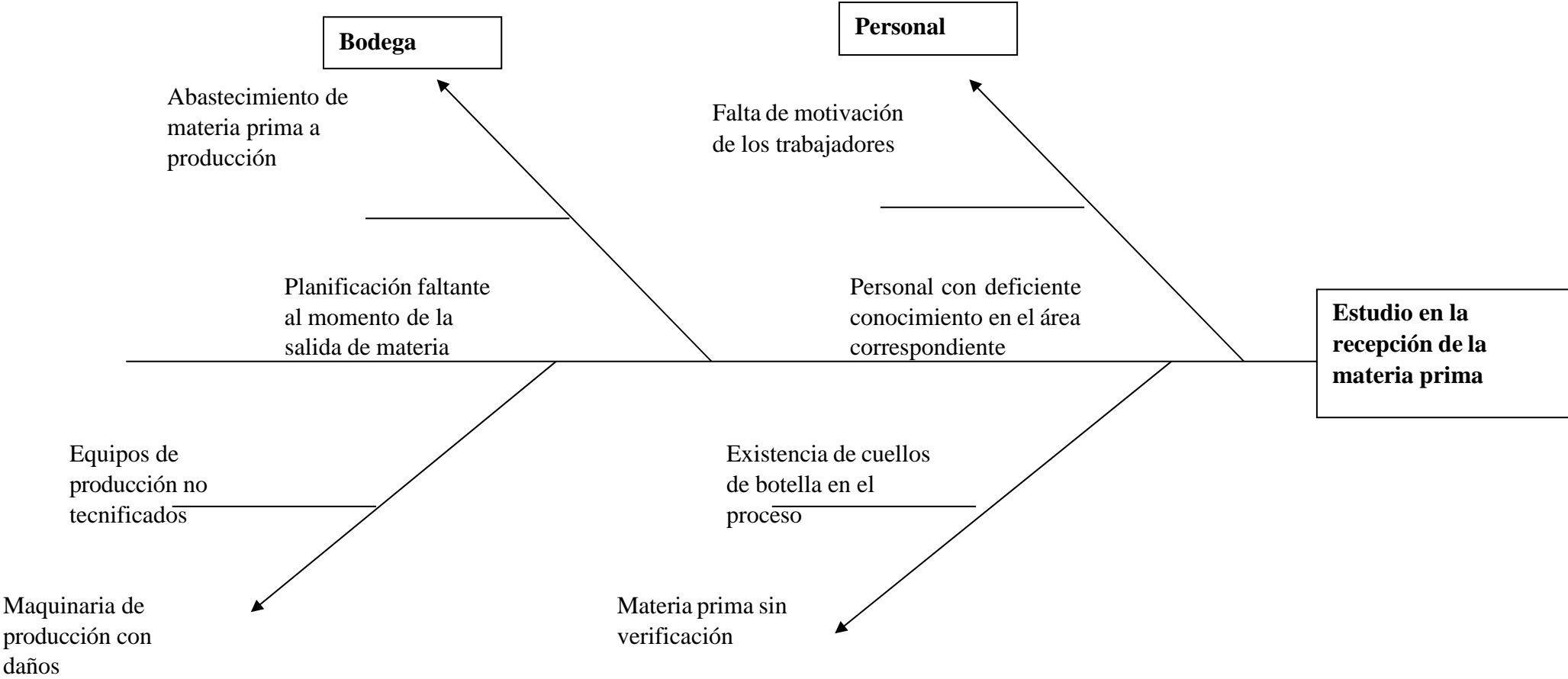
Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración propia en base a Orellana (2020)

Gráfico 22

Diagrama de causa – efecto



Maquinaria

Fuente: Elaboración propia

Producción

2.6. Normas y permisos que afectan su instalación

2.6.1. Salud e higiene ocupacional

Dentro del cumplimiento de las reglas de protección y exclusión, se requiere alcanzar el cumplimiento de la afiliación obligatoria al IESS de todos los trabajadores que laboren en la empresa; indicado así en los siguientes apartados:

- a. El trabajador en relación de dependencia estará protegido contra todas las contingencias enunciadas en el artículo 3 de esta Ley,
- b. El trabajador autónomo, el profesional en libre ejercicio, el administrador o patrono de un negocio, el dueño de una empresa unipersonal, el menor independiente, que voluntariamente se afiliaren al IESS, estarán protegidos contra todas las contingencias enunciadas en el artículo 3 de esta Ley, excepto la de cesantía.

Seguridad e higiene ocupacional.

Para el cumplimiento del proceso de la seguridad e higiene ocupacional, y con ello garantizar el bienestar de los trabajadores, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2015), en su decreto 2393 indica lo siguiente:

Art 11 “Obligación de los empleadores”

Son las obligaciones que deben cumplir los personeros de las empresas publicas y privadas.

- a. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
- b. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
- c. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
- d. Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes
- e. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios

Art 13 “Obligaciones de los trabajadores”

- a. Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.
- b. Asistir a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector público.
- c. Usar correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuidar de su conservación.
- d. Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa.
- e. No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.
- f. Colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento.

Art. 34 “Limpieza de locales”

- a. Los locales de trabajo y dependencias anexas deberán mantenerse siempre en buen estado de limpieza.
- b. Todos los locales deberán limpiarse perfectamente, fuera de las horas de trabajo, con la antelación precisa para que puedan ser ventilados durante media hora, al menos, antes de la entrada al trabajo.
- c. Las operaciones de limpieza se realizarán con mayor esmero en las inmediaciones de los lugares ocupados por máquinas, aparatos o dispositivos, cuya utilización ofrezca mayor peligro.

Art. 39 Abastecimiento de agua

- a. En todo establecimiento o lugar de trabajo, deberá proveerse en forma suficiente, de agua fresca y potable para consumo de los trabajadores.
- b. Cuando para determinados procesos de fabricación o para la lucha contra posibles incendios se utilice una fuente de agua impropia para beber, se debe advertir, claramente, por señales fijas, que tal agua no es potable.

CAPITULO III

Organización y gestión

3.1. Objetivo de estudio de organización y gestión

Plantear aspectos importantes dentro de la empresa como es la misión, visión, valores, organigrama de la empresa etc. Que permitirán que la organización tenga una correcta funcionalidad dentro de cada uno de los departamentos a determinar.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1. *Visión de la Empresa*

Ser una empresa líder en el mercado Chaqueño con proyección a nivel provincial en la elaboración y comercialización de helados artesanales.

3.2.2. *Misión de la Empresa*

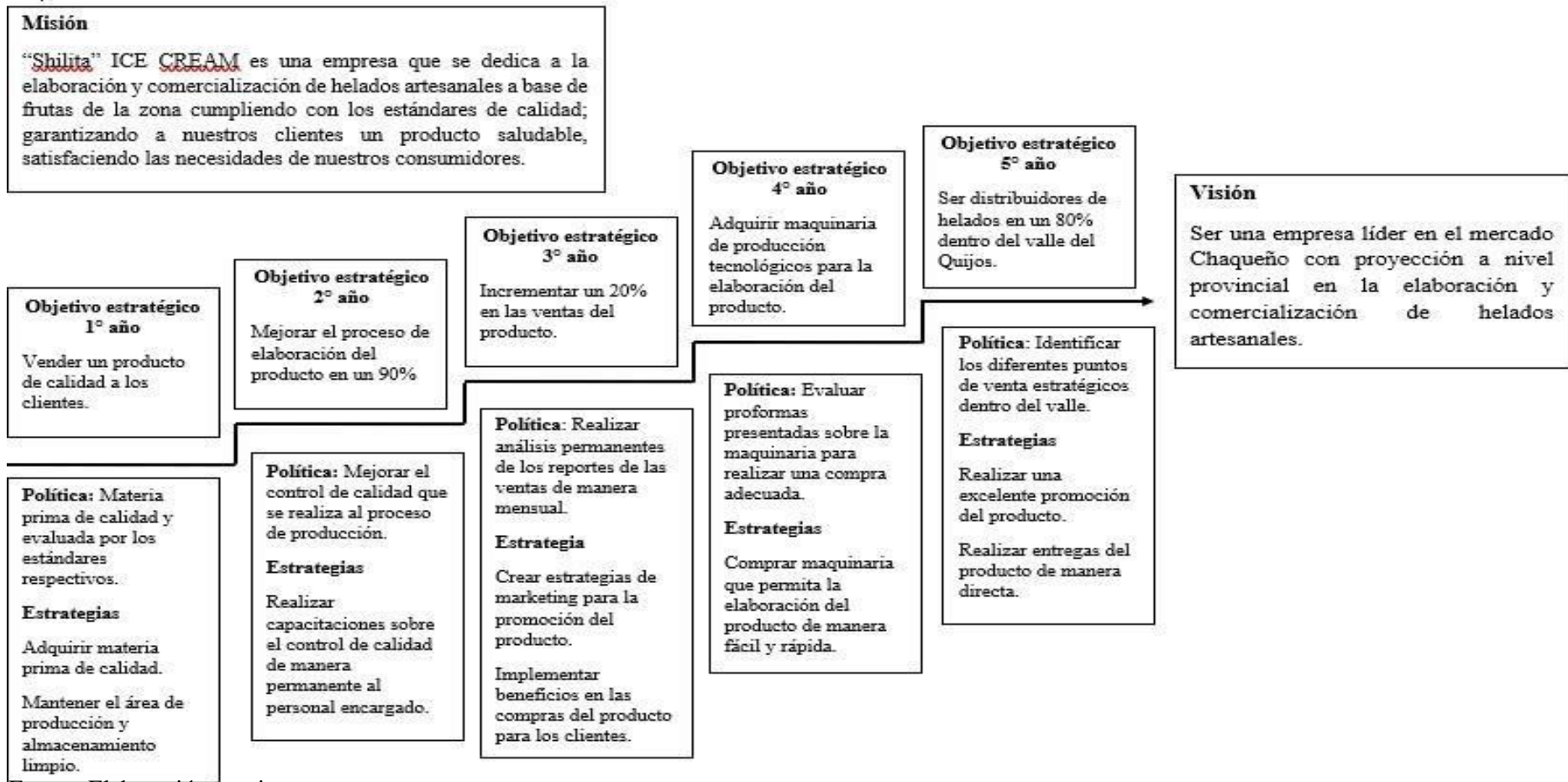
“Shilita” ICE CREAM es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de helados artesanales a base de frutas de la zona cumpliendo con los estándares de calidad; garantizando a nuestros clientes un producto saludable, satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores.

3.2.3. *Objetivos y estrategias*

Mediante el análisis FODA que se realizó en el capítulo I del presente plan de negocios con sus respectivas matrices que son la Matriz EFE y la Matriz EFI, por lo que se identificó los aspectos positivos y negativos que afectan directamente a la empresa “Shilita” ICE CREAM”, la misma que se indicara en el gráfico 23 , donde se identificara las estrategias que se implementaran en la organización para cinco años venideros:

