UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 - 2028"

AUTORES:

MATTHEW KEVIN SANTAMARÍA ALARCÓN
FREDY XAVIER ARMIJO MONAR

DIRECTOR:
ECON. RENÉ MESÍAS VILLACRÉS BORJA

PARES ACADÉMICOS:
ING. MARIO ENRIQUE ESCOBAR GORTAIRE
FIS. SALOMÓN RODRIGO CARGUA SUAREZ

GUARANDA – ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 - 2028”

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a la Facultad de Administración de Empresas por su compromiso con mi formación académica, a mi tutor, pares académicos y compañero de tesis, por su apoyo constante y por compartir sus conocimientos a lo largo de esta travesía.

Fredy Armijo.

Inicio expresando mi agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar, a mis docentes, mi tutor y pares académicos por ser una guía constante en este proceso de titulación, a mi compañero de tesis por brindarme su apoyo y ayuda para culminar este trabajo, además, a mi familia y pareja por acompañarme durante todos estos años de estudio.

Matthew Santamaria.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia, por su apoyo incondicional, su amor y su fe en mí, sin su comprensión y paciencia, este logro no habría sido posible, cada paso que he dado en este camino ha estado marcado por su constante presencia, que ha sido mi fuente de inspiración y mi mayor fortaleza para superar obstáculos y seguir luchando por mis sueños.

Fredy Armijo.

Dedico este trabajo a mi madre, hermanos y esposa que siempre estuvieron a mi lado dándome su ayuda y motivación para salir adelante, ser mejor estudiante y un buen ser humano, también de manera especial a mis sobrinas Aylin y Sofia que son mis motores para salir adelante y a la Universidad Estatal de Bolívar que ha sido mi segundo hogar durante todos estos años de estudio.

Matthew Santamaria.

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. "***Rene Villacres***", Ing. "***Mario Escobar"***, y Fis. "***Salomon Cargua"***, en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 – 2028" …desarrollado por los señores Matthew Kevin Santamaria Alarcon & Fredy Xavier Armijo Monar.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas**, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 09 del 08 del 2024

Econ. Rene Villacrés
Director

Ing. Mario Escobar
Par Académico

Fis. Salomón Cargua
Par Académico

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros Matthew Kevin Santamaria Alarcon y Fredy Xavier Armijo Monar portadores de la Cédula de Identidad No 0202149365 y 0202499547 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 – 2028", modalidad presencial, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

MATTHEW KEVIN SANTAMARIA ALARCON Y FREDY XAVIER ARMIJO MONAR



Matthew Kevin Santamaría Alarcón



Fredy Xavier Armijo Monar

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN....II

AGRADECIMIENTO....III

DEDICATORIA....IV

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO....V

ÍNDICE DE CONTENIDOS....VII

ÍNDICE DE TABLAS....XI

ÍNDICE DE FIGURAS....XIII

ÍNDICE DE ANEXOS....XV

INTRODUCCIÓN....1

RESUMEN....2

ABSTRACT....3

CAPÍTULO I....4

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO....4

1.1. Descripción del problema....4

1.2. Formulación del problema....5

1.3. Preguntas de investigación....5

1.4. Justificación....6

1.5. Objetivos: general y específicos....7

1.5.1. Objetivo general....7

1.5.2. Objetivos específicos....7

1.6. Variables (operacionalización)....8

CAPÍTULO II....9

MARCO TEÓRICO....9

2.1. Antecedentes 9
2.2. Marco científico 18
2.3. Marco conceptual 21
2.4. Marco legal 24
2.5. Georreferencial 34
CAPÍTULO III 36
METODOLOGÍA 36
3.1. Tipo de investigación 36
3.2. Enfoque de la investigación 37
3.3. Métodos de investigación 38
3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos 39
3.5. Universo, población y muestra 40
3.6. Procesamiento de la información 42
CAPÍTULO IV 43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 43
4.1. Análisis de resultados 43
4.1.1 encuesta a consumidores 43
4.1.2. Encuesta a productores/vendedores 54
CAPÍTULO V 60
PROPUESTA 60
5.1. Tema: 60
5.2. Objetivo de la propuesta: 60
5.3. Estudio de mercado 61
5.3.1 definición del producto 61
5.3.1.1. Presentaciones de productos 61
5.3.1.2. Variedad de sabores 64

5.3.1.3. Características nutricionales y especificaciones del producto 64
5.3.2. Análisis de la demanda 65
5.3.3. Proyección de la demanda 68
5.3.4. Análisis de la oferta 70
5.3.5. Proyección de la oferta 72
5.3.6. Demanda insatisfecha 73
5.3.6. Análisis de precios 73
5.3.7. Análisis de comercialización 74
5.3.8. Publicidad 74
5.3.9. Canales de distribución 77
5.4. Estudio técnico 78
5.4.1. Capacidad de producción de la empresa 78
5.4.2. Localización 79
5.4.3. Proceso productivo 81
5.4.4. Diagrama de bloques 83
5.4.5. Flujograma del proceso productivo 86
5.4.6. Requerimiento de maquinaria 89
5.4.7. Distribución y diseño de planta 90
5.5. Estudio administrativo organizacional 91
5.5.1. Nombre de la empresa 91
5.5.2. Giro 91
5.5.3. Misión 91
5.5.4. Visión 91
5.5.5. Nombre de la marca 91
5.5.6. Objetivos de la empresa 92
5.5.7. Tramites constitución 92

5.5.8. Socios y sus aportes 94
5.5.9. Organigrama estructural 95
5.5.10. Funciones del organigrama estructural 96
5.6. Estudio económico 101
5.6.1. Costo total 101
5.6.2. Inversión 102
5.6.3. Depreciación 103
5.6.4. Amortización intangibles 104
5.6.5. Estructura del financiamiento 104
5.6.6. Tabla de amortización de la deuda 105
5.6.7. Estructura de costos 106
5.6.8. Determinación de ingresos 107
5.6.9. Punto de equilibrio 108
5.6.10. Estado de resultados 110
5.6.11. Estado de situación financiera 111
5.6.13. Tasa de rendimiento minima aceptada (TREMA) 114
5.6.14. Valor actual neto (VAN) 115
5.6.15. La tasa interna de retorno (TIR) 116
5.6.16. Periodo de recuperación de la inversión (PRI) 119
5.6.17. Relación costo beneficio 120
CONCLUSIONES 122
RECOMENDACIONES 124
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 125
ANEXOS 129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables 8
Tabla 2 Estudios de un plan de negocios 18
Tabla 3 Modelo CANVAS.....19
Tabla 4 ¿Genero? 43
Tabla 5 ¿Consume helados?.....44
Tabla 6 ¿Los helados de qué tipo prefiere?.....45
Tabla 7 ¿En qué presentación prefiere? 46
Tabla 8 ¿Qué sabores de helado prefiere?.....47
Tabla 9 ¿Cuántos helados compra usted al mes? 48
Tabla 10 ¿Qué precios paga por este tipo de helados?.....49
Tabla 11 ¿Por qué medios de comunicación prefiere conocer nuevas ofertas de helados?.....50
Tabla 12 ¿Dónde compra los helados?.....51
Tabla 13 ¿Si se implementara una microempresa que elabore y comercialice helados industriales usted estaría dispuesto a adquirirlos? 52
Tabla 14 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?.....54
Tabla 15 ¿Cuántas personas trabajan actualmente en su negocio de helados? 55
Tabla 16 ¿Cuántos helados produce en el mes?.....56
Tabla 17 ¿Cuál es el precio de los helados que produce según el tipo de helado? 57
Tabla 18 ¿Qué equipos utiliza para la producción/venta de helados?.....58
Tabla 19 Características nutricionales 64
Tabla 20 Consumo mensual de helados por presentación y sabor. 65
Tabla 21 Total, de demanda mensual y anual. 66
Tabla 22 Tasa de crecimiento poblacional.....69
Tabla 23 Proyección de la demanda. 69
Tabla 24 Oferta actual. 71
Tabla 25 Proyección de la oferta. 72
Tabla 26 Demanda insatisfecha.....73

Tabla 27 Análisis de precios. 73
Tabla 28 Plan de producción de helados.....78
Tabla 29 Localización 80
Tabla 30 Proceso productivo.....81
Tabla 31 Recurso humano y material de cada proceso 85
Tabla 32 Requerimiento de maquinaria 89
Tabla 33 Aporte de accionistas 94
Tabla 34 Cuadro general de costos 101
Tabla 35 Cuadro de inversión 102
Tabla 36 Depreciación de inversión tangible.....103
Tabla 37 Amortización de inversión intangible 104
Tabla 38 Financiamiento de la inversión 104
Tabla 39 Amortización de la deuda.....105
Tabla 40 Estructura de costos.....106
Tabla 41 Cuadro de Ingresos.....107
Tabla 42 Punto de equilibrio 108
Tabla 43 Estado de resultados.....110
Tabla 44 Estado de situación inicial.....111
Tabla 45 Flujo de fondos.....112
Tabla 46 La tasa de rendimiento mínima aceptable TREMA 114
Tabla 47 Periodo de recuperación de la inversión PRI 119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación Macro 34
Figura 2 Ubicación Meso.....34
Figura 3 Ubicación Micro.....35
Figura 4 Población urbana de Guaranda.....40
Figura 5 Población entre 12 y 29 años.....41
Figura 6 ¿Genero?.....43
Figura 7 ¿Consume helados? 44
Figura 8 ¿Los helados de qué tipo prefiere? 45
Figura 9 ¿En qué presentación prefiere?.....46
Figura 10 ¿Qué sabores de helado prefiere? 47
Figura 11 ¿Cuántos helados compra usted al mes?.....48
Figura 12 ¿Qué precios paga por este tipo de helados? 49
Figura13 ¿Por qué medios de comunicación prefiere conocer nuevas ofertas de helados?.....50
Figura14 ¿Dónde compra los helados? 51
Figura15 ¿Si se implementara una microempresa que elabore y comercialice helados industriales usted estaría dispuesto a adquirirlos? 52
Figura16 ¿Cuántas personas trabajan actualmente en su negocio de helados?....55
Figura17 ¿Cuántos helados produce en el mes? 56
Figura18 ¿Cuál es el precio de los helados que produce según el tipo de helado? 57
Figura19 ¿Qué equipos utiliza para la producción/venta de helados? 58
Figura20 Empaque Paleta 61
Figura21 Empaque Cono 62
Figura22 Empaque Vaso.....63
Figura 23 Crecimiento poblacional.....68
Figura24 Letrero luminoso 74
Figura25 Tarjetas de presentación 75
Figura26 Redes sociales Facebook 75
Figura 27 Canales de distribución.....77
Figura 28 Diagrama de bloques 83