Gráfico 23

Mapa estratégico de la empresa "Shilita" ICE CREAM



Fuente: Elaboración propia

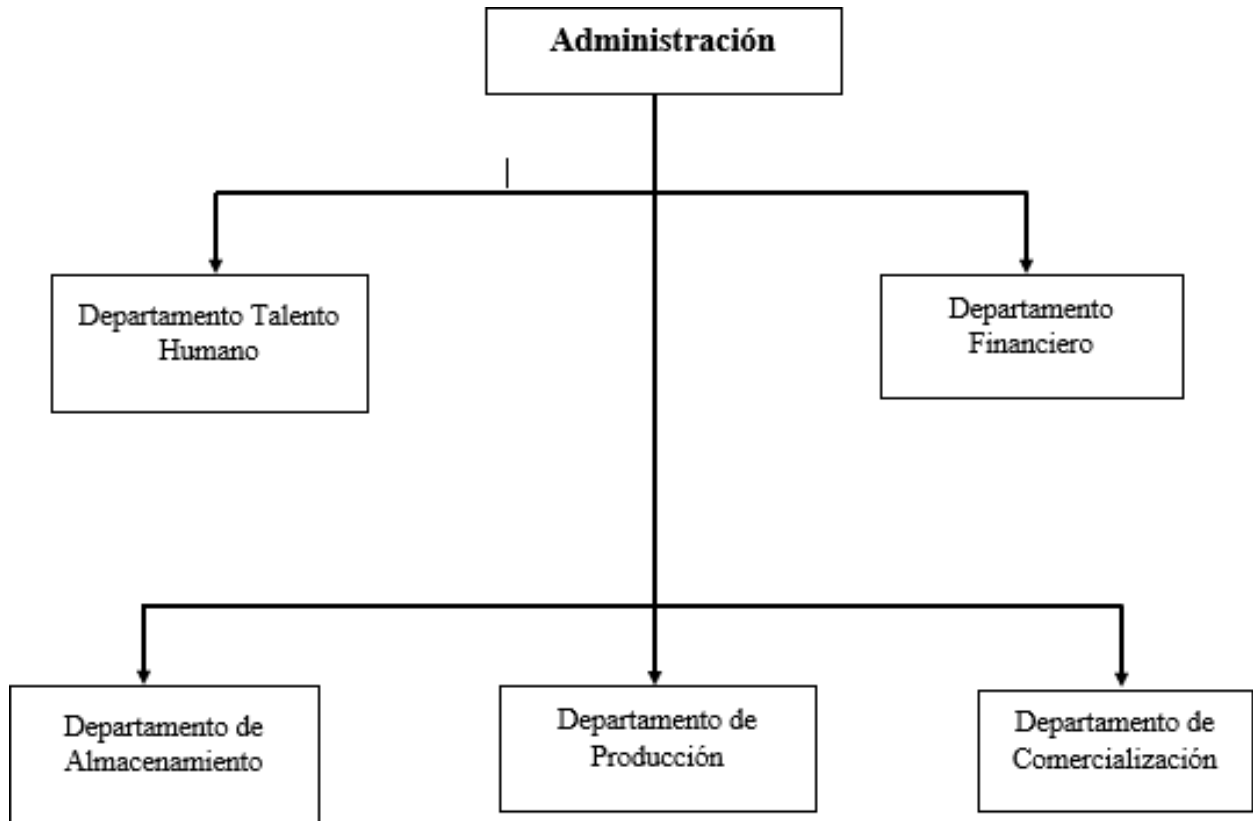
3.3. Organización funcional de la empresa

3.3.1. Organización Interna.

Gráfico 24

Organigrama Estructural

“SHILITA” ICE CREAM



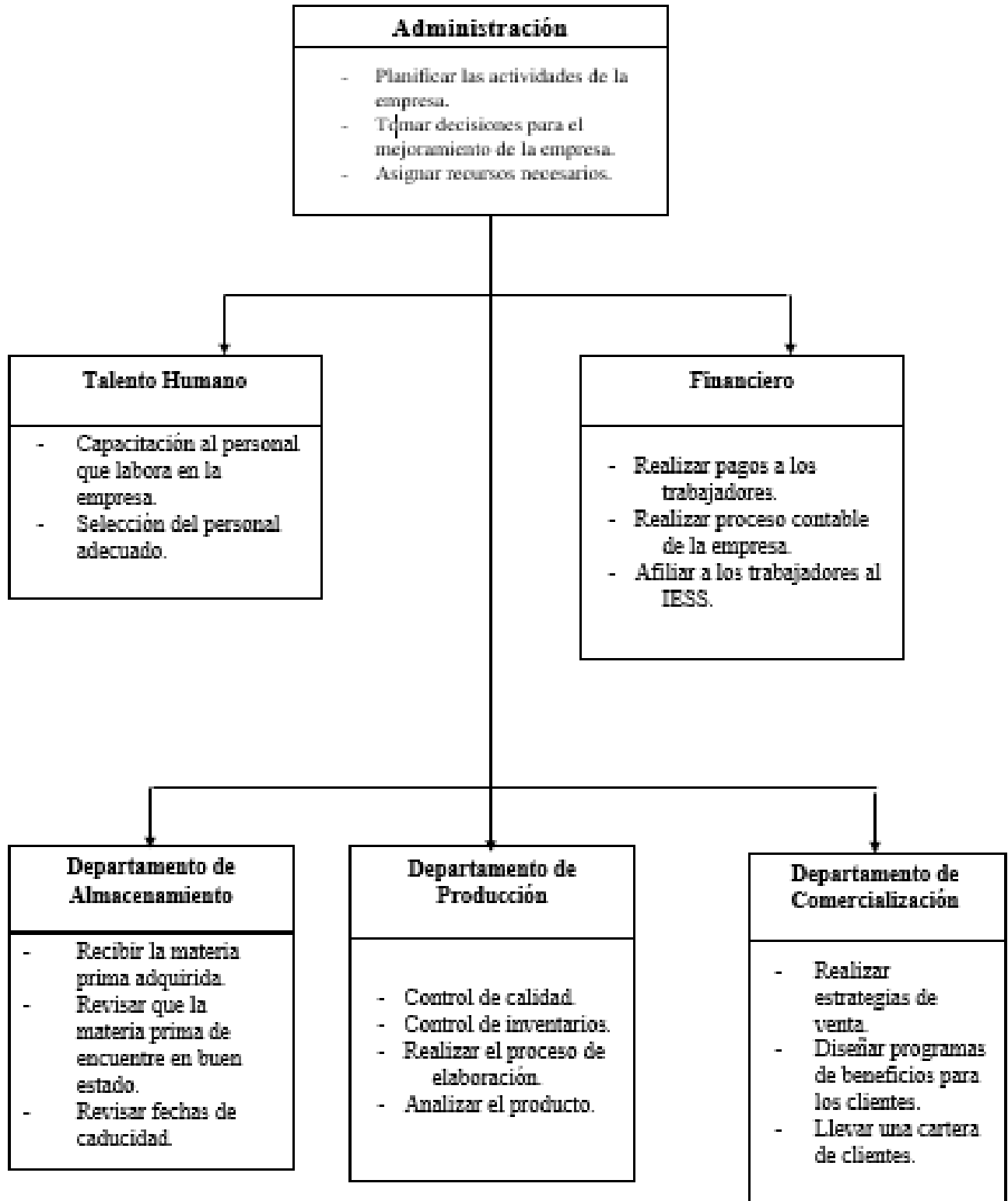
REFERENCIA	
Unidad Administrativa	<input type="text"/>
Canal de Mando	_____

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 25

Organigrama funcional

“SHILITA” ICE CREAM



Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Descripción de los puestos.

Tabla 50

Descripción del puesto Gerente / Administrador

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Gerente/ Administrador
<i>Jefe inmediato superior</i>	Ninguno
<i>Supervisa</i>	Jefes Departamentales (Financiero, Talento Humano, Almacenamiento, Producción y Comercialización)
II. Naturaleza del puesto	
Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento correcto de la empresa para entregar a los clientes un producto y servicio de calidad.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none">1. Representar a la empresa de maneral judicial y extrajudicial.2. Verificar el cumplimiento de la planificación establecida.3. Realizar los permisos correspondientes para el funcionamiento de la empresa.4. Administrar los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros de manera eficiente.	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	Lic. En Administración de empresas y Negocios
<i>Experiencia</i>	2 años Trabajo en equipo. Facilidad de palabra.
<i>Habilidades</i>	Liderazgo. Creatividad. Toma de decisiones adecuadas.
<i>Formación</i>	Manejo del paquete Microsoft Office. Conocimiento de finanzas y tributación Conocimiento de comercialización de productos.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51

Descripción del cargo de Talento Humano.

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Talento Humano
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente/ Administrador
<i>Supervisa</i>	Control de entrada y salida de los trabajadores, el cumplimiento de las actividades asignadas.
II. Naturaleza del puesto	
Realizar actividades que apoyen el desarrollo de la gestión de talento humano mediante una aplicación eficiente de los conocimientos que lo integran.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none">1. Evaluar el desempeño de los trabajadores de la empresa.2. Reclutar el personal adecuado.3. Realizar capacitaciones al personal mediante programas y actividades, que permitan el mejoramiento de los conocimientos del personal4. Designar responsabilidades a los departamentos.	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	Lic. Talento Humano
<i>Experiencia</i>	1 año
<i>Habilidades</i>	Gestión y planificación
	Recopilación de información
	Implementar ideas adecuadas. Organización de la información
<i>Formación</i>	Manejo del paquete Microsoft Office.
	Conocimiento de la leyes y reglamentos de los trabajadores

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52*Descripción del cargo de Contador*

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Contador
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente/ Administrador
<i>Supervisa</i>	Departamento de almacenamiento, producción y comercial.
II. Naturaleza del puesto	
Realizar el proceso contable y llevar el presupuesto de la empresa en orden	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pago de salario de los trabajadores 2. Declaraciones al SRI 3. Realizar los estados financieros de la empresa 4. Pagos del seguro de los trabajadores 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	Lic. / Ing. En Contabilidad y Auditoría.
<i>Experiencia</i>	2 años
<i>Habilidades</i>	Trabajo en equipo. Toma de decisiones Liderazgo
<i>Formación</i>	Manejo del paquete Microsoft Office. Manejo de la página del SRI para las respectivas declaraciones. Conocimiento de leyes y reglamentos a fines.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53*Descripción del cargo de Operario*

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Operario
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente/ Administrador
<i>Supervisa</i>	
II. Naturaleza del puesto	
Recibir la materia prima adquirida y revisar que se encuentre en buen estado y con fechas de caducidad correctas.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar inventario de la materia prima existencia. 2. Realizar pedido de compras de materia prima faltante. 3. Envío de materia prima al departamento de producción 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	No Requiere
<i>Experiencia</i>	1 año
	Trabajo en equipo.
<i>Habilidades</i>	Responsabilidad
	Comunicación
<i>Formación</i>	Manejo del paquete Microsoft Office.
	Conocimiento en manejo de sistemas empresariales.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 54*Descripción del cargo de jefe de producción*

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Jefe de producción
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente/ Administrador
<i>Supervisa</i>	Trabajadores del Área
II. Naturaleza del puesto	
Verificar el cumplimiento y realizar el proceso de elaboración del helado artesanal a base de frutas de la zona.	
III. Funciones	
1. Realizar el control del proceso.	
2. Verificar el cumplimiento de los estándares de calidad.	
3. Realizar el proceso de elaboración del producto	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	Ing. en Alimentos
<i>Experiencia</i>	1 año
	Trabajo en equipo.
<i>Habilidades</i>	Liderazgo
	Comunicación
<i>Formación</i>	Conocimiento en el proceso de producción
	Elaboración de informes del área.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 55*Descripción del cargo de Ayudante de Producción*

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Ayudante de producción
<i>Jefe inmediato superior</i>	Jefe de producción
<i>Supervisa</i>	Ninguno
II. Naturaleza del puesto	
Realizar el proceso de elaboración del producto de manera correcta.	
III. Funciones	
1. Conocer el proceso a seguir para tener un producto de calidad.	
2. Realizar informes sobre el proceso de producción	
3. Realizar el sellado del producto y envió al área de comercialización	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	Tecnólogo en repostería
<i>Experiencia</i>	1 año
	Trabajo en equipo.
<i>Habilidades</i>	Responsabilidad
	Comunicación
<i>Formación</i>	Capacitaciones en tema de heladera y repostería

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 56*Descripción del cargo de jefe de ventas*

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Jefe de Producción
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente/ Administrador
<i>Supervisa</i>	Ninguno
II. Naturaleza del puesto	
Comercialización del producto terminado, y entrega de facturas al área financiera para las declaraciones y archivo.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Venta del producto en el local y envíos a diferentes lugares. 2. Realizar informes de las ventas realizadas. 3. Establecer estrategias de ventas. 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto.	
<i>Título Profesional</i>	Ing. En Marketing
<i>Experiencia</i>	1 año
<i>Habilidades</i>	Trabajo en equipo.
	Sencilles
	Responsabilidad
	Comunicación
<i>Formación</i>	Benchmarking
	Manejo de programas de marketing
	Técnica en ventas

Fuente: Elaboración Propia

3.4. Control de gestión

El control de gestión es conocido como un proceso que se realiza para realizar actividades y que sus resultados sean reales, localizando errores y poder revisarlos y repetirlos, y así obtener mejores resultados.

Tabla 57*Indicadores de medición*

Área	Indicadores
Administración	(Planificación estratégica / Objetivos logrados) *100
	(Recursos planificados/ Recursos utilizados) *100
	(Gestiones planificadas/ Gestiones realizadas) *100
Contabilidad	(Utilidad neta/ Ventas netas) = Rentabilidad
	(Costo/ Gasto) = Valor unitario
Talento humano	Personal postulado / Personal contratado
	Competencias del trabajador/ habilidades del trabajador
	Horas por trabajar / Horas trabajadas
Producción	Productos planificados / Productos realizados
	Total, productos elaborados/ Productos defectuosos.
Comercialización	Orientación al cliente/ Calidad del servicio
	Productos totales existentes / Productos vendidos

Fuente: Elaboración Propia

3.5.Necesidades del personal

El personal que labora en la empresa es importante, ya que satisface la necesidad de la empresa ya que con ellos se procederá a la elaboración del producto; teniendo en cuenta el volumen de ventas que tendrá y esto mismo permitiendo que la empresa tome decisiones a futuro de aumentar personal o disminuir; considerando que en el capítulo II, se estableció el personal a laborar durante este año; estableciendo personal a necesitar a futuro.