Figura 29 Flujograma.....86
Figura 30 Distribución y diseño de planta 90
Figura 31 Imagotipo.....91
Figura 32 Organigrama estructural 95
Figura 33 Punto de equilibrio 109
Figura 34 Tasa de inflación Ecuador Agosto 2024.....114

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cronograma Tentativo (Gantt) 130
Anexo 2 Presupuesto 133
Anexo 3 Formato de encuestas 134
Anexo 4 Materia prima 139
Anexo 5 Materiales 139
Anexo 6 Insumos 140
Anexo 7 Mano de obra directa 141
Anexo 8 Sueldos y salarios 141
Anexo 9 Útiles de aseo 142
Anexo 10 Servicios básicos 142
Anexo 11 Útiles de oficina 142
Anexo 12 Costo de publicidad 142
Anexo 13 Requerimiento de Maquinaria 143
Anexo 14 Requerimiento de Equipos 143
Anexo 15 Requerimiento de Muebles y enseres 143
Anexo 16 Requerimiento de Equipos de computo 144
Anexo 17 Requerimiento de Equipos de oficina 144
Anexo 18 Fotos encuestas 145
Anexo 19 Certificado de Turnitin 146
Anexo 20 Captura de Turnitin 147

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se centra en el desarrollo de un plan de negocios para la producción de helados en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, durante el período 2024-2028, la propuesta busca establecer una empresa dedicada a la fabricación industrial de helados que serán distribuidos a minoristas, quienes a su vez los ofrecerán al consumidor final, esta iniciativa se basa en el aprovechamiento de la materia prima local y en la implementación de maquinaria e insumos adecuados para la producción, el interés por llevar a cabo esta investigación surge de la identificación de varias oportunidades en el mercado local de Guaranda.

La metodología empleada en esta investigación incluye los métodos y técnicas para obtener información, así como el universo, población y muestra del proyecto, el objetivo principal de este proyecto es desarrollar un plan de negocios que permita la producción y comercialización exitosa de helados en Guaranda.

El contenido del documento se organiza en varios capítulos, el primer capítulo presenta la formulación general del proyecto, describiendo el problema, las preguntas de investigación, la justificación y los objetivos, el segundo capítulo abarca el marco teórico, revisando antecedentes y estudios previos relevantes, el tercer capítulo detalla la metodología empleada, incluyendo el diseño de investigación y las técnicas de recolección y análisis de datos, el cuarto capítulo expone los resultados del estudio de mercado proporcionando una visión integral de la viabilidad del proyecto, finalmente, el quinto capítulo presenta la propuesta, conclusiones y recomendaciones, ofreciendo una síntesis de los hallazgos y sugerencias para la implementación del plan de negocios.

RESUMEN

El objetivo principal del trabajo fue desarrollar un plan de negocios para la producción de helados en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, durante el periodo 2024-2028, con el propósito de aprovechar la accesibilidad a materias primas locales y la falta de competencia industrial, la metodología incluyó una investigación de mercado basada en encuestas dirigidas a consumidores y productores, análisis técnicos sobre la ubicación de la planta y los procesos de producción de helados, así como estudios financieros y administrativos para evaluar la viabilidad del proyecto, los resultados revelaron una aceptación del producto, destacándose oportunidades estratégicas como la diversificación de sabores y presentaciones (cono, paleta y vaso), el uso de precios competitivos para captar consumidores, y el desarrollo de campañas que resalten la calidad y origen local de los productos, la viabilidad financiera mostró indicadores positivos: un Valor Actual Neto (VAN) de $21,614,79 una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 40%, un periodo de recuperación de inversión (PRI) de 2 años y una Relación Beneficio-Costo (RBC) de 1.63, confirmando que el proyecto es económicamente rentable, además, se proyectaron ingresos anuales crecientes y un margen de utilidad atractivo que respalda la sostenibilidad del negocio, las conclusiones destacan que el proyecto no solo es rentable, sino también viable para fortalecer la economía local, generando empleos y valor económico, se recomienda optimizar las estrategias de comercialización y distribución, y aprovechar las economías de escala para consolidar la empresa en el sector heladero.

Palabras clave: Plan de negocios, Producción de helados, Viabilidad financiera.

ABSTRACT

The main objective of the work was to develop a business plan for the production of ice cream in the city of Guaranda, province of Bolívar, during the period 2024-2028, with the purpose of taking advantage of the accessibility of local raw materials and the lack of industrial competition. , the methodology included market research based on surveys aimed at consumers and producers, technical analyzes on the location of the plant and the ice cream production processes, as well as financial and administrative studies to evaluate the viability of the project, the results revealed an acceptance of the product, highlighting strategic opportunities such as the diversification of flavors and presentations (cone, paddle and glass), the use of competitive prices to attract consumers, and the development of campaigns that highlight the quality and local origin of the products. . Financial viability showed positive indicators: a Net Present Value (NPV) of $21,614,79 an Internal Rate of Return (IRR) of 40%, an investment payback period (PRI) of 2 year and a Benefit-Cost Ratio (RBC). of 1.63, confirming that the project is economically profitable. In addition, increasing annual income and an attractive profit margin were projected that supports the sustainability of the business, the conclusions highlight that the project is not only profitable, but also viable to strengthen the local economy, generating jobs and economic value, it is recommended to optimize marketing and distribution strategies, and take advantage of economies of scale to consolidate the company in the ice cream sector.

Key words: Business plan, Ice cream production, Financial feasibility.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

La empresa producirá helados de manera industrial, estos productos serán direccionados a minoristas que se encargarán a su vez de hacer llegar el producto al consumidor final, se plantea un plan de negocios que explique cómo se van a producir los helados, utilizando maquinaria e insumos, además de materia prima local y personal capacitado para cada proceso.

En el plan de negocios se realizará un estudio de mercado, administrativo, financiero e indicadores de evaluación, además, a lo largo de la investigación se presentarán cuadros de referencia, encuestas, procesamiento de datos, estados financieros y cálculos que den como resultado la factibilidad o no factibilidad del plan de negocios.

El entorno presenta una oportunidad singular para el sector heladero ya que es más accesible y barato la obtención de materia prima, en Bolívar se produce el 21% de la producción nacional de naranja, existe una alta producción de mora, mediana producción de mango, limón, caña de azúcar, entre otros productos que se pueden usar como materia prima para la elaboración de helados, adicional a esto, Guaranda como capital tiene un mercado mayorista en el que se comercializan todos estos productos siendo otro factor que se puede aprovechar.

En la ciudad de Guaranda existen doce heladerías (Heladería Iglú, Red de heladería Pingüino ice cool, heladería y cafetería la guitarra, Bubble Ice Cream, Helados de salcedo, Heladería y Crepería Mininos, Helados Rompe Nucas, Bogati, Copo, Dolce Gelato, Copito Ice Cream, Twister Ice Cream) que ofrecen helados directamente al consumidor final pero no direccionan el producto a minoristas y menos aún dedican su actividad a la producción industrial, lo que genera otra oportunidad en cuanto a la producción de helados ,el precio al que se oferta el producto no es competitivo con marcas de helado grandes como Pingüino o Topsi ya que son demasiados altos para el sector, lo que se convierte en otra oportunidad.

En resumen, las oportunidades presentes en Guaranda son:

a) La inexistencia de una empresa que produzca helados industriales

b) La accesibilidad a materia prima

c) Diversificación de productos

d) Economías de escala

De esta manera a través de precios accesibles, se puede ser competitivos en el mercado y aprovechar el crecimiento del sector heladero para micro emprendedores.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo incidirá la producción de helados en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, periodo 2024 – 2028?

1.3. Preguntas de Investigación

a) ¿Cuál es la oferta y demanda actual de helados en la ciudad?

b) ¿Existe mercado para la producción de helados en la ciudad de Guaranda?

c) ¿Cuál es la estructura administrativa del negocio?

d) ¿Es rentable la producción de helados?

1.4. Justificación

El mercado potencial que se encuentra en Guaranda es muy atractivo, a pesar de ser una ciudad de clima frio y que no ofrece atracciones grandes como cine, parques de diversiones u otras formas de entretenimiento, lo más común es salir cualquier tarde o fin de semana con la familia a pasear por las calles de esta hermosa ciudad y disfrutar de la gastronomía que esta ofrece, esto incluye los helados, además según el INEC gran parte de la población urbana son niños y adolescentes entre 12 y 29 años de edad, que son quienes más consumen golosinas, al ser un segmento amplio surge la necesidad de aprovechar este hecho y proponer un plan de negocios para producir helados.

La importancia de esta investigación radica en el reconocimiento de oportunidades para emprender, además de adquirir la experticia necesaria para realizar un plan de negocios y analizar el mercado de una forma completa a través de estudios que determinen factores claves de un emprendimiento como, cuanto se va a invertir, cuáles son los costos del producto, como se va a comercializar, que precios se van a fijar y que beneficio se obtendrá.

Esta idea beneficia directamente al emprendedor en sentido económico y también a la ciudad, aporta un valor a la generación de economía, empleo directo e indirecto y las personas que consumirán el producto.

En los últimos años en la ciudad de Guaranda se han implementado 5 heladerías nuevas y gracias a la experiencia de estos emprendimientos en el área heladera se podrá evitar errores y conocer mejor el comportamiento del mercado, la heladería Buble Ice Cream ubicada en la avenida la prensa es un claro ejemplo de valor para emprender, la actual afluencia de clientes que tiene no siempre fue alta, más bien iniciaron con baja clientela, el motivo de esto es que iniciaron con altos costos y por ende precios elevados, factor que se puede tomar de ejemplo para no incurrir en costos innecesarios o elevados.

1.5. Objetivos: General y Específicos

1.5.1. Objetivo General

REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 – 2028

1.5.2. Objetivos Específicos

a) Ejecutar una investigación de mercado para la aceptación del producto en el mercado.

b) Desarrollar un estudio administrativo para la estructura organizacional del plan de negocios

c) Elaborar un estudio técnico que resulte en el tamaño del proyecto y la ubicación de la planta

d) Realizar un estudio financiero para la toma de decisiones referente a costos e inversión.

e) Evaluar financieramente la propuesta por medio de indicadores que evidencien cuando se recuperara la inversión.

1.6. Variables (Operacionalización)

Tabla 1:
Operacionalización de variables

Variable	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Respuestas
Independiente: Plan de negocios	Tal como expresa (Pursell, 2024): "un plan de negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión".	Estudio mercado	Demanda y oferta	Encuesta	Pregunta 6 encuesta 1 Pregunta 3 encuesta 2
		Estudio técnico	Estrategias de comercialización	Estados financieros	Pregunta 7 encuesta 1
		Estudio administrativo	Precio de mercado		
		Estudio financiero	Costos y rentabilidad		
Variable	**Definiciones**	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Instrumento**	
Dependiente: Producción de helados	Desde el punto de vista de (Infoalimenta, 2023) "los helados son preparaciones alimenticias que han sido llevadas al estado sólido, semisólido o pastoso, por una congelación simultánea o posterior a la mezcla de las materias primas utilizadas y que han de mantener el grado de plasticidad y congelación suficiente, hasta el momento de su venta al consumidor".	Proceso de producción	Pasos para seguir	Cadena de valor	
		Cantidad de producción	Obtención del producto		
		Canales de distribución	Aspectos de sanidad		

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El desarrollo de un plan de negocios es un aspecto fundamental para el éxito de cualquier emprendimiento comercial, incluida la producción y comercialización de helados, en este sentido, es relevante analizar investigaciones previas que aborden temas relacionados, con el fin de comprender los factores claves a considerar y las mejores prácticas establecidas respecto del problema, objetivo, metodología, conclusiones y otros elementos esenciales para la formulación de un plan de negocios sólido y viable.

A continuación, se examinan cinco tesis que han abordado el diseño de planes de negocio para la producción y comercialización de helados, con el objetivo de extraer lecciones y pautas aplicables a este estudio:

Según (González, 2023) con su tema “ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE PRODUCCIÓN DE HELADO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD 2023” autores Lucia Crescitelli, Celeste González, Emanuel González año 2023 editorial Universidad Tecnológica Nacional-Facultad Regional San Rafael

Este proyecto de inversión examina la prefactibilidad de producir helados industriales en Argentina, abarcando viabilidades técnica, social, ambiental y económica en un horizonte de 10 años. Se analizaron mercados proveedor, consumidor, competidor y distribuidor, identificando una demanda insatisfecha y una oportunidad de mercado. El estudio propone una planta de 1.675 m² en el parque industrial Ruta 6 en Exaltación de la Cruz, Buenos Aires, con una producción anual de 1.045.800 kg, representando el 0,8% del mercado. La inversión inicial es de $377,203,259.97, con un VAN de $192,667,290.60 y una TIR de 28.77%. El análisis de sensibilidad indica que el proyecto es viable pero sensible a la cantidad de potes producidos. En general, el estudio concluye que el proyecto es positivo a nivel de prefactibilidad, ofreciendo beneficios y una recuperación relativamente rápida de la inversión.

> El problema presentado es, la existencia de una demanda insatisfecha de helado en el mercado local, lo que sugiere una oportunidad de negocio para satisfacer esta necesidad. Además, se mencionan riesgos asociados con la producción y la fluctuación de la demanda, así como la competencia de otros productores locales e internacionales. Estos factores subrayan la importancia de una planificación cuidadosa y un análisis de riesgos para asegurar la viabilidad y éxito del proyecto.
>
> El objetivo planteado es, realizar un estudio a nivel de prefactibilidad de la instalación de una planta productora de helados industriales en potes (pág. 18).
>
> La metodología utilizada sigue un proceso estructurado de evaluación de proyectos, donde cada estudio proporciona información crucial para determinar la viabilidad del proyecto desde diferentes perspectivas: mercado, técnica, organizacional, legal, ambiental y económica-financiera. El enfoque permite una evaluación integral del proyecto de inversión, considerando múltiples factores que podrían afectar su éxito.
>
> Indicadores, Los indicadores económicos del proyecto de helados industriales muestran un Valor Actual Neto (VAN) de $164,023,733.11, indicando viabilidad. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 27.5%, superior a la tasa de descuento del 18.9%, lo que justifica la inversión. El periodo de recuperación es de aproximadamente 7 años. El análisis de sensibilidad revela que el proyecto es altamente dependiente de la cantidad de potes de helado producidos, ya que una variación en esta cantidad afecta significativamente la TIR. Se debe monitorear de cerca la producción para asegurar el éxito del proyecto, dado que la probabilidad de que el VAN sea cero es del 34% (pág. 170, 180, 186).

> Concluye, el estudio de mercado muestra un mercado de helados industriales altamente competitivo y con una demanda creciente, evidenciando una oportunidad de negocio. La tecnología elegida es Finamac, que ofrece eficiencia y facilidad de mantenimiento. La localización en Buenos Aires, en el parque industrial Ruta 6, es estratégica por su acceso a proveedores y consumidores. El proyecto es rentable, con precios competitivos y una fuerte estrategia de marketing. Se evaluaron escenarios alternativos, como la producción de helados sin marca y el alquiler de una nave industrial, ambos mostrando mayor rentabilidad, con tasas de retorno de 45% y 79% respectivamente (pág. 188, 189).

Según (Goyzueta, 2019) con su tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UNA PLANTA INDUSTRIAL DE HELADOS "HELIFRUT S.R.L.” autora Rosa Veronica Goyzueta Contreras año 2019 editorial Universidad Mayor De San Andrés

El proyecto presenta un estudio de factibilidad para instalar una planta industrial de helados en La Paz, enfocándose en la producción de Gelato y Paletas Mexicanas. Se realizaron análisis de mercado, competencia, procesos industriales, maquinaria, distribución en planta, estrategia empresarial, riesgos, y aspectos económicos y financieros. Los resultados de la evaluación económica y financiera muestran que el proyecto es rentable y viable, con un VAN de 315.610,13 USD y una TIR de 23,25% sin financiamiento, y un VAN de 754.794,18 USD y una TIR de 45,92% con financiamiento.

> Los problemas presentados son, producir un nuevo helado que sea saludable, nutritivo y contenga en su composición como materia primas pulpa de frutas y se reduzca el uso de azúcar en el producto. EI consumo de azúcares libres, incluidas las bebidas azucaradas y postres dulces, es uno de los principales factores del aumento de la obesidad y la diabetes en el mundo. (Noriega, 2014). Satisfacer la demanda insatisfecha en el sector de helados. Reducir los casos de diabetes que se han ido incrementando en los últimos años a nivel Bolivia (pág. 279).
>
> El objetivo planteado es, elaborar un estudio de factibilidad para la industrialización y comercialización de helados de leche y frutas, con valor agregado para su consumo, satisfaciendo a los clientes y consumidores, preservando la salud, destinado al mercado de la ciudad de La Paz (pág. 5).

La metodología empleada en este proyecto de una planta industrial de helados consiste en un estudio de factibilidad integral que abarca análisis de mercado, estudio técnico, planificación estratégica, gestión de calidad y seguridad, evaluación económico-financiera, y consideraciones legales y ambientales. El proceso incluye análisis de demanda y competencia, diseño de líneas de producción, implementación de HACCP, cálculo de costos, y evaluación de rentabilidad mediante indicadores como VAN, TIR y RBC. Esta aproximación multifacética permite una evaluación exhaustiva de la viabilidad del proyecto, considerando aspectos técnicos, económicos, financieros y operativos, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones sobre la implementación del proyecto.

Indicadores, en el proyecto financiado, se usa la tasa de oportunidad basada en el costo promedio ponderado de capital (WACC) y el modelo CAPM, resultando en una tasa del 8,014% y un VAN de 754.794,18 USD. Para el proyecto puro, la tasa es del 14,54%, con un VAN de 315.610,13 USD. La Tasa Interna de Retorno (TIR), que indica la rentabilidad del proyecto, es del 45,92% para el proyecto financiado y del 23,25% para el proyecto puro. La Relación Beneficio-Costo (RBC) demuestra que, con valores superiores a 1, el proyecto es rentable (pág. 260, 261, 262).

Concluye, El estudio de mercado en La Paz revela una demanda insatisfecha de helados saludables, y la localización del proyecto en El Alto ofrece beneficios fiscales significativos gracias a la ley de PROMOCIÓN ECONÓMICA NO 2685, que exime a la empresa del pago de impuestos sobre las utilidades durante 10 años. El proyecto incluye especificaciones técnicas y diseño de líneas de producción, distribución de planta, análisis de riesgos y control de puntos críticos, y adopción de normas legales de gestión de alimentos, seguridad industrial y manejo ambiental. La evaluación financiera muestra que el proyecto financiado es más rentable, con un VAN de 754.794,18 USD y una TIR de 45,92%, concluyendo que el proyecto es viable con un financiamiento del 65% de la inversión. Además, el análisis de riesgo indica una probabilidad del 91,7% de que el proyecto sea rentable, destacando la variable de ingresos como la más sensible (pág. 271, 272).