Tabla 58*Necesidades de personas*

Año	Administración	Contabilidad	Talento Humano	Producción	Comercial
2022	1	1	1	2	1
2023	1	1	1	2	1
2024	1	1	1	3	2
2025	1	1	1	3	2
2026	1	1	1	3	2
TOTAL	1	1	1	3	2

Fuente: Elaboración Propia

Para un periodo de cinco años futuros se estableció el personal que requerirá la empresa, observando que con el tiempo habrá aumento de personal a partir del año 2024, con ello aumento un trabajador en el área de producción y comercial, para así en el año 2016 terminar con un trabajador más en distintas áreas por el aumento de producción y ventas del producto.

CAPITULO IV

Área jurídico legal

4.1.Objetivo del estudio jurídico legal

Identificar el marco legal que servirá para la creación de la empresa, se determinará los procesos con la finalidad de obtener los permisos de funcionamiento.

4.2.Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica con la que se encontrara constituida la empresa “Shilita” ICE CREAM, es como Compañía Anónima; la cual se articula en la Ley de Compañías del Ecuador, indicando a continuación los artículos importantes a tener en cuenta:

CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.

Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas en general de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones o partes sociales nominativas, es decir, expedidas o emitidas a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador.

DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá la declaración juramentada de los comparecientes sobre lo siguiente: (Pág. 37,38)

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado y la declaración juramentada, que deberán hacer los accionistas fundadores, sobre la correcta integración y pago del capital social, conforme lo indica el segundo inciso del artículo 147 de la Ley de Compañías.
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la Compañía, ésta se presentará en tres copias notariales, al Registrador Mercantil del cantón, junto con la correspondiente designación de los administradores que tengan la representación legal de la compañía, y los nombramientos respectivos para su inscripción y registro. (Pág. 38)

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá además: (Pág. 38,39)

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Art. 154.- Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES.

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías y Valores. (Pag.40)

Art. 165.- El contrato de formación de la compañía determinará la forma de emisión y suscripción de las acciones.

La suscripción de acciones es un contrato por el que el suscribiente se compromete para con la compañía a pagar un aporte y ser miembro de la misma, sujetándose a las normas del estatuto y reglamentos, y aquella a realizar todos los actos necesarios para la constitución definitiva de la compañía, a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente a cada acción suscrita.

Art. 166.- La suscripción se hará constar en boletines extendidos por duplicado, que contendrán: (Pág. 42).

1. El nombre de la compañía para cuyo capital se hace la suscripción;
2. El número de registro del contrato social;
3. El nombre, apellido, estado civil y domicilio del suscriptor;
4. El número de acciones que suscribe, su clase y su valor;
5. La suma pagada a la fecha de suscripción, forma y términos en que serán solucionados los dividendos para integrar el valor de la acción;
6. La determinación de los bienes en el caso de que la acción haya de pagarse con éstos y no con numerario;
7. La declaración expresa de que el suscriptor conoce los estatutos y los acepta;
y,
8. La fecha de suscripción y la firma del suscriptor y del gerente o promotor autorizado.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PROMOTORES, FUNDADORES Y ACCIONISTAS.

Art. 200.- Las compañías anónimas considerarán como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas. (Pág. 49).

Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución. (Pág. 49).

DE LAS PARTES BENEFICIARIAS

Art. 222.- Las compañías anónimas podrán emitir, en cualquier tiempo, partes beneficiarias, las que únicamente conferirán a su titular un derecho a participar en las utilidades anuales de la compañía, en la proporción que se establezca en el título y de acuerdo a lo determinado a este respecto en la Ley y los estatutos de la compañía. (pág.55)

Art. 223.- El título representativo de la parte beneficiaria estará escrito en idioma castellano y contendrá:

- a) El nombre de la compañía;
- b) La cifra indicativa del capital suscrito de la compañía emisora y el pagado a la fecha de la expedición del título;

- c) El porcentaje de utilidades que se reconozcan y el plazo de vigencia de este derecho;
- d) La indicación de sí el título es nominativo o al portador y, en el primer caso, el nombre del beneficiario;
- e) Los principales derechos y obligaciones del dueño del título, así como la transcripción de las normas que, con relación a las partes beneficiarias, se hubieren establecido en los estatutos de la compañía;
- f) La fecha de expedición del título; y,
- g) La firma de la persona o personas autorizadas para representar a la compañía.

4.3. Patentes y Marcas.

Para realizar el registro de la patente es importante acudir al Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), en el que se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el formulario debidamente lleno y de manera correcta.
- Nombre de la marca (nombre, logo)
- Llevar el comprobante de pago realizado.
- Presentar el nombramiento del representante legal.
- Indicar la cedula y papela de votación del representante legal.
- Presentar el R.U.C de la empresa.
- Además, adicional a ello se debe presentar la formula con la que se realiza el producto de manera sintetizada con la finalidad de que la persona que quiera realizarlo lo pueda hacer (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2022).

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo en el mercado. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas (Servicios Naturales de Derechos Intelectuales, 2022).

Para registrar la marca de la empresa ya sea nacional o extranjera en el país, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual SENADI, indica que se debe

seguir los siguientes pasos, para que la marca de la empresa sea debidamente protegida:

1. Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelctuales.gob.ec
2. Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
3. Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
4. Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa).
5. Una vez realizado este procedimiento le llegará al correo registrado el usuario y contraseña, un enlace a "MI CASILLERO" y deberá cambiar la contraseña. Ahora tiene su casillero Virtual.
6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a "SOLICITUDES EN LÍNEA".
7. Ingrese con su usuario y contraseña
8. Ingrese a la opción PAGOS
9. Opción TRAMITES NO EN LÍNEA
10. Opción GENERAR COMPROBANTE
11. Se despliega una plantilla en la que usted debe llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
12. Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE.
13. Imprima el comprobante.
14. Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00
15. Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado).
16. Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.
18. Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
19. Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña,
20. Opción Registro.
21. Del listado escoja la opción Solicitud de Signos Distintivos

22. Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
23. Después de haber ingresado los datos
24. Botón Guardar
25. Botón Vista Previa 80
26. Botón Generar Comprobante de Pago, que tiene un costo de \$208,00
27. Cancele en el Banco del Pacífico.
28. Icono Inicio de Proceso.

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.

Requisitos para la obtención del RUC

Según el (Servicio de Rentas Internas, 2022), para obtener el R.U.C de la empresa, se deberá presentar los siguientes requisitos.

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

Obtención sanitaria de alimentos procesados nacionales.

Según la (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, 2017), indica las siguientes disposiciones para el registro previo de la empresa:

Instrucciones

1. Ingresar al portal ECUAPASS a través de la dirección electrónica (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>); llenar los campos correspondientes a usuario y contraseña para iniciar sesión.
2. Hacer clic en el link Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).
3. Seleccionar la opción “Elaboración de Solicitud”
4. Seleccionar la opción “Documentos de Acompañamiento”

5. Seleccionar la opción “Listado de Documento de Acompañamiento”
6. Seleccionar en la lista desplegable la Institución [ARCSA] – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
7. Seleccionar de la lista desplegable, el formulario 129-AL-002-REQ-01 Solicitud de Notificación Sanitaria o Inscripción por línea de BPM de Productos Alimenticios Nacionales, seleccionar la opción “Consultar”.
8. Una vez aparezca el documento en el listado, seleccionar la opción “Solicitar”.
9. En el formulario desplegado, en el campo “numero de solicitud” seleccionar la opción “Consultar” para generar automáticamente el número de solicitud.
10. Una vez generado el formulario de solicitud, el solicitante debe enviar el formulario al responsable técnico para que complete todos los campos requeridos. Seleccionar la opción “Enviar al responsable Técnico”.
11. Ingresar el RUC del Responsable Técnico y hacer clic en la opción “Consultar”.
12. Seguidamente hacer clic en el botón “Confirmar” y a continuación en la opción “Si”. Por último, se debe realizar la firma electrónica del documento, mediante el TOKEN respectivo.
13. El Responsable Técnico debe ingresar a la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).
14. Seleccionar la opción “Proceso de Solicitud”
15. Seleccionar la opción “Funciones de Conveniencia”
16. Seleccionar la opción “Actualidad de procesamiento de solicitud (Usuario)”.
17. Una vez ingresado, en la opción “Número de Identificación de Solicitante”, se debe seleccionar la opción “Responsable Técnico”. A continuación, seleccionar “Consultar” y aparecen todas las solicitudes para revisar.
18. Hacer clic en la solicitud y presionar la opción “Ver Original”, para acceder al formulario de solicitud, llenar los campos de acuerdo a los requerimientos solicitados.
19. En la parte inferior del formulario aparece el listado de “Documento Adjunto”, mediante el cual se deberá adjuntar en formato pdf los requisitos establecidos de acuerdo a su producto y trámite seleccionado.
20. Una vez ingresado todos los campos, el Representante Técnico deberá Firmar Electrónicamente con su TOKEN y Enviar la solicitud al Representante Legal.
21. El Representante Legal deberá continuar con el proceso, ingresando a la VUE, seleccionando la opción “Funciones de Conveniencia”, seguidamente de la opción “Actualidad de procesamiento de solicitud (Usuario)”.

22. Ingresar en el formulario, en la opción “Número de Identificación de Solicitante” seleccionar “Solicitante”.
23. Una vez revisado el formulario, hacer clic en el botón “Registrar”, para que la solicitud sea enviada a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (en el sistema ECUAPASS debe cambiar el estado de solicitud de enviada a pago autorizado). Para realizar esta operación se debe firmar electrónicamente el documento, mediante el uso del TOKEN respectivo.
24. El sistema autorizará el pago por concepto de inscripción, verificar en la VUE el estado del trámite el cual debe estar como "Pago Autorizado", el usuario dispondrá de 5 días laborables para realizar la cancelación, caso contrario será cancelada dicha solicitud de forma definitiva del sistema de notificación sanitaria
25. Realizar el pago en el Banco del Pacífico solamente con el número de la liquidación (código que inicia con FA que se encuentra en la parte superior de la orden de pago).
26. Verificar el estado del trámite en el sistema ECUAPASS
27. La solicitud será revisada por la ARCSA y de ser necesario se notificará la subsanación para corrección de información en la misma.
28. En caso de que el informe contenga objeciones, la ARCSA notificará al usuario mediante el sistema ECUAPASS, las mismas deberán ser salvadas en máximo 15 días laborables y únicamente se podrán realizar 2 rectificaciones a la solicitud original, caso contrario se dará de baja dicho proceso.
29. Una vez aprobada la solicitud, el Representante Legal del Producto alimenticio, podrá consultar su Certificado de la notificación sanitaria para alimenticios de fabricación nacional a través del portal web ECUAPASS, ingresando el Número de Solicitud o el
30. Número de Emisión de Certificado.

Requisitos obtención permiso del Cuerpo de Bomberos.

Los bomberos del cantón El Chaco, indican que para obtener el permiso de funcionamiento de la empresa deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Inspección a la empresa (Extintores, luces de emergencia, señalética)
- Copia del RUC.
- Cedula de identidad y papeleta de votación del representante de la empresa.
- Pago del permiso de funcionamiento, en base al calculado del riesgo.

Patente Municipal

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de El Chaco, indica que para obtener la patente se debe presentar los siguientes documentos que se indican a continuación:

- Copia de la cedula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Copia de RUC.
- Copia del acta de constitución.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Declaración del impuesto a la renta.
- Permiso per CBA.
- Pago de la patente
- Pago de servicios administrativos
- Formulario de la declaración de la patente correspondiente.

Calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

En la página web del (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2020), se indica los requisitos que se necesitan para solicitar la clave patronal, en la misma que se encuentran los formularios que deben ser impresos y entregados con la demás documentación pertinente, a continuación, se detalla los pasos a seguir:

- Ingrese al portal www.iess.gob.ec; opción ‘Empleadores’, de clic en ‘Registro de nuevo empleador’. Link: [//hl5.iess.gob.ec/emp/ksempm0670.jsp?ctl=1](http://hl5.iess.gob.ec/emp/ksempm0670.jsp?ctl=1)
- Complete el formulario que emite –automáticamente- el sistema; llene todos los campos. Las notificaciones serán enviadas a la dirección electrónica registrada.
- Al final de su requerimiento se generará el documento ‘Solicitud de clave’.
- Complete el ‘Acuerdo de responsabilidad y uso de la información’, debe contener toda la información solicitada y estar firmado. Ingrese al portal www.iess.gob.ec; sección ‘Trámites en línea’; opción ‘Documentos Habilitantes’; de clic en ‘Acuerdo de responsabilidad y uso de la información’. Link: <https://www.iess.gob.ec/documents/10162/14649165/acuerdo.pdf>
- Una vez generados los documentos habilitantes, ingrese al portal www.iess.gob.ec; sección ‘Contáctenos’; opción ‘Recepción de trámites’; de clic en ‘Formulario’; escoja el trámite que va a realizar; ingrese correctamente los campos solicitados y anexe todos los requisitos en formato JPG o PDF (peso

máximo 1MB). En el mensaje, detalle una breve descripción de su solicitud. Link:
<https://app.iess.gob.ec/iess-gestion-fomularios-portal-web/public/tramite.jsf>

- La clave asignada' llegará al correo electrónico registrado.

Afiliación del IESS

El (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2022), el empleador deberá cumplir con los siguientes pasos para el registro de sus trabajadores, los mismos que se detallan a continuación:

- Ingresar a la página Web <https://www.iess.gob.ec/>
- Dar click en “personas independientes/ personas sin relación de dependencia” según sea el caso
- Ingresar el número de cedula (AAAA/MM/DD)
- Revisar los datos personales ingresados
- Registrar datos de provincia, cantón, parroquia, dirección, correo electrónico, número de teléfono
- Seleccionar la base de aportación que usted desee, tomando en cuenta la mínima aportación de \$425 USD correspondiente al salario básico
- Confirmar los datos del registro incluyendo la base de aportación
- Aceptar términos y condiciones
- Observar la confirmación de que la afiliación haya sido aceptada

Requisitos

Una vez realizado el trámite en línea en la página de la institución, se debe presentar la siguiente documentación de manera física en las oficinas correspondientes, a continuación, se detalla los documentos a presentar:

- Solicitud
- Copias y originales de cédulas y papeletas electorales de los representantes legal y socios.
- Copia de alguno de los servicios básicos
- Calificación artesanal (si posee)
- Copia RUC (Servicios Naturales de Derechos Intelectuales, 2022)

Ministerio de Trabajo

Para el registro de los contratos laborales de las personas que laboran en la empresa el (Ministerio del trabajo, 2022) indica los pasos a seguir que a continuación se detallan:

1. Ingresar al siguiente link <https://sut.trabajo.gob.ec/contratosweb/mrl/loginContratos.xhtml>.
2. Digitar su usuario y contraseña. Si no se cuenta con usuario y contraseña, ingresar en el link anterior y seleccionar la opción “Registro de nuevo empleador”. Se presentará un cuadro, donde se solicitará: nombres completos del empleador, documentos de identificación, tipo de empresa. Ingresar correo electrónico y una clave. Obtener usuario y contraseña.
3. Ingresar en el módulo de registro de datos del trabajador y actas de finiquito.
4. Escoger la pestaña datos del trabajador, seleccionar opción ingresos datos del trabajador.
5. Llenar el formulario en línea del trabajador que será vinculado en la empresa, guardando la información el SUT.
6. Opcional imprimir la plantilla del contrato de trabajo o extracto.

CAPITULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1. Objetivo del estudio de financiero

Determinar la parte económica de la empresa, para poder tener una visión general del capital que se requiere para iniciar con el plan de negocios, determinando así el VAN, TIR, entre otros aspectos importantes que llevaran a tener conocimiento del tiempo de recuperación de lo invertido.

5.2. Plan de inversiones

Según los autores (Salvador Pérez, Jurado Zurita, Rodriguez Salazar , Revelo Oña, & Haro Haro, 2017) mencionan que “El plan de inversión inicial involucra la inversión fija, diferida y el capital de trabajo necesario para comenzar las operaciones empresariales. El grupo de los activos fijos: terreno, infraestructura, maquinaria, equipos, etc., corresponde a todos los bienes que la empresa necesita para su operación”.

El plan de inversión es conocido como un análisis de forma detallada en base con los objetivos de la inversión con sus valores correspondientes tomando en cuenta los gastos que se ha tenido durante la fase de inicio del proyecto, ya sean estos gastos corrientes o fijos.

Tabla 59

Plan de inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	Terreno	\$ -	\$ -
	Instalaciones y remodelaciones	\$ 263,00	\$ 1.485,00
200	Pintura m2	\$ 2,00	\$ 400,00
200	Mampostería	\$ 4,00	\$ 800,00
5	Instalación eléctrica	\$ 5,00	\$ 25,00
5	Agua potable	\$ 2,00	\$ 10,00
1	Acabados	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Instalación baterías sanitarias	\$ 50,00	\$ 50,00
	Muebles y enseres	\$ 343,00	\$ 720,00
3	Basureros Metálicos	\$ 15,00	\$ 45,00
3	Sillas Giratorias	\$ 50,00	\$ 150,00
10	Sillas fijas	\$ 3,00	\$ 30,00
4	Mesas	\$ 40,00	\$ 160,00
1	Vitrinas	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Archivadores	\$ 60,00	\$ 60,00

2	Mesas de trabajo	\$	100,00	\$	200,00
	Herramientas	\$	8,30	\$	25,80
3	Cuchillo	\$	1,00	\$	3,00
3	Cucharones	\$	2,00	\$	6,00
6	Cucharas	\$	0,30	\$	1,80
3	Bandejas	\$	5,00	\$	15,00
	Maquinaria y equipo	\$	1.325,00	\$	1.325,00
1	Tanque 100 litros	\$	350,00	\$	350,00
1	Congeladores	\$	600,00	\$	600,00
1	Licuada industrial	\$	50,00	\$	50,00
1	Termómetro de inversión	\$	25,00	\$	25,00
1	Balanza precisión	\$	100,00	\$	100,00
1	pH metro	\$	150,00	\$	150,00
1	Refractómetro optimo	\$	50,00	\$	50,00
	Equipo de computación	\$	1.051,00	\$	1.502,00
2	Computadoras de escritorio	\$	450,00	\$	900,00
1	Computadora portátil	\$	400,00	\$	400,00
2	Impresoras	\$	1,00	\$	2,00
1	Software contable	\$	200,00	\$	200,00
	Equipos de oficina	\$	570,00	\$	570,00
1	Teléfono fijo Panasonic inalámbricos	\$	20,00	\$	20,00
1	Teléfono celular Samsung s10 de 128gb	\$	200,00	\$	200,00
1	Sumadora	\$	150,00	\$	150,00
1	Caja registradora	\$	200,00	\$	200,00
	Inventario	\$	14,61	\$	759,75
20	Guayaba (cajas)	\$	4,00	\$	80,00
100	Leche (Litros)	\$	0,36	\$	36,00
5	leche en polvo desnatada (Funda)	\$	1,25	\$	6,25
8	Azúcar galce (kilos)	\$	1,50	\$	12,00
3	Azúcar invertida (Quintal)	\$	2,25	\$	6,75
5	Nata (Cajas)	\$	5,00	\$	25,00
2375	Envases	\$	0,15	\$	356,25
2375	Sellos	\$	0,10	\$	237,50
	Costos de constitución	\$	50,00	\$	50,00
1	Permiso de bomberos	\$	10,00	\$	10,00
1	Patentes	\$	10,00	\$	10,00
1	Apertura del RUC	\$	20,00	\$	20,00
1	IESS Patronal	\$	10,00	\$	10,00
	Capital de trabajo	\$	321,88	\$	321,88
	TOTAL	\$	3.683,79	\$	6.759,43

Elaborado por: Josselyn Alquina

El plan de inversión de la empresa “Shilita” ICE CREAM , cuenta con un terreno y una construcción; instalaciones y remodelaciones con un valor de \$1.485,00; Muebles y enseres un valor de \$720,00; herramientas valoradas en \$25,80; maquinaria y equipo con un valor de \$1.325,00; equipo de computación los mismo que serán de aporte para las

áreas con las que contara la empresa con un valor de \$1.502,00; equipo de oficina mismos que ayudaran a la comunicación entre empresa y clientes por un valor de \$570; inventario de materia prima el mismo que será para la producción de helados por un mes promedio por un valor de \$759,00; costos de constitución tramites realizados para el buen funcionamiento de la empresa y trabajadores valorado en \$50,00; capital de trabajo con un valor de \$321,88; dando un total de \$6.759,43 de inversión para la producción y comercialización de helados artesanales.

5.3. Cálculo de costos y gastos

Para los autores Anton, Giovannini(2021) los costos son considerados como a la agrupación de valores que incurren durante un periodo identificado con el producto a fabricar los mismos son conocidos como costos de producción; y los gastos son los valores que se toman para realizar pagos a los trabajadores de la empresa entre ellos hay los gastos administrativos, de ventas y financieros.

5.3.1. Mano de Obra

La mano de obra directa es considerada a las personas que son participes en la producción del producto, por lo tanto, en la siguiente tabla se realizara el cálculo del pago a sus funciones realizadas dentro de la empresa, dicha tabla se la presenta a continuación:

Tabla 60*Cálculo de mano de obra*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1		JEFE DE PRODUCCION	NN	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00		\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
2		OPERARIO	NN	\$ 425,00	\$ -	\$ 425,00		\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 384,84
		TOTAL		\$ 875,00	\$ -	\$ 875,00	\$ -	\$ 82,69	\$ 82,69	\$ 792,31

Provisiones Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo MO
\$ 50,18	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ -	\$ 18,75	\$ 146,34	\$ 553,82
\$ 47,39	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 35,42	\$ 35,42		\$ 17,71	\$ 140,18	\$ 525,02
\$ 97,56	\$ 4,38	\$ 4,38	\$ 72,92	\$ 70,83	\$ -	\$ 36,46	\$ 286,52	\$ 1.078,83

Elaborado por: Josselyn Alquina

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA= **\$1.078,83**

Se realizó el cálculo de \$553,82 al costo mensual por el jefe de mano de obra y para el operario un valor mensual de \$525,02; obteniendo un pago total mensual de \$1.078,83.

El personal administrativo como su principal función es llevar el correcto funcionamiento de la empresa, es por ello que se contara con el siguiente personal, el cual debe ser cancelado por su labor dentro de la empresa.

Tabla 61

Cálculo de sueldos y salarios del personal administrativo

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1		GERENTE		\$ 500,00	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
2		CONTADOR		\$ 425,00	\$ -	\$ 425,00	\$ -	\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 384,84
3		TALENTO HUMANO		\$ 425,00	\$ -	\$ 425,00	\$ -	\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 384,84
TOTAL				\$ 1.350,00	\$ -	\$ 1.350,00	\$ -	\$ 127,58	\$ 127,58	\$ 1.222,43

Provisiones Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo
11,15%	0,50%	0,50%						
\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ -	\$ 20,83	\$ 158,67	\$ 611,42
\$ 47,39	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ -	\$ 17,71	\$ 140,18	\$ 525,02
\$ 47,39	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ -	\$ 17,71	\$ 140,18	\$ 525,02
\$ 103,14	\$ 4,63	\$ 4,63	\$ 112,50	\$ 106,25	\$ -	\$ 56,25	\$ 439,03	\$ 1.661,45

Elaborado por: Josselyn Alquina

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA= **\$1.661,45**

Una vez realizado el cálculo del pago del salario del personal administrativo de determino que para el gerente será \$611,42; para el contador \$525,02; y para el encargado de talento humano \$525,02; dando un pago mensual total de \$1.661,45 sin tomar en cuenta el fonde de reserva.

Tabla 62*Cálculo de sueldos y salarios del personal*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1		VENTAS		\$ 425,00	\$ -	\$ 425,00		\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 384,84
		TOTAL		\$ 425,00	\$ -	\$ 425,00	\$ -	\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 384,84

Provisiones Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo MO
11,15%	0,50%	0,50%						
\$ 47,39	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ -	\$ 17,71	\$ 140,18	\$ 525,02
\$ 47,39	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ -	\$ 17,71	\$ 140,18	\$ 525,02

Elaborado por: Josselyn Alquina

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA= \$ 525,02

Para el cálculo del salario del personal de ventas tiene un valor de \$525,02 y un gasto mensual del mismo valor, ya que en esta área solo contamos con una personal.