Según (Trujillo, 2022) con su tema “PLAN DE NEGOCIOS HELADERÍA EL BUM DEL SABOR” autora Karen Lucia Trujillo Moreno año 2022 editorial Universidad Minuto De Dios.

Este proyecto propone crear una heladería llamada "El Bum del Sabor" en el Municipio de Palermo, ofreciendo helados en rollo hechos en plancha fría, bajo el nombre "Roll-Ado". El producto se distingue por ser natural, bajo en azúcar y apto para diabéticos. Una encuesta de mercado reveló datos importantes sobre las preferencias de los clientes, incluyendo la frecuencia de consumo, sabores favoritos y gasto promedio. El proyecto ha sido evaluado financiera, económica, ambiental y socialmente, buscando involucrar a los habitantes locales como proveedores de materia prima.

> El problema presentado es, hoy en día los consumidores están optando por consumir productos naturales, frescos y sobre todo que sean nutricionales, como nos indica As Canteiras (2019), “El helado contiene un alto contenido de proteínas y es rico en aminoácidos esenciales por su base de leche de vaca. De este modo, es recomendable para niños, adultos y ancianos” (p.1). Es así como el helado a la plancha es un producto apto para aquellas personas diabéticas, por su bajo contenido de azúcar, su elaboración es a base de leche y frutas frescas, sin dudas es un producto ideal para los consumidores de helados porque lo disfrutaran sin remordimientos.
>
> Además, es de agregar que en el mercado de helados en Colombia ha crecido notablemente. según Chíquiza (2019), “En promedio, un colombiano gastó $29.128,80 consumiendo una media de 1,4 kilos de helado” (p.1). es de notar que el consumo de helados sigue creciendo debido a las innovaciones que se encuentran en el mercado además de la accesibilidad para comprarlos (pág. 14).
>
> El objetivo planteado es, diseñar un plan de negocio para la puesta en marcha de la empresa Heladería El Bum del Sabor ubicada en el municipio de Palermol (pág. 16).
>
> La metodología utilizada para la investigación del plan de negocios es de enfoque mixta, según Sampiere (2011), “En las investigaciones de métodos mixtos, la recolección y análisis de información se realizan mediante datos cuantitativos y cualitativos para llegar a meta inferencias más allá de las estadísticas y más allá de las categorías cuantitativas” (p.1). Utilizar este enfoque 30 de investigación permite que los datos hallados en la encuesta sean precisos y veraces para una información correcta del plan de negocios (pág. 29,30).

> Indicadores, según los indicadores financieros la tasa interna de retorno que indica que se espera obtener es un 70,06%, el valor actual neto es de 93.852.698 en los cinco años para la heladería indicando que es un negocio viable en el mercado, la duración de la etapa improductiva de la heladería es de 2 meses donde es la fase de implementación y el periodo de recuperación de la inversión realizada para este proyecto es de 0,92 es decir un año (pág. 64).
>
> Concluye, la heladería el Bum del Sabor utiliza los indicadores financieros para evaluar la rentabilidad, viabilidad, factibilidad del negocio como la Tir, el Van, la Pri, la tasa mínima que aspira obtener la empresa (pág. 64).

De acuerdo con (Angamarca, 2023) con su tema “MODELO CANVAS PARA LA CREACIÓN DE HELADERÍA “PASSION FOR SUGAR” LA PRADERA” autora Ruth Natali Angamarca Merino año 2023 editorial Tecnológico Universitario Pichincha.

Este proyecto propone la creación de la heladería "PASSION FOR SUGAR" utilizando el modelo de negocio Canvas, con el objetivo de generar empleo e ingresos en respuesta a la alta tasa de desempleo causada por la pandemia, y de innovar en el mercado de heladerías con nuevas propuestas en calidad, presentación y sabor. El trabajo se divide en tres capítulos: el primero introduce el planteamiento del problema, objetivos, marco teórico y legal; el segundo expone la metodología de investigación y los resultados de las encuestas que sustentan la necesidad de una heladería en el sector de la pradera; y el tercero desarrolla la propuesta basada en los nueve cuadrantes del modelo Canvas, incluyendo la oferta de valor y los beneficios esperados del proyecto.

> El problema dice, a nivel nacional existen productos artificiales, llenos de preservantes y colorantes; los productores de helados y postres helados han reemplazado las grasas animales con grasas vegetales, también los productos que producen contienen un alto contenido de azúcar, motivo por el cual las personas buscan alternativas más saludables.
>
> En la provincia de Pichincha se ha dado paso a la innovación, pero todavía no se asimila ideas de sitios polifuncionales en donde los consumidores pueden disfrutar de un momento agradable, en cierta parte olvidando los problemas y el estrés que hoy en día es muy común y donde también se pueden integrar padres de familia con el objeto de crear vínculos inolvidables con sus hijos o familia.

En la ciudad de Quito se puede ver que el mercado de helados ha ido creciendo de manera abundante, pero la mayoría de las heladerías han dado prioridad a generar rentabilidad sin generar experiencias, así mismo han dejado de lado lo más importante; brindar un producto de calidad que sea bajo en calorías y tenga nutrientes aportando beneficio a los consumidores en un lugar divertido, acogedor, algo fuera de lo común.

En el sector de la pradera existen pocas heladerías artesanales que cuenten con un ambiente temático, además las heladerías existentes ofrecen productos industriales altos en azucares, preservantes, colorantes y adictivos que no aportan valores nutricionales ni beneficios a los consumidores, en su lugar llegan a ser tóxicos para la salud.

Bajo los antecedentes se puede formular la pregunta de investigación hasta qué punto es considerable y rentable la creación de heladería "PASSION FOR SUGAR" en el sector de La Pradera; del Distrito Metropolitano de Quito (pág. 1).

El objetivo planteado es, establecer la heladería Passion For Sugar en el sector de la Pradera bajo el modelo de negocio Canvas (pág. 4).

La metodología de investigación empleada en el estudio opta por un enfoque descriptivo y cuantitativo. Se seleccionó la investigación descriptiva para caracterizar la población del sector La Pradera, incluyendo sus comportamientos, actitudes, gustos y preferencias respecto al consumo de helados artesanales. El método cuantitativo se utilizó para estimar la demanda potencial y el nivel de aceptación del producto en el mercado, mediante la recopilación y análisis de datos numéricos. La principal herramienta de recolección de información fue la encuesta, cuyos resultados se tabularon y analizaron para obtener conclusiones que respalden el modelo de negocio propuesto (pág. 23, 24).

Indicadores, para calcular el Valor Actual Neto (VAN) se consideró una tasa de rendimiento del 25%, resultando en un VAN de 33.987,19 USD, lo que indica que el proyecto es viable. Los flujos de caja descontados anualmente, desde una inversión inicial de -39.786,34 USD hasta ingresos futuros, muestran un flujo total descontado positivo. La Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es del 44,79%, superando la tasa de descuento, lo que confirma la viabilidad financiera del proyecto.

Concluye; se ha logrado determinar que el modelo de negocio Canvas es una herramienta útil para el desarrollo y creación de la heladería Passion for Sugar.

Por medio de la investigación realizada en este proyecto se ha logrado determinar que el sector de La Pradera es un lugar estratégico para desarrollar el proyecto de instalar la heladería Passion for Sugar, ya que es un sector concurrido de alta demanda comercial y de que existe una gran demanda del producto.

> Se ha logra identificar a través del lienzo las estrategias y recursos a utilizarse para el desarrollo del negocio, donde se cubrirán las necesidades de los clientes, cumpliendo el objetivo de este proyecto (pág. 82).

Según (Arcila, 2021) con su tema "PLAN DE NEGOCIOS QUE DETERMINE LA VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA HELADERÍA KAROLA ICE" autores Carolina Zapata Castaño, Cindy Yurany Giraldo Duque, Andrés Camilo Arcila Pérez, año 2021 editorial Corporación Universitaria de Sabaneta, Unisabaneta

Este proyecto presenta un estudio de viabilidad y factibilidad para la implementación de la heladería Karola Ice en el barrio Pilsen de Itagüí. Abarca diversos aspectos como la planeación estratégica, marketing, estructura organizacional, gestión del talento humano y del producto, requisitos legales y gestión financiera. El proyecto busca contribuir a la economía social y la soberanía del trabajo, proponiendo una idea innovadora en el ámbito empresarial que podría tener un impacto positivo tanto en la comunidad local como en futuros emprendimientos similares.

> El problema presentado es, en un contexto de dinámicas comerciales cambiantes que impactan socioeconómicamente, las empresas juegan un rol crucial en el desarrollo, influyendo en la generación de empleo, el desarrollo regional y la innovación. La promoción de una cultura emprendedora es esencial para crear un impacto social y económico positivo. En el barrio Pilsen de Itagüí, la oferta de bienes y servicios es diversa y competitiva, pero carece de propuestas innovadoras en el sector de helados y sus productos complementarios. Este vacío en el mercado representa una oportunidad para la creación de la heladería Karola Ice, que ofrecerá mejores productos, servicios y un ambiente innovador, satisfaciendo así las necesidades reales de consumo y proporcionando un espacio de disfrute para la comunidad (pág. 11, 12).
>
> El objetivo planteado es, elaborar un plan de negocios que determine la viabilidad y factibilidad para la implementación de la heladería Karola ICE, que impactará directamente a los consumidores del barrio Pilsen, en el municipio de Itagüí, Antioquia (pág. 17).

La metodología propuesta para este plan de negocio es una investigación de tipo deductivo, que utiliza observaciones generales para llegar a conclusiones específicas. Se triangula la teoría con la recolección y análisis de datos empíricos, tanto cualitativos como cuantitativos. El análisis se basa en una matriz DOFA para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, facilitando la planificación estratégica y la toma de decisiones. Además, se analiza a los competidores en el sector de helados en Pilsen y se estudian los proveedores de materias primas. Se realizarán encuestas no probabilísticas a diferentes grupos de edad para recopilar datos cuantitativos y cualitativos sobre necesidades y gustos del mercado (pág. 38, 39, 40, 41).

Indicadores, los indicadores de viabilidad del proyecto Karola Ice muestran resultados positivos. La utilidad líquida anual es del 14%, con una rentabilidad del 2,62% sobre la inversión inicial, y el punto de equilibrio se alcanza con ventas de $143,392,005.15, mientras que se proyectan ingresos de $422,067,000. El tiempo de retorno de la inversión es de 0,38 años, indicando una recuperación rápida de la inversión inicial. El análisis de flujo de caja con una tasa de interés de 3% muestra un flujo neto constante positivo, con un Valor Presente Neto (VPN) de $319,264,787 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 23%. Estos resultados sugieren que el proyecto es financieramente viable y rentable.

Estos indicadores sugieren que el proyecto es financieramente viable y atractivo, con flujos netos positivos desde el primer año y una tasa de utilidad significativamente superior a la TIO (pág. 132, 133, 134).

Concluye, el proyecto surge como respuesta a las crisis sociales y económicas de Colombia, buscando crear oportunidades de emprendimiento. El estudio utilizó una metodología que incluyó análisis DOFA, investigación de mercado y encuestas, revelando un mercado competitivo, pero con potencial. Se definieron estrategias de marketing, gestión de talento humano y operaciones. El análisis financiero proyecta ventas anuales de $422,067,000 con una utilidad neta del 14%. Se concluye que Karola Ice es viable y factible, con un punto de equilibrio de $1,433,922,005.15 en ventas anuales. El proyecto se presenta como una oportunidad prometedora, aunque se recomienda realizar estudios continuos para adaptarse a las dinámicas del mercado (pág. 134, 135, 136, 137, 138).

2.2. Marco Científico

Plan de negocios

Para (Castillejo, 2016) “Es un documento que detalla actividades para generar ingresos, o satisfacer necesidades por medio de ofrecer un bien o servicio, es de estructura formal y se usa para dar a conocer pros y contras de la implementación de un negocio, al momento de presentar una idea de proyecto para solicitar inversión es muy necesario un plan de inversión”.

Los planes de negocio se pueden estructurar de diferente manera según el modelo que se presenta, la estructura más completa es:

Plan de negocio por modelo de estudios

Tabla 2
Estudios de un plan de negocios

Estudio de mercado	Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.
Estudio técnico	Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización optima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.
Estudio económico	Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Evaluación económica	Se utilizan métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y muestra la aplicación práctica de ambos.

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: (Urbina, 2013 séptima edición, pág. 41)

El Modelo CANVAS (The Business Model Canvas) es una metodología, desarrollada por Alexander Osterwalder, la cual se está consolidando como una alternativa real para agregar valor a las ideas de negocio. El modelo Canvas es una herramienta lo suficientemente sencilla como para ser aplicada en cualquier escenario: pequeñas, medianas y grandes empresas, independientemente de su estrategia de negocio y público objetivo. (Osterwalder, 2011)

Tabla 3
Modelo CANVAS

a) Segmentos de mercado.	Una empresa atiende a uno o varios segmentos del mercado, se debe segmentar para conocer el nicho y oportunidades del negocio.
b) Propuestas de valor.	Busca resolver el problema del cliente y definir los elementos diferenciadores de la competencia debe existir una correspondencia entre la propuesta de valor y el segmento de clientes, lo cual lleva a entender y dimensionar el pmv, no se debe sesgar con la idea de negocio, no en términos de producto sino de la solución.
c) Canales.	¿Cómo se comunica la compañía con los segmentos para entregar valor? Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.

d) Relaciones con clientes.	Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.
e) Fuentes de ingresos.	Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas, se deben determinar las fuentes de ingresos, tanto operacionales, como no operacionales.
f) Recursos clave.	Reconocer los activos y recursos clave que se necesitan como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial.
g) Actividades clave.	¿Qué es lo fundamental para que el modelo funcione? Alcanzar los objetivos del negocio requiere de una serie de actividades clave.
h) Asociaciones clave.	¿Qué tipo de socios se requiere? Algunas actividades se externalizan y determina-dos recursos se adquieren fuera de la empresa, en otras palabras, definir las estrategias de networking con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes.
i) Estructura de costes.	Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes, se puede hablar de tipologías del costo, por ejemplo, costos directos e indirectos, fijos y variables, se debe conocer la estructura básica de costos con el fin principal de determinar elementos importantes, tales como precios de venta.

Nota: (Osterwalder, 2011 Modelo Canvas, pág. 3-5)
Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Producción de helados

Para (Chaves Villavicencio, 2024) "El proceso productivo del helado comienza con la obtención de la materia prima e insumos, que pueden ser emulsificantes, edulcorantes, azúcar, leche, mono – diglicéridos, frutas o el compuesto predominante en sabor para el helado, después se realiza control de calidad de la materia prima, luego el pesado y mezcla, en el caso de ser helados que contengan leche se realiza un proceso de pasteurización, luego se enfría y se homogeniza la mezcla utilizando emulsificante, se congela, se bate la mezcla y finalmente se pone en los recipientes para ser congelada".

Para la propuesta se va a utilizar el modelo de plan de negocios por estudios, debido a que es el que más se apega a las necesidades de la investigación y será más productivo para el éxito del plan.

2.3. Marco Conceptual

> **Aire batido. –** Es la acción de mantener el aire en el batido de una mezcla para mantener su efecto cremoso, utilizada generalmente en fabricación de helados que usan lácteos como materia prima, el proceso de batido y congelación simultánea introduce aire y forma una estructura espumosa que mejora la palatabilidad. (Marshall, 2003)

Costo. – "Es la suma de esfuerzos y recursos invertidos en la producción de un bien o la prestación de un servicio". (Nápoles, 2016)

Emulsificante. – "Los emulsionantes son sustancias que ayudan a estabilizar emulsiones al reducir la tensión superficial entre dos líquidos inmiscibles. Esto permite que las pequeñas gotas de un líquido se distribuyan uniformemente en el otro líquido". (McClements, 2015)

> **Estudio administrativo. -** El estudio administrativo es una parte esencial del proceso de gestión de una empresa u organización. Este tipo de estudio se centra en analizar y evaluar los procesos, estructuras, recursos humanos, sistemas de información y procedimientos administrativos existentes, con el objetivo de identificar áreas de mejora y optimización para aumentar la eficiencia y eficacia de la organización (MINA, 2022).

Estudio de mercado. - El estudio de mercado es una investigación sistemática que se realiza para recopilar, analizar e interpretar datos e información relacionada con un mercado específico, con el fin de comprender las características, tendencias, comportamientos y necesidades de los consumidores, así como la competencia y las oportunidades existentes (Mercado González , Gotesr, & McDaniel, 2016).

Estudio financiero. - El estudio financiero es una parte integral de cualquier plan de negocios o proyecto empresarial, se enfoca en evaluar la viabilidad financiera de una iniciativa, analizando aspectos como la inversión inicial requerida, los costos operativos, los ingresos proyectados y la rentabilidad esperada (Brealey, 2014).

Evaluación de proyectos. – "La evaluación de proyectos implica una serie de pasos que permiten analizar y evaluar la viabilidad económica, técnica y financiera de un proyecto". (Garcia, 1998)

Inversión. - La inversión es el acto de destinar recursos financieros, tiempo o esfuerzo en un proyecto, negocio, activo o instrumento financiero con la expectativa de obtener un retorno o beneficio en el futuro, es una actividad crucial en la economía, ya que permite la acumulación de capital, el desarrollo de infraestructuras, la innovación y el crecimiento económico a largo plazo (Keynes, 1936).

Mono – Diglicéridos. – "Es un tipo de emulsionante natural con propiedades antioxidantes que se obtiene a partir de la hidrólisis de ácidos grasos, animales o vegetales" (Hasenhuettl, 2008)

Pasteurizado. – "La pasteurización en la industria alimentaria implica calentar un producto a una temperatura específica durante un período de tiempo determinado para eliminar bacterias dañinas, sin alterar significativamente sus propiedades". (PMI (Project Management Institute), 2017)

Plan de negocios. – "Es un documento que detalla actividades para generar ingresos, o satisfacer necesidades por medio de ofrecer un bien o servicio". (Castillejo, 2016)

Producción. - La producción es el proceso mediante el cual se combinan diversos factores, como la mano de obra, el capital y los recursos naturales, para crear bienes y servicios que satisfacen las necesidades humanas. Este concepto es fundamental en economía y negocios, ya que representa la base de la actividad económica y el crecimiento (Samuelson & Nordhaus, W. D., 2010).

Productividad. - La productividad es un concepto económico que se refiere a la eficiencia con la que se utilizan los recursos para producir bienes y servicios. En términos más concretos, la productividad se mide como la relación entre la cantidad de producción obtenida y la cantidad de insumos utilizados en el proceso de producción. Este concepto puede aplicarse a distintos niveles, como el individual, organizacional o nacional, y es fundamental para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible (Solow, 1957).

Segmento de mercado. – El proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización (Thompson, 2005).

VAN. – "Es el valor actual neto, es decir que se proyecta el flujo de fondos para determinar si después de recuperar la inversión se genera rentabilidad en un proyecto". (Urquiza, L. S. P., , Rebollar, S. R., & Juárez, N. C., 2020)

TIR. – "La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos". (Espinoza, 2010)

TREMA. – "Es la tasa que incorpora en su cálculo la dispersión de la distribución de las probabilidades de obtener los flujos de efectivo planeados, incorpora el riesgo de la variación en la inflación y la variación del costo de capital". (Rodríguez, 2018)

Relación Beneficio Costo. – Consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener, si se quiere que el método tenga una base sólida, tanto costos como beneficios deberán estar expresados en valor presente, no se trata entonces de sumar algebraicamente todos los costos por un lado, y beneficios del proyecto por otro lado, sin considerar el cambio del valor del dinero a través del tiempo (Baca, 2022).