5.3.2. Depreciación

Tabla 63

Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	\$ 20,00	10%	\$ 72,00
Herramientas	10	\$ 25,80	10%	\$ 2,58
Maquinaria y equipo	10	\$ 1.325,00	10%	\$ 132,50
Equipo de computación	3	\$ 1.502,00	33%	\$ 495,66
Equipo de oficina	10	\$ 570,00	10%	\$ 57,00
TOTAL		\$ 4.142,80		\$ 759,74

Elaborado por: Josselyn Alquina

Una vez realizado el cálculo de la depreciación se obtuvo como valor anual \$72,00 en muebles y enseres, para herramientas un valor de \$2,58; en maquinaria y equipo un valor de \$132,00; para equipos de computación \$495,66; y por último para equipo de oficina un valor de \$57,00; dando un valor total de \$759,74 en la depreciación anual.

5.3.3. Proyección de la depreciación.

Tabla 64

Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00
Herramientas	\$ 2,58	\$ 2,58	\$ 2,58	\$ 2,58	\$ 2,58
Maquinaria y equipo	\$ 132,50	\$ 132,50	\$ 132,50	\$ 132,50	\$ 132,50
Equipo de computación	\$ 495,66	\$ 495,66	\$ 495,66	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 57,00	\$ 57,00	\$ 57,00	\$ 57,00	\$ 57,00
TOTAL	\$ 759,74	\$ 759,74	\$ 759,74	\$ 264,08	\$ 264,08

Elaborado por: Josselyn Alquina

Como se puede observar en la tabla los valores de la depreciación anual son constantes hasta el cuarto año ya que el equipo de computación solo se deprecia en tres años, siendo así el valor anual de \$759,74 y a partir del cuarto año este valor cambia a \$264,08.

5.3.4. Detalle de Costos

Tabla 65

Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costos anuales
HELADOS					
Materia prima				\$ 576,00	\$ 6.912,00
Guayaba	Cajas	20	\$ 80,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
Leche	Litros	100	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
leche en polvo desnatada	Fundas	5	\$ 6,25	\$ 25,00	\$ 300,00
Azúcar galce	Kilos	8	\$ 12,00	\$ 48,00	\$ 576,00
Azúcar invertida	Litros	3	\$ 2,25	\$ 9,00	\$ 108,00
Nata	Fundas	5	\$ 7,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Mano de Obra				\$ 1.078,83	\$ 12.946,00
Sueldo personal de producción				\$ 1.078,83	\$ 12.946,00
Costos Indirectos				\$ 996,04	\$ 11.952,50
Envases	Unidades	2000	\$ 0,10	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Sellos	Unidades	2000	\$ 0,05	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Servicios básicos					
Agua potable	m3	200	\$ 0,05	\$ 10,00	\$ 120,00
Servicio eléctrico	Voltios	1500	\$ 0,05	\$ 75,00	\$ 900,00
Depreciaciones				\$ 11,04	\$ 132,50
TOTALES				\$ 2.650,88	\$ 31.810,50

Elaborado por: Josselyn Alquina

Para realizar el detalle de los costos se ha tomado en cuenta la cantidad de producción mensual que es 2065 helados, teniendo un valor total en materia prima de \$576,00 mensuales y \$6.912,00 anuales. La mano de obra directa se cancelará un valor mensual de \$1.078,83 esto se debe a que la empresa cuenta con un jefe de producción y un operario y un valor anual de \$12.946,00; los costos indirectos de fabricación tendrán un valor mensual de \$996,04 y un valor anual de \$11.952,50. En las depreciaciones de producción únicamente consta de maquinaria y equipo con un valor anual de \$132,50.

5.3.5. Proyección de Costos

Tabla 66*Proyección de Costos*

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
HELADOS							
Materia prima	\$ 576,00		\$ 576,00	\$ 6.912,00		\$ 587,98	\$ 7.055,77
Guayaba	\$ 320,00		\$ 320,00	\$ 3.840,00		\$ 326,66	\$ 3.919,87
Leche	\$ 144,00		\$ 144,00	\$ 1.728,00		\$ 147,00	\$ 1.763,94
leche en polvo desnatada	\$ 25,00		\$ 25,00	\$ 300,00		\$ 25,52	\$ 306,24
azúcar galce	\$ 48,00		\$ 48,00	\$ 576,00		\$ 49,00	\$ 587,98
azúcar invertida	\$ 9,00		\$ 9,00	\$ 108,00		\$ 9,19	\$ 110,25
Nata	\$ 30,00		\$ 30,00	\$ 360,00		\$ 30,62	\$ 367,49
Mano de Obra	\$ 1.078,83	\$ 1.078,83		\$12.946,00	\$ 1.101,27		\$13.215,28
Sueldo personal de producción	\$ 1.078,83	\$ 1.078,83		\$12.946,00	\$ 1.101,27		\$13.215,28
Costos Indirectos	\$ 900,00		\$ 900,00	\$11.952,50		\$ 918,72	\$12.201,11
Envases	\$ 800,00		\$ 800,00	\$ 9.600,00		\$ 816,64	\$ 9.799,68
Sellos	\$ 100,00		\$ 100,00	\$ 1.200,00		\$ 102,08	\$ 1.224,96
Servicios básicos	\$ 96,04	\$ 11,04	\$ 85,00	\$ 1.152,50	\$ 11,27	\$ 86,77	\$ 1.176,47
Agua potable	\$ 10,00		\$ 10,00	\$ 120,00		\$ 10,21	\$ 122,50
Servicio eléctrico	\$ 75,00		\$ 75,00	\$ 900,00		\$ 76,56	\$ 918,72
Depreciaciones	\$ 11,04	\$ 11,04		\$ 132,50	\$ 11,27		\$ 135,26
TOTALES		\$ 1.089,88	\$ 1.561,00	\$32.963,00	\$ 1.112,54	\$ 1.593,47	\$33.648,63

Costos			Costos			Costos		
Fijos	Variables	Total año 3	Fijos	Variables	Total año 4	Fijos	Variables	Total año 5
	\$ 600,21	\$ 7.202,53		\$ 612,70	\$ 7.352,34		\$ 625,44	\$ 7.505,27
	\$ 333,45	\$ 4.001,41		\$ 340,39	\$ 4.084,63		\$ 347,47	\$ 4.169,59
	\$ 150,05	\$ 1.800,63		\$ 153,17	\$ 1.838,09		\$ 156,36	\$ 1.876,32
	\$ 26,05	\$ 312,61		\$ 26,59	\$ 319,11		\$ 27,15	\$ 325,75
	\$ 50,02	\$ 600,21		\$ 51,06	\$ 612,70		\$ 52,12	\$ 625,44
	\$ 9,38	\$ 112,54		\$ 9,57	\$ 114,88		\$ 9,77	\$ 117,27
	\$ 31,26	\$ 375,13		\$ 31,91	\$ 382,93		\$ 32,57	\$ 390,90
\$13.215,28		\$13.490,15	\$13.490,15		\$13.770,75	\$13.770,75		\$14.057,18
\$13.215,28		\$13.490,15	\$13.490,15		\$13.770,75	\$13.770,75		\$14.057,18
	\$ 1.026,40	\$12.454,90		\$ 1.047,75	\$12.713,96		\$ 1.069,54	\$12.978,41
	\$ 833,63	\$10.003,51		\$ 850,97	\$10.211,59		\$ 868,67	\$10.423,99
	\$ 104,20	\$ 1.250,44		\$ 106,37	\$ 1.276,45		\$ 108,58	\$ 1.303,00
\$ 11,51	\$ 88,57	\$ 1.200,94	\$ 11,75	\$ 90,42	\$ 1.225,92	\$ 11,99	\$ 92,30	\$ 1.251,42
	\$ 10,42	\$ 125,04		\$ 10,64	\$ 127,64		\$ 10,86	\$ 130,30
	\$ 78,15	\$ 937,83		\$ 79,78	\$ 957,34		\$ 81,44	\$ 977,25
\$ 11,51		\$ 138,07	\$ 11,75	\$ -	\$ 140,94	\$ 11,99		\$ 143,87
\$13.226,78	\$ 1.626,61	\$34.348,52	\$13.501,90	\$ 1.750,86	\$35.062,97	\$13.782,74	\$ 1.787,28	\$35.792,28

Elaborado por: Josselyn Alquinga

La proyección de costos a partir del segundo año al quinto, los costos se proyectaron en base a la tasa de inflación que indica el Banco Central del Ecuador siendo este el 2,08%, y con ello obteniendo los siguientes valores, en el año uno \$ 32.263,00; para el año dos es de \$33.648,63; \$34.348,52 para el año tres; mientras que para el año cuatro \$ 35.062,97; y por último año es de \$ 35.792,28.

5.3.6. Detalle de gastos

Son aquellos gastos administrativos, de venta y los financieros, los mismos que se encuentran distribuidos por apartados establecidos; los mismo que se podrán ver en las siguientes tablas:

Tabla 67

Detalle de Gastos Administrativos

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal				\$ 1.661,45	\$ 19.937,40
Suministros de oficina				\$ 4,70	\$ 56,43
hojas de papel bond	Resma	\$ 1,50	1	\$ 1,50	\$ 18,00
Esferos	Cajas	\$ 2,00	0,03	\$ 0,06	\$ 0,72
Lapiz	Cajas	\$ 1,50	0,02	\$ 0,03	\$ 0,36
Grapas	Cajas	\$ 0,75	0,15	\$ 0,11	\$ 1,35
Archivadores	Unidad	\$ 1,50	2	\$ 3,00	\$ 36,00
Depreciaciones				\$ 52,06	\$ 624,66
Utiles de aseo y limpieza				\$ 4,00	\$ 48,00
Palas	Unidad	\$ 1,00	0,5	\$ 0,50	\$ 6,00
Escobas	Unidad	\$ 1,00	0,5	\$ 0,50	\$ 6,00
Desinfectantes	Unidad	\$ 3,00	0,5	\$ 1,50	\$ 18,00
Trapeador	Unidad	\$ 1,00	0,5	\$ 0,50	\$ 6,00
Aromatizantes	Unidad	\$ 2,00	0,5	\$ 1,00	\$ 12,00
Servicios basicos				\$ 55,00	\$ 660,00
Luz	Voltios	0,1	300	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua	Litros	0,05	100	\$ 5,00	\$ 60,00
Telefono	Minutos	0,1	100	\$ 10,00	\$ 120,00
Internet	Megas	0,1	100	\$ 10,00	\$ 120,00
Total Gastos Administrativos				\$ 1.725,15	\$ 20.701,83

Elaborado por: Josselyn Alquina

En la proyección de gastos administrativos consta el sueldo del personal con un valor mensual de \$1.725,15 y un valor anual de \$20.701,83; suministros de oficina \$4,70 mensuales y \$56,43 anuales; las depreciaciones por un valor mensual de \$52,06 y

\$624,66 anual; los útiles de ase y limpieza tiene un valor mensual de \$4,00 y \$48,00 anuales; los servicios básicos por un valor de \$55,00 y \$660,00 sumando todos los apartados valores mensualmente es de \$1.725,15 y un valor anual de \$20.701,83.

Tabla 68

Detalle de Gastos de Ventas

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldo al personal de ventas				\$ 525,02	\$ 6.300,20
Publicidad y propaganda				\$ 0,75	\$ 9,00
Facebook e Instagram	Unidad	0,25	3	\$ 0,75	\$ 9,00
Tik Tok	Unidad	0	0	\$ -	\$ -
Total, Gastos de Ventas				\$ 525,77	\$ 6.309,20

Elaborado por: Josselyn Alquina

En el detalle de gastos de venta se detalla el sueldo del personal con un valor anual de \$6.300,20; publicidad y propaganda por \$9,00 anual

Tabla 69

Detalle de Gastos Financieros

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses pagados				\$ 53,22	\$ 638,70
Total, Gastos Financieros				\$ 53,22	\$ 38,70
Total, Gastos				\$ 2.304,14	\$27.649,73

En los gastos financieros constan los intereses calculados en la tabla de amortizaciones por un valor de \$3638,70 anuales del año uno; y obteniendo así un valor total de gastos de \$27.649,73.