2.4. Marco Legal

El marco legal es un componente fundamental en la planificación y ejecución de cualquier proyecto empresarial, ya que establece los lineamientos jurídicos y regulatorios esenciales que garantizan el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en el país, este marco normativo aborda desde la constitución de la República del Ecuador, hasta las especificaciones técnicas y sanitarias para la producción de alimentos, entre otros factores relevantes para el correcto funcionamiento del negocio propuesto.

Constitución de la República del Ecuador

Art. 66, numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008)

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Código de Comercio

Libro I: DE LA ACTIVIDAD MERCANTIL Y DE LOS ACTOS DE COMERCIO EN GENERAL

Art. 7.- Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico (CÓDIGO DE COMERCIO, 2019).

Título II, Capítulo I: LOS COMERCIANTES O EMPRESARIOS

Art. 10, literal d.- Las personas naturales que se dedican a actividades agropecuarias, manufactureras, agroindustriales, entre otras; y que, por el volumen de su actividad, tienen la obligación de llevar contabilidad de acuerdo con la ley y las disposiciones reglamentarias pertinentes.

Título II, Capítulo II: LA EMPRESA

Art. 14.- Empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil determinada.

El establecimiento de comercio, como parte integrante de la empresa, comprende el conjunto de bienes organizados por el comerciante o empresario, en un lugar determinado, para realizar los fines de la empresa, podrán formar parte de una misma empresa varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá ser parte de varias empresas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

Art. 15.- Se entenderá que forman parte integrante de una empresa:

a) El nombre o denominación con la que se da a conocer al público o da a conocer los productos y servicios que oferta;

b) Los bienes tangibles e intangibles susceptibles de valoración económica, tales como los signos distintivos, marcas, lemas comerciales, u otros, así como los elementos constitutivos de la imagen de la empresa, que la diferencien o distingan de otras;

c) Los activos que le permitan desarrollar su actividad mercantil;

d) El conocimiento empleado en la actividad desarrollada;

e) La cartera de clientes;

f) Los derechos y obligaciones derivados de las actividades emprendidas, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de la empresa y que atañan a él como individuo particular;

g) Las relaciones jurídicas y de hecho establecidas por el empresario para el desarrollo de la actividad empresarial; y,

h) Los establecimientos de comercio.

Título IV, capítulo II: DE LA CONTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES O EMPRESARIOS

Art. 28.- Los comerciantes están en la obligación de llevar contabilidad en los términos prescritos en el ordenamiento jurídico.

Libro II, Título I: DE LA CAPACIDAD MERCANTIL

Art. 39.- Toda persona capaz para contratar de acuerdo a las disposiciones del Código Civil, puede ejercer la actividad mercantil o comercial.

Además de la capacidad mencionada en el inciso anterior, la ley puede exigir otro u otros requisitos adicionales para la titularidad de determinadas empresas o el ejercicio de específicas actividades comerciales o empresariales.

Ley de Compañías

SECCIÓN I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 2.- Sin perjuicio de lo previsto en normas especiales, hay seis especies de sociedades mercantiles, a saber (LEY DE COMPAÑIAS, 2017):

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima;

La compañía de economía mixta; y,

La sociedad por acciones simplificada.

Reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados

CAPITULO I

ÁMBITO DE OPERACIÓN

Art. 1.- Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son aplicables:

a) A los establecimientos donde se procesen, envasen y distribuyan alimentos.

b) A los equipos, utensilios y personal manipulador sometidos al Reglamento de Registro y Control

c) Sanitario, exceptuando los plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, a los cosméticos, productos higiénicos y perfumes, que se regirán por otra normativa.

d) A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

A los productos utilizados como materias primas e insumos en la fabricación, procesamiento, preparación, envasado y empacado de alimentos de consumo humano, el presente reglamento es aplicable tanto para las empresas que opten por la obtención del Registro Sanitario, a través de la certificación de buenas prácticas de manufactura, como para las actividades de vigilancia y control señaladas en el Capítulo IX del Reglamento de Registro y Control Sanitario, publicado en el Registro Oficial No. 349, Suplemento del 18 de junio del 2001, cada tipo de alimento podrá tener una normativa específica guardando relación con estas disposiciones.

TITULO III

REQUISITOS DE BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA

CAPITULO I

DE LAS INSTALACIONES

Art. 3.- DE LAS CONDICIONES MÍNIMAS BÁSICAS: Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

a) Que el riesgo de contaminación y alteración sea mínimo;
b) Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiado que minimice las contaminaciones;
c) Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y,
d) Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte el acceso y refugio de las mismas.

Art. 4.- DE LA LOCALIZACIÓN: Los establecimientos donde se procesen, envasen y/o distribuyan alimentos serán responsables que su funcionamiento esté protegido de focos de insalubridad que representen riesgos de contaminación.

Art. 5.- DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN: La edificación debe diseñarse y construirse de manera que:

a) Ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores, aves y otros elementos del ambiente exterior y que mantenga las condiciones sanitarias;
b) La construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para la instalación; operación y mantenimiento de los equipos, así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos;
c) Brinde facilidades para la higiene personal; y,

d) Las áreas internas de producción se deben dividir en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de los riesgos de contaminación de los alimentos.

CAPITULO II

DE LOS EQUIPOS Y UTENSILIOS

Art. 8.- La selección, fabricación e instalación de los equipos deben ser acorde a las operaciones a realizar y al tipo de alimento a producir. El equipo comprende las máquinas utilizadas para la fabricación, llenado o envasado, acondicionamiento, almacenamiento, control, emisión y transporte de materias primas y alimentos terminados.

Las especificaciones técnicas dependerán de las necesidades de producción y cumplirán los siguientes requisitos:

a) Construidos con materiales tales que sus superficies de contacto no transmitan substancias tóxicas, olores ni sabores, ni reaccionen con los ingredientes o materiales que intervengan en el proceso de fabricación.

b) Debe evitarse el uso de madera y otros materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse adecuadamente, a menos que se tenga la certeza de que su empleo no será una fuente de contaminación indeseable y no represente un riesgo físico.

c) Sus características técnicas deben ofrecer facilidades para la limpieza, desinfección e inspección y deben contar con dispositivos para impedir la contaminación del producto por lubricantes, refrigerantes, sellantes u otras substancias que se requieran para su funcionamiento.

d) Cuando se requiera la lubricación de algún equipo o instrumento que por razones tecnológicas esté ubicado sobre las líneas de producción, se debe utilizar substancias permitidas (lubricantes de grado alimenticio).

e) 5. Todas las superficies en contacto directo con el alimento no deben ser recubiertas con pinturas u otro tipo de material desprendible que represente un riesgo para la inocuidad del alimento.

f) Las superficies exteriores de los equipos deben ser construidas de manera que faciliten su limpieza.

g) Las tuberías empleadas para la conducción de materias primas y alimentos deben ser de materiales resistentes, inertes, no porosos, impermeables y fácilmente desmontables para su limpieza. Las tuberías fijas se limpiarán y desinfectarán por recirculación de sustancias previstas para este fin.

h) Los equipos se instalarán en forma tal que permitan el flujo continuo y racional del material y del personal, minimizando la posibilidad de confusión y contaminación.

i) Todo el equipo y utensilios que puedan entrar en contacto con los alimentos deben ser de materiales que resistan la corrosión y las repetidas operaciones de limpieza y desinfección.

TITULO IV

REQUISITOS HIGIÉNICOS DE FABRICACIÓN

CAPITULO I

PERSONAL

Art. 10.- CONSIDERACIONES GENERALES: Durante la fabricación de alimentos, el personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe:

a) Mantener la higiene y el cuidado personal.

b) Comportarse y operar de la manera descrita en el Art. 14 de este reglamento.

c) Estar capacitado para su trabajo y asumir la responsabilidad que le cabe en su función de participar directa e indirectamente en la fabricación de un producto.

Reglamento de registro y control sanitario de alimentos

Art. 4.- El Registro Sanitario para productos alimenticios, se obtendrá sobre la base del informe técnico favorable del análisis de la documentación técnica y legal presentada a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, mediante uno de los siguientes procedimientos:

a) Registro Sanitario por producto (productos alimenticios nacionales y extranjeros);

b) Registro Sanitario por Homologación para productos alimenticios extranjeros; y,

c) Registro Sanitario por línea, de producción con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, certificado por la Autoridad Sanitaria Nacional (productos alimenticios nacionales).

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

CAPITULO I

Art. 10.- Capital de riesgo y organizaciones mixtas. - El Estado Central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados participarán en la conformación de capitales de riesgo y de organizaciones mixtas de economía popular y solidaria a través de mecanismos legales y financieros idóneos. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente acordado, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en organizaciones donde es o será miembro, asociado o socio en forma parcial, a favor de la y las comunidades en cuyos territorios tales emprendimientos se desarrollen, dentro de las condiciones y plazos establecidas en cada proyecto (Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria, 2011).

Sección 2 De las Organizaciones del Sector Asociativo

Art. 18.- Sector Asociativo. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Art. 24.- Cooperativas de producción. - Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles.

NTE INEN-ISO 22000

La Norma NTE INEN-ISO 22000 establece los requisitos para que organizaciones involucradas de forma directa o indirecta en la cadena alimentaria, puedan implementar un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos (SGIA), brindándoles la capacidad de proporcionar regularmente alimentos y productos inocuos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores, así como los requisitos legales o reglamentarios que sean aplicables (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2024).

ISO 22000:2018 Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos — Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria (ISO 22000, 2018)

Esta norma establece los requisitos para un sistema de gestión de inocuidad alimentaria, lo cual es fundamental en la producción de alimentos como los helados.

Este documento especifica los requisitos para un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos (SGIA) para permitir a una organización que está directa o indirectamente involucrada en la cadena alimentaria:

d) Planificar, implementar, operar, mantener y actualizar un SGIA que proporcione productos y servicios que sean inocuos, de acuerdo con su uso previsto;
e) Demostrar cumplimiento con los requisitos legales y reglamentarios de inocuidad de los alimentos aplicables;
f) Valorar y evaluar los requisitos de inocuidad alimentaria mutuamente acordados con los clientes y demostrar su conformidad con ellos;
g) Comunicar eficazmente los temas de inocuidad de los alimentos a las partes interesadas dentro de la cadena alimentaria;

h) Asegurar que la organización cumpla con su política de inocuidad de los alimentos establecida;

i) Demostrar conformidad con las partes interesadas pertinentes;

j) Buscar la certificación o registro de su SGIA por una organización externa, o realizar una autoevaluación o declaración de sí misma de la conformidad con este documento.

Todos los requisitos de este documento son genéricos y se prevé que sean aplicables a todas las organizaciones de la cadena alimentaria, sin importar su tamaño o complejidad. Las organizaciones que están directa o indirectamente involucradas incluyen, pero no se limitan a, productores de alimento para animales productores de alimentos, productores de alimentos para animales, cosechadores de plantas y animales silvestres, agricultores, productores de ingredientes, fabricantes de alimentos, minoristas, y organizaciones que proporcionan servicios de alimentos, servicios de catering, servicios de limpieza y desinfección, servicios de transporte, almacenamiento y distribución, proveedores de equipamiento, limpieza y desinfectantes, materiales de embalaje y otros materiales en contacto con alimentos.

Este documento permite a cualquier organización, incluidas las pequeñas y/o menos desarrolladas (por ejemplo, una granja pequeña, un envasador-distribuidor pequeño, un minorista pequeño o venta de servicio de alimentos) implementar elementos desarrollados externamente en su SGIA.

2.5. Georreferencial

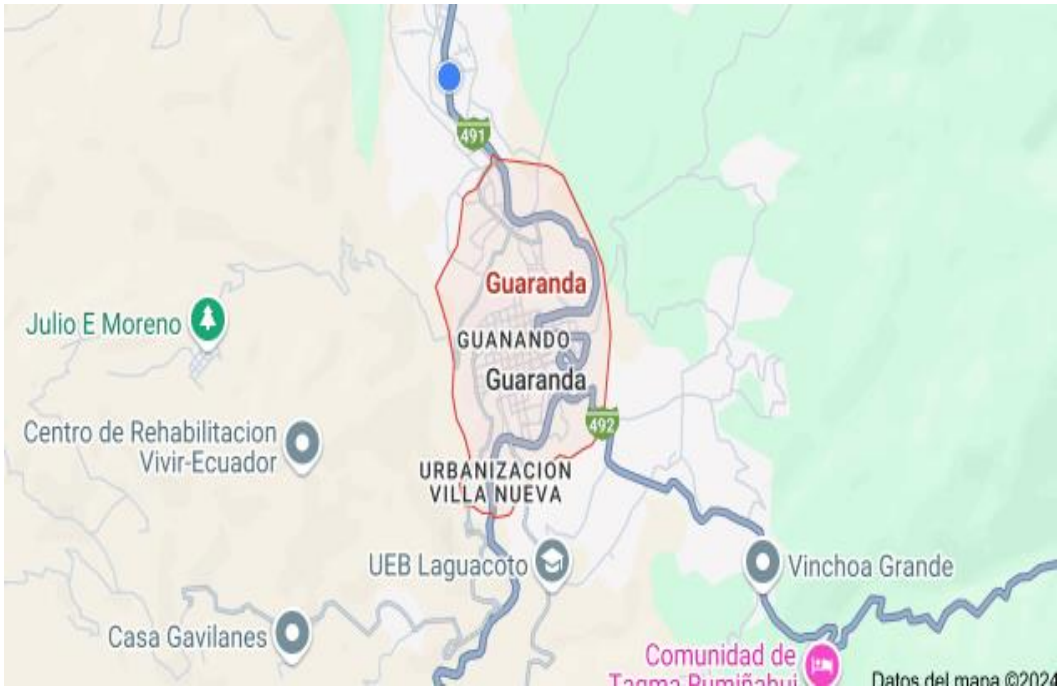
- **Provincia:** Bolívar

Figura 1
Ubicación Macro



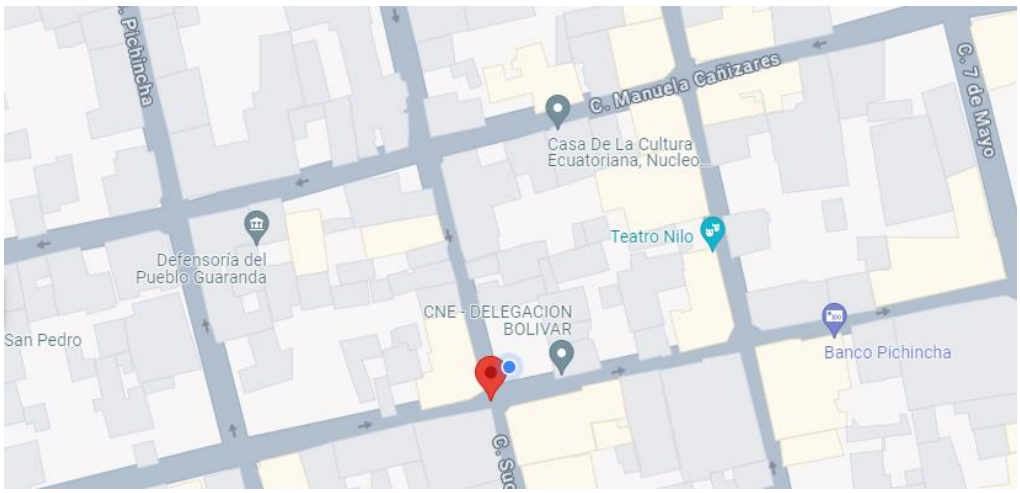
- **Cantón:** Guaranda

Figura 2
Ubicación Meso



- **Dirección:** Este -1.591189, Oeste -79.002197.
- **Calles:** Sucre y Azuay esquina, junto al CNE a una cuadra del parque central.

Figura 3
Ubicación Micro



Nota: (Google maps, 2024).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Investigación descriptiva

> La investigación descriptiva es un tipo de investigación que tiene como objetivo principal describir las características o propiedades de un fenómeno, situación o área de estudio sin manipular las variables ni establecer relaciones causales, su enfoque principal es proporcionar una representación detallada y precisa de lo que se está estudiando. (Yanez, 2023)

Se utilizará para realizar un análisis detallado del mercado de helados en Guaranda, abarcando el tamaño del mercado, los patrones de consumo, la competencia y las preferencias de los consumidores, esto permitirá tener una comprensión clara y precisa de la situación actual, lo que hará más fácil diseñar estrategias adecuadas para el plan de negocios.

Investigación de campo

> La investigación de campo es una metodología de investigación que implica la recopilación directa y la observación de datos en el lugar donde ocurre el fenómeno de estudio, en lugar de depender exclusivamente de datos recopilados previamente o de fuentes secundarias. (Escarcega, 2023)

Se realizará a través de actividades como encuestas llevadas a cabo directamente en Guaranda esta fuente ofrecerá información primaria y actualizada acerca de la demanda, competencia, canales de distribución y otros factores clave que impactan el éxito del negocio de fabricación de helados.

Investigación teórica

> La investigación teórica es el examen sistemático de un conjunto de creencias y supuestos, su objetivo es aprender más sobre un tema y ayudarnos a comprenderlo mejor, la información obtenida de este modo no

> se utiliza para nada en particular, porque este tipo de investigación pretende aprender más. (Ortega, 2022)

Se centrará en examinar y analizar la literatura existente acerca de planes de negocio y la industria del helado, abarcando desde libros, tesis, artículos científicos y casos de estudio, el objetivo principal será respaldar nuestro plan con teorías sólidas y prácticas que han sido comprobadas.

Investigación Exploratoria

Para (Rus, 2020) "la investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos, siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente".

Se llevará a cabo con el objetivo de identificar posibles oportunidades y retos en el mercado de helados de Guaranda, este estudio exploratorio nos permitirá establecer las bases necesarias para determinar el enfoque y las estrategias más idóneas para nuestro plan de negocios.

3.2. Enfoque de la investigación

Enfoque Cuantitativa

> Para (Equipo editorial, Etecé. De: Argentina, 2024) es un conjunto de estrategias científicas que se usan en investigación para obtener información expresada en datos numéricos, de esta forma, se puede analizar un tema o un objeto de estudio teniendo en cuenta sus características medibles, es decir, aquellas que se pueden expresar mediante números.

Utilizaremos el enfoque cuantitativo para manejar datos estadísticos que posibiliten analizar variables tales como la demanda del mercado, los costos de producción y las proyecciones financieras, de esta manera, obtendremos una base sólida y objetiva para evaluar la viabilidad del negocio.

Enfoque cualitativo

> El método de investigación cualitativo es un método o proceso de investigación que busca la comprensión profunda de un fenómeno dentro de su entorno natural, la investigación cualitativa, a diferencia de la

> cuantitativa, se centra en el “por qué” en lugar del “que” y básicamente se enfoca en recopilar datos que no son numéricos. (Narvaez, 2018)

Se utilizará el enfoque cualitativo con el fin de proporcionar una descripción detallada del proceso de producción y comprender exhaustivamente las preferencias, motivaciones y percepciones de los posibles consumidores.

3.3. Métodos de Investigación

Método cuantitativo

Se usará con el fin de recopilar y analizar datos numéricos y estadísticos sobre el mercado de helados en Guaranda, además de recopilar datos a través de encuestas a consumidores para determinar la demanda potencial, también se llevará a cabo un análisis exhaustivo de las variables financieras y económicas pertinentes al plan de negocios.

Método cualitativo

Utilizaremos este método para recopilar información que no sea de naturaleza numérica, lo cual nos permitirá obtener una mayor comprensión de los factores cualitativos que influyen en la producción y aceptación de nuestros helados en el mercado local.