5.3.7. Proyección de gastos

Tabla 70

Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	Gasto		Gasto		Total		Gasto		Total	
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2			
Sueldos del personal	\$ 1.661,45	\$ 1.661,45		\$ 19.937,40	\$ 1.696,01		\$ 20.352,10			
Suministros de oficina	\$ 4,70		\$ 4,70	\$ 56,43		\$ 4,80	\$ 57,60			
hojas de papel bond	\$ 1,50		\$ 1,50	\$ 18,00		\$ 1,53	\$ 18,37			
Esferos	\$ 0,06		\$ 0,06	\$ 0,72		\$ 0,06	\$ 0,73			
Lápiz	\$ 0,03		\$ 0,03	\$ 0,36		\$ 0,03	\$ 0,37			
Grapas	\$ 0,11		\$ 0,11	\$ 1,35		\$ 0,11	\$ 1,38			
Archivadores	\$ 3,00		\$ 3,00	\$ 36,00		\$ 3,06	\$ 36,75			
Depreciaciones	\$ 52,06	\$ 52,06		\$ 96,00	\$ 53,14		\$ 98,00			
Útiles de aseo y limpieza	\$ 4,00		\$ 4,00	\$ 48,00		\$ 4,08	\$ 49,00			
Palas	\$ 0,50		\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 0,51	\$ 6,12			
Escobas	\$ 0,50		\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 0,51	\$ 6,12			
Desinfectantes	\$ 1,50		\$ 1,50	\$ 18,00		\$ 1,53	\$ 18,37			
Trapeador	\$ 0,50		\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 0,51	\$ 6,12			
Aromatizantes	\$ 1,00		\$ 1,00	\$ 12,00		\$ 1,02	\$ 12,25			
Servicios básicos	\$ 55,00	\$ 10,00	\$ 45,00	\$ 660,00	\$ 10,21	\$ 45,94	\$ 673,73			
Luz	\$ 30,00		\$ 30,00	\$ 360,00		\$ 30,62	\$ 367,49			
Agua	\$ 5,00		\$ 5,00	\$ 60,00		\$ 5,10	\$ 61,25			
Teléfono	\$ 10,00		\$ 10,00	\$ 120,00		\$ 10,21	\$ 122,50			
Internet	\$ 10,00	\$ 10,00		\$ 120,00	\$ 10,21		\$ 122,50			
TOTALES		\$ 1.723,51	\$ 53,70	\$ 20.749,83	\$ 1.759,35	\$ 54,82	\$ 21.181,43			

Gastos			Total	Gastos			Total	Gastos			Total
Fijos	Variables		año 3	Fijos	Variables		año 4	Fijos	Variables		año 5
\$	1.731,29		\$ 20.775,42	\$	1.767,30		\$ 21.207,55	\$	1.804,06		\$ 21.648,67
	\$	4,90	\$ 58,80		\$	5,00	\$ 60,02		\$	5,11	\$ 61,27
	\$	1,56	\$ 18,76		\$	1,60	\$ 19,15		\$	1,63	\$ 19,54
	\$	0,06	\$ 0,75		\$	0,06	\$ 0,77		\$	0,07	\$ 0,78
	\$	0,03	\$ 0,38		\$	0,03	\$ 0,38		\$	0,03	\$ 0,39
	\$	0,12	\$ 1,41		\$	0,12	\$ 1,44		\$	0,12	\$ 1,47
	\$	3,13	\$ 37,51		\$	3,19	\$ 38,29		\$	3,26	\$ 39,09
\$	54,24		\$ 100,04	\$	55,37		\$ 102,12	\$	56,52		\$ 104,24
	\$	4,17	\$ 50,02		\$	4,25	\$ 51,06		\$	4,34	\$ 52,12
	\$	0,52	\$ 6,25		\$	0,53	\$ 6,38		\$	0,54	\$ 6,51
	\$	0,52	\$ 6,25		\$	0,53	\$ 6,38		\$	0,54	\$ 6,51
	\$	1,56	\$ 18,76		\$	1,60	\$ 19,15		\$	1,63	\$ 19,54
	\$	0,52	\$ 6,25		\$	0,53	\$ 6,38		\$	0,54	\$ 6,51
	\$	1,04	\$ 12,50		\$	1,06	\$ 12,76		\$	1,09	\$ 13,03
\$	10,42	\$	46,89	\$	10,64	\$	47,87	\$	10,86	\$	48,86
	\$	31,26	\$ 375,13		\$	31,91	\$ 382,93		\$	32,57	\$ 390,90
	\$	5,21	\$ 62,52		\$	5,32	\$ 63,82		\$	5,43	\$ 65,15
	\$	10,42	\$ 125,04		\$	10,64	\$ 127,64		\$	10,86	\$ 130,30
\$	10,42		\$ 125,04	\$	10,64		\$ 127,64	\$	10,86		\$ 130,30
\$	1.795,95	\$	55,96	\$	21.622,00	\$	1.833,30	\$	57,12	\$	22.071,74
		\$				\$		\$	1.871,44	\$	58,31
										\$	22.530,83

Elaborado por: Josselyn Alquina

Tabla 71*Proyección de Gasto de Venta*

Descripción	Gasto		Gasto		Total año 1	Gasto		Total año 2
	mensual		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Sueldo al personal de ventas	\$ 525,02	\$	525,02		\$ 6.300,20	\$ 535,94		\$ 6.431,24
Publicidad y propaganda	\$ 0,75			\$ 0,75	\$ 9,00		\$ 0,77	\$ 9,19
Facebook	\$ 0,75			\$ 0,75	\$ 9,00		\$ 0,77	\$ 9,19
Tik Tok	\$ -			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
TOTALES		\$	525,02	\$ 0,75	\$ 6.309,20	\$ 535,94	\$ 0,77	\$ 6.440,43

Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
\$ 547,08		\$ 6.565,01	\$ 558,46		\$ 6.701,57	\$ 570,08		\$ 6.840,96
	\$ 0,78	\$ 9,38		\$ 0,80	\$ 9,57		\$ 0,81	\$ 9,77
	\$ 0,78	\$ 9,38		\$ 0,80	\$ 9,57		\$ 0,81	\$ 9,77
	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
\$ 547,08	\$ 0,78	\$ 6.574,39	\$ 558,46	\$ 0,80	\$ 6.711,14	\$ 570,08	\$ 0,81	\$ 6.850,73

Elaborado por: Josselyn Alquina

Tabla 72

Proyección de Gastos Financieros

Descripción	Gasto		Gasto		Total	Gasto		Total
	mensual	Fijos	Variables		año 1	Fijos	Variables	año 2
Intereses pagados	\$ 53,22		\$ 53,22		\$ 638,70		\$ 40,38	\$ 484,54
TOTALES		\$ -	\$ 53,22		\$ 638,70	\$ -	\$ 40,38	\$ 484,54
TOTALES		\$ 2.248,52	\$ 107,68		\$ 27.697,73	\$ 2.295,29	\$ 95,96	\$ 28.106,40

Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
	\$ 25,90	\$ 310,84		\$ 9,59	\$ 115,10			
\$ -	\$ 25,90	\$ 310,84	\$ -					
\$ 2.343,03	\$ 82,64	\$ 28.507,23	\$ 2.391,77	\$ 57,92	\$ 28.782,88	\$ 2.441,52	\$ 59,13	\$ 29.381,56

Elaborado por: Josselyn Alquina

En el detalle de los gastos administrativos, ventas y financieros se lo realizo tomando en cuenta la tasa de inflación que es el 2,08% y así dando en los gastos administrativos para el año uno \$20.749,83, gastos de ventas un valor anual de \$6.309,20 con esos valores se realiza el cálculo de los próximos años tomando en cuenta la formula utilizando la tasa de inflación que es de 2,08%. y los gastos financieros por un valor del primer año de \$ 638,70 y para los siguientes años hay que determinar los costos de la tabla de amortización.

5.4. Plan de financiamiento

Según GFDD (Base de Datos Sobre el Desarrollo Financiero Mundial). 2019 “La medida tradicional de profundidad en el sistema financiero es el crédito interno al sector privado en relación con el PIB, medido como “recursos financieros proporcionados al sector privado, a través de préstamos, compras de valores no accionarios y créditos comerciales y otras cuentas por cobrar, que establecen un derecho a repago”.

5.4.1. Forma de financiamiento

Tabla 73

Plan de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$ 891,88	100	13,19
- Efectivo	\$ 321,88	36,09	4,76
- Bienes	\$ 570,00	63,91	8,43
Recursos de terceros	\$ 5.867,55	100	86,81
- Préstamo bancario	\$ 5.867,55	100	86,81
TOTAL	\$ 6.759,43		100

Elaborado por: Josselyn Alquinga

Para el plan de financiamiento de acuerdo a la tabla indicada se divide en recursos propios los cuales están compuestos por efectivo y bienes la misma que tiene un valor de \$891,88; y en recursos de terceros siendo el \$5.867,55; dando un total del 100% con un total de \$6.759,43.

5.5. Cálculo de ingresos

Tabla 74

Determinación del precio de venta unitario

Productos	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos de Fabricación	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de Utilidad (%)	\$	Precio de Venta Unitario
HELADOS ARTESANALES A BASE DE FRUTAS DE LA ZONA	\$ 576,00	\$ 1.078,83	\$ 996,04	\$ 2.650,88	2478	95%	2518,33	\$ 2,50

Elaborado por: Josselyn Alquinga

En el cálculo de ingresos que se a determinado en el precio de los helados artesanales el cual es \$2,50, con un margen de rentabilidad del 95%.

Tabla 75

Cálculo del ingreso anual

Precio de Venta Unitario	Precio de venta Unitario	Unidades Producidas (anuales)	Ingresos del primer año
HELADOS ARTESANALES A BASE DE FRUTAS DE LA ZONA	\$ 2,50	29736	\$ 74.340,00

Elaborado por: Josselyn Alquina

5.5.1. Proyección de Ingresos

Tabla 76

Proyección de Ingresos

Productos	Cantidad	Precio Total	Total, año 1	Cantidad	Precio Total	Total, año 2
HELADOS ARTESANALES A BASE DE FRUTAS DE LA ZONA	29736	\$ 2,50	\$74.340,00	30355	\$ 2,55	\$77.464,71
Total, Ingresos			\$ 74.340,00			\$ 77.464,71

Cantidad	Precio Total	Total, año 3	Cantidad	Precio Total	Total, año 4	Cantidad	Precio Total	Total, año 5
30985,883	\$ 2,61	\$ 80.720,75	31630,389	\$ 2,66	\$ 84.113,66	32288,301	\$ 2,71	\$87.649,18
		\$ 80.720,75			\$ 84.113,66			\$ 87.649,18

Elaborado por: Josselyn Alquina

Se ha determinado la proyección de ingresos con la tasa de inflación que es el 2,08%.

5.6. Punto de equilibrio

Según el autor Pacheco (2019) “El punto de equilibrio proporciona puntos de referencia importantes para la planificación a largo plazo de un negocio. Conocer éste, para áreas tales como las ventas, la producción, las operaciones y la recuperación de la inversión puede contribuir a establecer precios, manejar deuda y otras funciones del negocio. En este sentido, el punto de equilibrio es donde el ingreso total de la empresa es igual a sus gastos totales”.

1. En unidades físicas
2. En unidades monetarias
3. En valores relativos (%)

Las fórmulas para calcular el punto de equilibrio son (utilizar para la escritura):

$$1. \quad PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$2. \quad PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$3. \quad PE \% = \frac{PE \$}{IT} 100$$

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Tabla 77*Punto de equilibrio*

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	\$ 13.078,50	\$ 18.732,00	\$ 31.810,50
Gastos de Administración	\$ 20.682,06	\$ 644,43	\$ 21.326,49
Gastos de Ventas	\$ 6.300,20	\$ 9,00	\$ 6.309,20
Gastos Financieros	\$ 53,22	\$ 638,70	\$ 691,92
SUMAN	\$ 40.113,98	\$ 20.024,13	\$ 60.138,11

Descripción	Datos
Número unidades	29.736,00
Precio unitario de venta	2,50
Ingresos totales	\$ 74.340,00
Costo Variable Unitario	0,67

Elaborado por: Josselyn Alquina

Punto de Equilibrio \$ = (Costo Fijo/ (1-(Costo variable/Ingresos de venta))

Punto de Equilibrio \$= \$54.902,43

Punto de Equilibrio U= Cotos Fijos/ (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

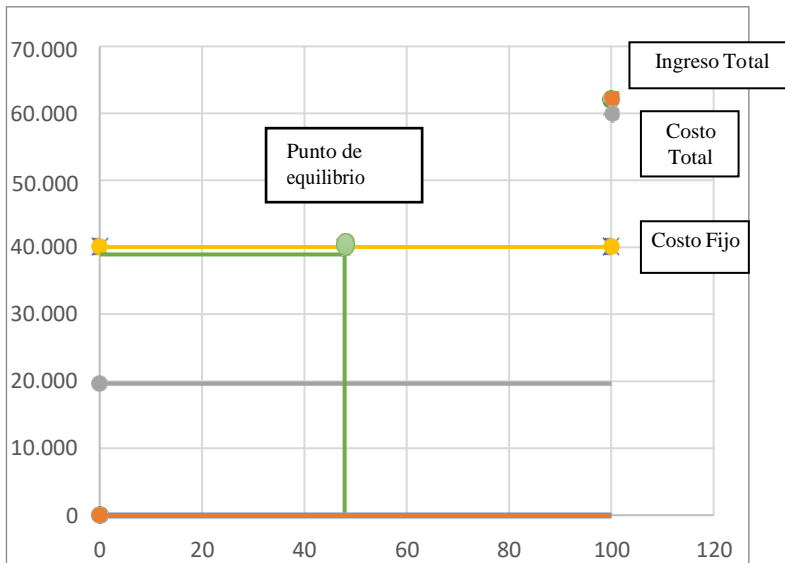
Punto de Equilibrio U= 10.805,10

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio\$*100/Ingresos Totales

Punto de Equilibrio % = 73,85%

Gráfico 26

Punto de equilibrio



Elaborado por: Josselyn Alquina

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta diversos valores como son los costos fijos con un valor de \$40.113,98, costos variables por \$20.024,13 los mismos que sumados dan un valor de \$60.138,11 y siendo este el costo total; se determinó el valor de los ingresos totales con su valor de \$ 74.340,00; el cual que para no perder el negocio se deberá vender un 73,85% del producto correspondiendo a un valor de \$54.902,43.

5.7. Estado de resultados proyectado

Tabla 78

Estado de resultados proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$ 74.340,00	\$ 77.464,71	\$ 80.720,75	\$ 84.113,66	\$ 87.649,18
(-) Costo de Ventas	\$ 32.963,00	\$ 33.648,63	\$ 34.348,52	\$ 35.062,97	\$ 35.792,28
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 41.377,00	\$ 43.816,08	\$ 46.372,23	\$ 49.050,69	\$ 51.856,90
(-) Gastos de venta	\$ 6.309,20	\$ 6.440,43	\$ 6.574,39	\$ 6.711,14	\$ 6.850,73
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 35.067,80	\$ 37.375,64	\$ 39.797,84	\$ 42.339,55	\$ 45.006,17
(-) Gastos Administrativos	\$ 20.749,83	\$ 21.181,43	\$ 21.622,00	\$ 22.071,74	\$ 22.530,83
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 14.317,97	\$ 16.194,22	\$ 18.175,84	\$ 20.267,81	\$ 22.475,34
(-) Gastos Financieros	\$ 638,70	\$ 484,54	\$ 310,84	\$ 115,10	\$ -
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 13.679,27	\$ 15.709,68	\$ 17.865,00	\$ 20.152,71	\$ 22.475,34
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 2.051,89	\$ 2.356,45	\$ 2.679,75	\$ 3.022,91	\$ 3.371,30
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 11.627,38	\$ 13.353,23	\$ 15.185,25	\$ 17.129,80	\$ 19.104,04
(-) Impuesto a la renta	\$ 2.906,85	\$ 3.338,31	\$ 3.796,31	\$ 4.282,45	\$ 4.776,01
(=) UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 8.720,54	\$ 10.014,92	\$ 11.388,94	\$ 12.847,35	\$ 14.328,03

Elaborado por: Josselyn Alquinga

5.8. Flujo de caja

Tabla 79

Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 74.340,00	\$ 77.464,71	\$ 80.720,75	\$ 84.113,66	\$ 87.649,18
Ingresos por ventas	\$ -	\$ 74.340,00	\$ 77.464,71	\$ 80.720,75	\$ 84.113,66	\$ 87.649,18
B. EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 60.022,03	\$ 61.270,49	\$ 62.544,91	\$ 63.845,85	\$ 65.173,84
Materia prima directa	\$ -	\$ 6.912,00	\$ 7.055,77	\$ 7.202,53	\$ 7.352,34	\$ 7.505,27
Mano de obra directa	\$ -	\$ 12.946,00	\$ 13.215,28	\$ 13.490,15	\$ 13.770,75	\$ 14.057,18
Costos indirectos de fabricación	\$ -	\$ 13.105,00	\$ 13.377,58	\$ 13.655,84	\$ 13.939,88	\$ 14.229,83
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 20.749,83	\$ 21.181,43	\$ 21.622,00	\$ 22.071,74	\$ 22.530,83
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 6.309,20	\$ 6.440,43	\$ 6.574,39	\$ 6.711,14	\$ 6.850,73
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ -	\$ 14.317,97	\$ 16.194,22	\$ 18.175,84	\$ 20.267,81	\$ 22.475,34
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 6.759,43	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos propios	\$ 891,88	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos de terceros	\$ 5.867,55	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes para futura capitalización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de inversiones temporales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de otros activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 6.437,55	\$ 6.812,92	\$ 7.548,94	\$ 8.330,24	\$ 9.159,54	\$ 8.147,31

Inversion realizada	\$ 6.437,55	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adquisición de activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuota de crédito	\$ -	\$ 1.215,49	\$ 1.369,64	\$ 1.543,34	\$ 1.739,08	\$ -	\$ -
Pago de créditos a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de créditos a largo plazo	\$ -						
Pago de participación de utilidades	\$ -	\$ 2.051,89	\$ 2.356,45	\$ 2.679,75	\$ 3.022,91	\$ 3.371,30	\$ -
Pago de interes credito bancario	\$ -	\$ 638,70	\$ 484,54	\$ 310,84	\$ 115,10	\$ -	\$ -
Pago de impuesto a la Renta	\$ -	\$ 2.906,85	\$ 3.338,31	\$ 3.796,31	\$ 4.282,45	\$ 4.776,01	\$ -
Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
F FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ 321,88	\$ 6.812,92	\$ 7.548,94	\$ 8.330,24	\$ 9.159,54	\$ 8.147,31	
G FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$ 321,88	\$ 7.505,05	\$ 8.645,28	\$ 9.845,59	\$ 11.108,27	\$ 14.328,03	

Elaborado por: Josselyn Alquinga

5.9. Evaluación Financiera

5.9.1 Indicadores

5.9.1.1. Valor Neto Actual (VAN)

El VAN nos permite conocer cuanto va a ser la rentabilidad real del proyecto, mediante el cálculo realizado con el Flujo de Caja. Pero antes es importante calcular el Tasa Mínima Aceptable (TMAR), como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 80

Cálculo de TMAR

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO	PONDERACIÓN	RELACIÓN
Capital Propio	891,88	13,19	20,00	2,64	tasa pasiva
Capital financiado	5.867,55	86,81	12,00	10,42	tasa activa
TOTAL, DE LA INVERSIÓN	6.759,43	100		13,06	TMAR

Elaboración por: Josselyn Alquina

Como se puede visualizar en la tabla el TMAR, se obtuvo un 13,06%, y con ello se obtuvo un VAN de \$31.041,96, se puede indicar que el proyecto es aceptable, ya que su valor es mayor a cero.

5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Una vez obtenido los resultados se determinó que la TIR del plan de negocios va a ser de 122% el cual es aceptable; indicando que el porcentaje es mayor al TMAR el mismo que tiene un porcentaje de 18,42.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$TIR = \mathbf{122,0\%}$$

5.9.1.3. Beneficio Costo

El beneficio que se obtendrá en el plan de negocios es de \$4,59; cabe indicar que por cada dólar que se invierte se tendrá un beneficio considerable dentro del proyecto.

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

$$\text{BENEFICIO / COSTO} = \mathbf{4,59}$$

5.9.1.4. Período de recuperación

El periodo de recuperación determina el tiempo en el que se va a recuperar el capital invertido del proyecto.

$$\textit{Payback} = \frac{I_0}{F}$$

Dónde:

I_0 es la inversión inicial del proyecto

F es el valor de los flujos de caja

$$\text{PERIODO DE RECUPERACIÓN} = \mathbf{(735,84)}$$

10,00 mes

24,00 días

Mediante el cálculo realizado se determinó que la inversión realizada se recuperará en 10 meses 24 días.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria. (2017). *Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria*.
- Alejandro Jimenez, S., Ortiz Bosch, M., & Izaguirre Remón, R. (2018). La relación cultura geografica- espacio geografico en la formacion de la identidad cultural. *Revist Nadir*, 2.
- Álvarez González , A. (2003). *El entorno economico como enterlo y anticipar su evolución*. Madrid, España: RA- MA Editorial.
- Arnau Sabates, L., & Montané Capdevila, J. (2018). Aportaciones sobre la relación conceptual entre actitud y competencia, desde la teoria del cambio de actitudes. *Investigación pedagogica*, 7.
- Banco Central del Ecuador. (30 de Septiembre de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021>
- Banco Central del Ecuador. (Diciembre de 2021). *Tasa de Interés diciembre 2021*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Cerem International Business School. (2021). *Estudia tu entorno con un pest-el*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Fron Fábregas, J., & Pasadas del Amo, S. (2016). *Las encuestas de opinión*. Spain, Madrid: Editorial CSIC.
- Gómez Gómez, I., & Brito Aguilar , J. (2020). *Administración de Operaciones*. Guayaquil: UIDE (Universidad Internacional del Ecuador).
- Hernandez , C., & Carpio , N. (2019). Introduccion a los tipos de muestreo. *Revista Alerta*, 5.
- Hernandez Mendoza, S., & Duana Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Economico Administrativas del ICEA*. (págs. 1-2). ISSN: 2007- 4913.

- Imbiomed. (2018). Beneficios de la guayaba para la salud. *Revista de investigación e información en salud*, 1.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (25 de Enero de 2022). *Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2020). *Guías Trámites Vituales*. Quito.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (25 de Enero de 2022). *Servicios en Línea IESS Empleadores*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/empleadores/>
- Instituto SINCHI. (14 de noviembre de 2021). *INIRIDA*. Obtenido de <https://sinchi.org.co/inirida/dimension-demografica>
- ISO 9001: 2015. (2015). *Sistema de gestión de la calidad - Requisitos*.
- Jaya Pineda, I., & Cononel Serrano , P. (2020). *APLICACIÓN DE LA MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC) PARA DETERMINAR LA POSICIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA JLS ROOFTOP GASTRO-BAR*. Machala.
- Kotler, P., Cámara , D., & Cruz, I. (2016). *Marketing*. Décima edición.
- Mercados Nacionales de la cadena de frío, S.A. (2021). Beneficios y bondades de la Guaba. *Cadena de frío*, 1-2.
- MIA. (2017). Descubre los beneficios del fruto tropical chontaduro. *Mia revista*, 1-3.
- Ministerio del trabajo. (25 de Enero de 2022). Obtenido de Inscripción de Actas o Contratos: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-actos-contratos-registro-propiedad-distrito-metropolitano-quito>
- Porter, M. (2014). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma la estrategia*. America Latina: Harvard Business Review.
- Roger , K., Hartley , S., & Rudelius , W. (2009). *Marketing*. Interamericana: Novena Edición.
- Salvador Pérez, L., Jurado Zurita, R., Rodríguez Salazar , P., Revelo Oña, R., & Haro Haro, E. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión* . Quito.

Servicio de Rentas Internas. (25 de Enero de 2022). *Servicio de Rentas Internas (S.R.I.)*.
Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>

Servicios Naturales de Derechos Intelectuales. (25 de Enero de 2022). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Taipe Yáñez, J., & Pazmiño, J. (2015). Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa. 163-183.

GFDD (BASE DE DATOS SOBRE EL DESARROLLO FINANCIERO MUNDIAL). 2019. Consulta de la base de datos en línea. Washington, D.C.: Banco Mundial. Disponible en <https://www.worldbank.org/en/publication/gfdr/data/global-financial-development-database>.

ANEXOS



CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC

Geographic Area
Selección: PROVINCIA_15 sel
Crossstab
of Grupos de edad
by Sexo

AREA # 15 **NAPO**


Grupos de edad **Sexo**

	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	1,253	1,245	2,498
De 1 a 4 años	5,848	5,480	11,328
De 5 a 9 años	7,125	6,903	14,028
De 10 a 14 años	6,645	6,378	13,023
De 15 a 19 años	5,656	5,651	11,307
De 20 a 24 años	4,423	4,439	8,862
De 25 a 29 años	4,188	4,159	8,347
De 30 a 34 años	3,640	3,333	6,973
De 35 a 39 años	3,091	3,000	6,091
De 40 a 44 años	2,519	2,252	4,771
De 45 a 49 años	2,295	2,162	4,457
De 50 a 54 años	1,690	1,560	3,250
De 55 a 59 años	1,423	1,348	2,771
De 60 a 64 años	1,092	1,005	2,097
De 65 a 69 años	873	826	1,699
De 70 a 74 años	570	508	1,078
De 75 a 79 años	335	314	649
De 80 a 84 años	173	213	386
De 85 a 89 años	79	85	164
De 90 a 94 años	37	45	82
De 95 a 99 años	12	12	24
De 100 años y mas	7	7	14
Total	52,774	50,923	103,697

Anexo 1

Dimensión Geográfica de la provincia de Napo.

Fuente: INEC (2010)



CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC

Geographic Area
Selección: PROVINCIA_15 sel
Crossstab
of Grupos de edad
by Sexo

AREA # 1504 **EL CHACO**

Grupos de edad **Sexo**

	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	72	85	157
De 1 a 4 años	371	346	717
De 5 a 9 años	487	508	995
De 10 a 14 años	495	464	959
De 15 a 19 años	419	355	774
De 20 a 24 años	312	342	654
De 25 a 29 años	340	369	709
De 30 a 34 años	323	282	605
De 35 a 39 años	289	237	526
De 40 a 44 años	206	171	377
De 45 a 49 años	186	154	340
De 50 a 54 años	129	129	258
De 55 a 59 años	117	119	236
De 60 a 64 años	100	66	166
De 65 a 69 años	96	78	174
De 70 a 74 años	47	43	90
De 75 a 79 años	47	26	73
De 80 a 84 años	20	22	42
De 85 a 89 años	7	3	10
De 90 a 94 años	6	6	12
De 95 a 99 años	2	-	2
De 100 años y mas	-	2	2
Total	4,071	3,807	7,878

Anexo 2

Dimensión Geográfica del Cantón El Chaco

Fuente: INEC (2010)

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE EL CANTÓN "EL CHACO"**

**ENCUESTA DE ESTABLECIMIENTOS QUE EJERCEN
ACTIVIDAD ECONÓMICA**

EL CHACO
MUNICIPALIDAD

ESPECIE VALORADA
USD. 1,00

No. 0001560

Clave Catastral _____		Fecha de levantamiento de la ficha catastral _____ dd / mm / aa	
Cédula I. _____		RUC. _____	
Apellidos del Contribuyente _____		Nombres del Contribuyente _____	
Nombre del Establecimiento _____		Tipo de Establecimiento _____	Fecha de inicio de la Act. Económica dd / mm / aa. _____
Dirección Principal del Establecimiento _____		Referencia de la Dirección _____	
LOCAL: 1. Propio <input type="checkbox"/> 2. Arrendado <input type="checkbox"/> 3. Anticresis <input type="checkbox"/> 4. Contabilidad (SI / NO) <input type="checkbox"/>			
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS A CORTO PLAZO	
1. Caja _____		1. Dts. x pagar _____	
2. Bancos _____		2. Cts. x pagar _____	
3. Dts. x cobrar _____			
4. Cts. x cobrar _____			
5. Inversiones _____			
6. Mercadería _____			
7. Otros Activos Cor. _____			
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
1. Muebles _____		1. Dts. x pagar largo P. _____	
2. Equipo de Of. _____			
3. Instalaciones _____			
4. Vehículos _____			
5. Maquinaria _____			
6. Edificios _____			
7. Terrenos _____			
8. Otros Activos Fij. _____			
ACTIVOS DIFERIDOS		INFORMACIÓN ADICIONAL	
1. Gastos Anticipados _____		1. Res. Cts. Incobrables _____	
2. Otros Activos Dif. _____		2. Perdidas en Inventario _____	
		3. Espacio Predio destinado a la Actividad _____	
		PARA USO INTERNO	
		Capital en Giro _____	
Observaciones: _____ _____ _____			
Nombre del Encuestador: _____		Firma: _____	

Anexo 3
Formato de la Actividad Económica
Fuente: GAD Municipal El Chaco

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE "EL CHACO"**

PATENTE Nº 0020667

DE COMERCIANTES, INDUSTRIALES Y
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SIN EL CONCURSO DEL CAPITAL

COMISARIA MUNICIPAL

FECHA:						REGISTRO
NOMBRES APELLIDOS Y LUGAR						
DOCUMENTOS DE IDENTIFICACIÓN						
Nombre del Establecimiento: _____						
Clase de Comercio: _____						
Capital en Giro: _____						
Valor Cancelado: _____						
Tiempo de Validez: _____						
Lugar y Fecha de otorgamiento: _____						
DIRECTOR FINANCIERO				CONTRIBUYENTE		

CONTRIBUYENTE

Anexo 4
Patente Municipal
Fuente: GAD Municipal El Chaco

CAMPO EQUIP "EL CHACO"

Comercialización Muebles, Equipos Industriales y Tecnológicos.
RUC. 1809831648
Dirección. - Vía Quito- Lago Agrio
Teléfono: 0986621831 - 062329828
campoequip@hotmail.com



Factura Proforma

Enviado a- **Jesselyn Alexandra Alquina Villafuerte** Fecha de Inicio **03/02/2022**
Fecha de vencimiento **06/03/2022**

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Computadoras de escritorio Samsung.	\$450.00	\$900.00
1	Computadora portátil Hp CORE i5 UPRO	\$400.00	\$400.00
2	Impresoras EPSON L380	\$100.00	\$200.00
1	Teléfono fijo Panasonic	\$20.00	\$20.00
1	Teléfono celular Samsung S10 de 128g	\$200.00	\$200.00
1	Sumadora eléctrica CANON	\$150.00	\$150.00
1	Caja Registradora Ecr 6800	\$200.00	\$200.00

Total \$2,070.00



Solicitante

Campo Equip El Chaco

Anexo 5

Cotización Equipo de Oficina y Equipo de computo

Fuente: Campo Equip El Chaco

TIENDA MIS GATITOS		PROFORMA	
RUC: 1500539356001		120	
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE GRAN VARIEDAD DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS			
Direcc. Matriz y Estab.: Oyacachi s/n y Ambato			
Cel.: 0998744599		EL CHACO - NAPO - ECUADOR	
Cliente:	Josselyn Alexandra Atquianga Villafuerte		
Dirección:	El Chaco	Fecha:	02/02/2022
RUC:	1500831548	Telefono:	0986621831
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
20	Cajas de Guayaba	\$ 5,00	\$ 100,-
100	Litros de leche	\$ 0,36	\$ 36,-
5	fundas de leche en polvo	\$ 1,25	\$ 6,25
8	Kilos azúcar galae	\$ 1,50	\$ 12,00
3	99 azúcar invertida	\$ 2,25	\$ 6,75
3	cajas de nata	\$ 5,00	\$ 15,-
Nota:		Subtotal	—
		Total	\$ 186,00
 Recibio Conforme		 Entrega conforme	

Anexo 6

Cotización materia prima

Fuente: Tienda Mis Gatitos

TASA DE AMORTIZACIÓN

Valor del crédito	\$ 5.867,55
Tasa de interés mensual	3%
Plazo del crédito en meses	48
Costo mensual a pagar	\$154,52

Intereses totales a pagar	1.549,17
Total, capital m más intereses	\$ 7.416,72

# Pago	Pago de intereses	Abono a capital	Saldo del crédito	Interés anual	Capital anual
1	\$58,68	\$95,84	\$5.771,71		
2	\$57,72	\$96,80	\$5.674,91		
3	\$56,75	\$97,77	\$5.577,15		
4	\$55,77	\$98,74	\$5.478,40		
5	\$54,78	\$99,73	\$5.378,67		
6	\$53,79	\$100,73	\$5.277,94		
7	\$52,78	\$101,74	\$5.176,21		
8	\$51,76	\$102,75	\$5.073,45		
9	\$50,73	\$103,78	\$4.969,67		
10	\$49,70	\$104,82	\$4.864,86		
11	\$48,65	\$105,87	\$4.759,00		
12	\$47,59	\$106,93	\$4.652,06	\$638,70	\$1.218,40
13	\$46,52	\$107,99	\$4.544,07		
14	\$45,44	\$109,07	\$4.435,00		
15	\$44,35	\$110,17	\$4.324,83		
16	\$43,25	\$111,27	\$4.213,56		
17	\$42,14	\$112,38	\$4.101,18		
18	\$41,01	\$113,50	\$3.987,68		
19	\$39,88	\$114,64	\$3.873,04		
20	\$38,73	\$115,78	\$3.757,26		
21	\$37,57	\$116,94	\$3.640,32		
22	\$36,40	\$118,11	\$3.522,20		
23	\$35,22	\$119,29	\$3.403,91		
24	\$34,03	\$120,49	\$3.284,42	\$484,54	\$1.360,64
25	\$32,82	\$121,69	\$3.163,73		
26	\$31,61	\$122,91	\$3.041,83		
27	\$30,38	\$124,14	\$2.918,69		
28	\$29,14	\$125,38	\$2.794,31		
29	\$27,88	\$126,63	\$2.668,68		
30	\$26,62	\$127,90	\$2.541,78		
31	\$25,34	\$129,18	\$2.413,60		
32	\$24,05	\$130,47	\$2.284,13		
33	\$22,74	\$131,77	\$2.153,36		
34	\$21,42	\$133,09	\$2.021,27		
35	\$20,09	\$134,42	\$1.887,85		
36	\$18,75	\$135,77	\$1.753,08	\$310,84	\$1.543,34
37	\$17,39	\$137,12	\$1.616,96		
38	\$16,02	\$138,50	\$1.479,46		
39	\$14,63	\$139,88	\$1.340,58		
40	\$13,24	\$141,28	\$1.199,30		
41	\$11,82	\$142,69	\$1.055,61		
42	\$10,40	\$144,12	\$909,49		
43	\$8,95	\$145,56	\$749,93		
44	\$7,50	\$147,02	\$587,91		
45	\$6,03	\$148,49	\$423,43		
46	\$4,54	\$149,97	\$256,46		
47	\$3,04	\$151,47	\$87,00		
48	\$1,53	\$152,99	\$0,00	\$115,10	\$1.739,08

Anexo 7 Amortización del crédito

Encuesta

- 1. Seleccione el rango de edad al que usted pertenece**
 - a. De 15 a 19 años
 - b. De 20 a 24 años
 - c. De 25 a 29 años
 - d. De 30 a 34 años
 - e. De 35 a 39 años
 - f. De 40 a 44 años
 - g. De 45 a 49 años

- 2. ¿Ha degustado helados artesanales a base de frutas de la zona?**
 - a. Si
 - b. No

- 3. ¿Desearía consumir helados artesanales con frutas de la zona?**
 - a. Si
 - b. No

- 4. ¿Qué tipo de helado consume usted?**
 - a. Leche
 - b. Agua
 - c. Yogurt
 - d. Crema

- 5. ¿Con que frecuencia consume helados?**
 - a. 1 vez a la semana
 - b. 2 a 3 veces a la semana
 - c. Todos los días

- 6. ¿Cuál es el sabor que más le gustaría consumir?**
 - a. Guaba
 - b. Chonta
 - c. Guayaba
 - d. Todas las anteriores

- 7. ¿De cuantos litros preferiría usted consumir el helado?**
 - a. 1/5 litro
 - b. Litro
 - c. 1.5 Litros

- 8. ¿Usted tenía conocimiento de los beneficios que brinda a la salud las frutas (guaba, chonta, guayaba)?**
- a. Si
 - b. No
- 9. ¿Habitualmente donde realiza la compra de sus helados?**
- a. Tiende
 - b. Heladería
 - c. Calle
- 10. Al momento de realizar su compra usted se fija más en:**
- a. Sabor
 - b. Marca
 - c. Presentación
- 11. ¿En qué presentación le gustaría adquirir su helado?**
- a. Paleta
 - b. Vaso
 - c. Tarrinas de litros
 - d. Cono
- 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?**
- a. \$1,00 -\$2,00
 - b. \$2,01 - \$3,00
 - c. \$3,01 - \$4,00
-

Anexo 8

Encuesta

Fuente: Investigación propia