Método Deductivo

> El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas, mediante este método, se va de lo general (como leyes o principios) a lo particular (la realidad de un caso concreto). (Westreicher, 2020)

Nos ayudará a utilizar principios y teorías generales sobre la industria de los helados, así como planes de negocios, para adaptarlos al caso específico de Guaranda, de esta manera, será posible utilizar el conocimiento y las mejores prácticas ya establecidas en la industria e incorporarlas adecuadamente a las circunstancias locales.

Método Inductivo

“El método inductivo es un tipo de razonamiento que consiste en obtener conocimientos generalizables a partir de conocimientos específicos, así, va de la observación de fenómenos particulares a la formulación de conclusiones generales”. (Arellano, 2023)

Para obtener conclusiones generales sobre el potencial del negocio de helados en la ciudad de Guaranda, se tomará en cuenta y analizará datos específicos del mercado local, así como también se examinará la competencia existente y las preferencias de los consumidores locales.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Técnica: Encuesta

Según (Malhotra, 2016): "La encuesta es un estudio que se realiza sobre una muestra de la población para obtener información sobre sus características, actitudes, opiniones o comportamientos".

Se llevarán a cabo encuestas a una muestra representativa de la población de Guaranda, mediante esta técnica se podrán obtener datos cuantitativos acerca de las preferencias, hábitos de consumo, demanda y demás factores pertinentes para la elaboración del plan de negocios para producir helados.

Instrumento: Cuestionario

Según (Malhotra, 2016): "El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para obtener información de las personas sobre un tema en particular".

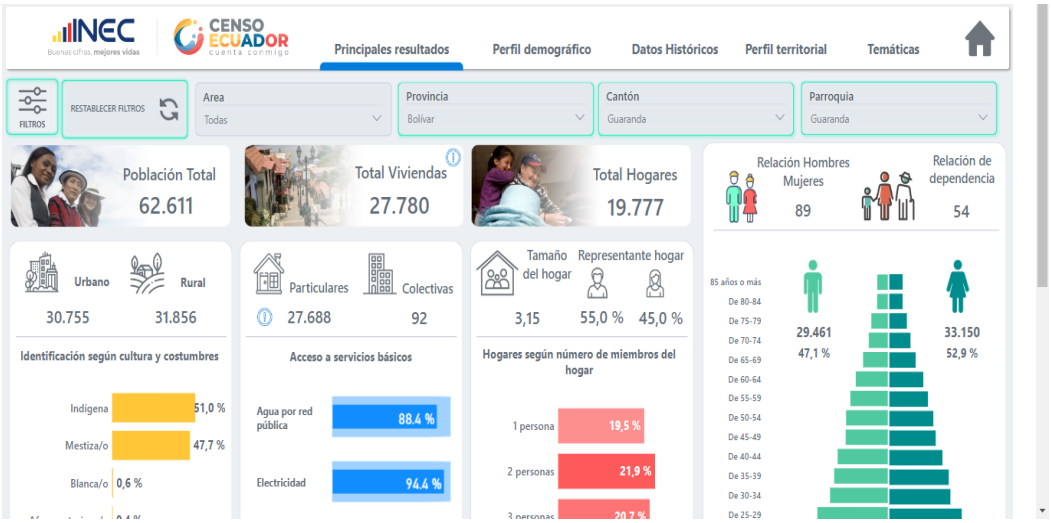
Se diseñarán minuciosamente cuestionarios estructurados con el fin de recolectar datos precisos y pertinentes sobre elementos fundamentales del mercado de helados, como gustos preferidos, costos, modos de distribución, frecuencia en el consumo y más, el cuestionario incluye preguntas cerradas y abiertas.

3.5. Universo, Población y Muestra

Universo

El universo para este proyecto de producción de helados en la ciudad de Guaranda estará conformado por los 62.611 habitantes que representan la zona urbana de Guaranda, de acuerdo con datos proporcionados por INEC nuestra población de estudio será la zona urbana comprendida por las parroquias Veintimilla, Chaves y Guanujo ya que son los residentes más cercanos a nuestras instalaciones de producción y de venta.

Figura 4
Población urbana de Guaranda

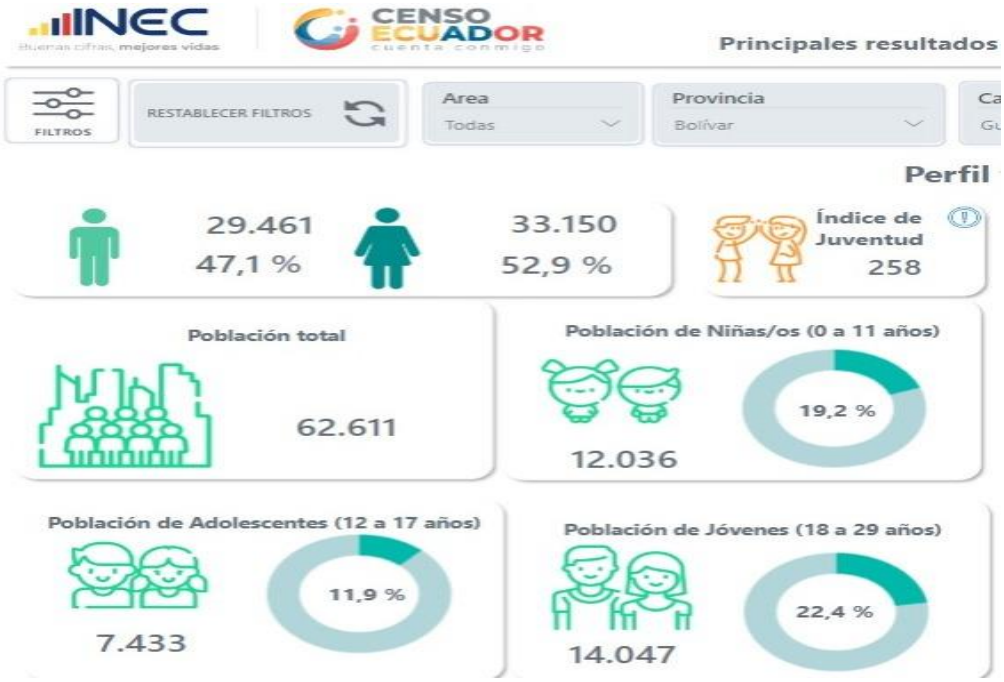


Nota: Censo Ecuador 2022

Población

Nuestra población estará conformada por quienes más consumen helados, cuyo segmento es de adolescentes y jóvenes entre 12 y 29 años, quienes administran su propio dinero ya sea proporcionado por un trabajo o por sus tutores, este número asciende a 21480 personas.

Figura 5
Población entre 12 y 29 años



Nota: Censo Ecuador 2022

Muestra

Para la viabilidad de la encuesta se utilizará el muestreo aleatorio simple de una muestra representativa de 377 personas de una población de 21.480 habitantes, la selección aleatoria garantizará la confiabilidad de los datos sobre la demanda, la competencia, los precios y otros factores relevantes además se utiliza este tipo de muestreo considerando que el universo es finito, para el cálculo del mismo se utilizara la formula presentada por Gabriel Baca Urbina, en su libro “Evaluación de proyectos” séptima edición, pág. 41

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

donde:

N= Población total

Z= Distribución normaliza. Si Z=1.96 el porcentaje de confiablidad de 95%

p = Proporción de aceptación deseada para el producto

q = Proporción de rechazo

E= Porcentaje deseado de error

$$n = \frac{(21480)(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(21480-1) + 1(1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{24010}{63.4579}$$

$$n = 377.42$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será de 377 encuestas, las cuales se realizarán en la zona urbana de Guaranda.

3.6. Procesamiento de la Información

Para garantizar precisión y eficiencia, se utilizarán varias herramientas tecnológicas *en* el procesamiento de la información. Utilizaremos Google Forms para realizar las encuestas, lo que agilizará y organizará la recopilación de datos, los datos recolectados se exportarán y analizarán en Excel para poder realizar cálculos estadísticos, gráficas y tablas que simplifiquen la interpretación de los resultados cuantitativos, también, se empleará Word para redactar y organizar los resultados obtenidos, combinando tanto los análisis cualitativos extraídos de las entrevistas como los datos cuantitativos provenientes de las encuestas, con esta combinación de herramientas, se podrá gestionar la información de manera eficiente y precisa, garantizando que todos los datos importantes sean tomados en cuenta al momento de elaborar el plan de negocios.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de Resultados

4.1.1 Encuesta a consumidores

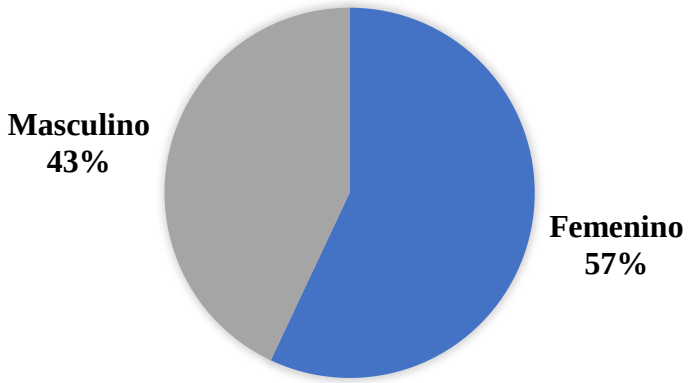
Pregunta 1

Tabla 4
¿Genero?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	215	57.00%
Masculino	162	43.00%
Total	**377**	**100%**

Nota: Encuesta consumidores, 2024
Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Figura 6
¿Genero?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

Los datos presentados en la Pregunta 1 revelan la distribución de género dentro de un grupo de 377 individuos, del total, el 57% son mujeres (215 personas) y el 43% son hombres (162 personas), estos porcentajes indican que las mujeres representan una mayoría significativa en esta muestra, esta distribución podría reflejar ciertas tendencias o preferencias dentro del mercado estudiado.

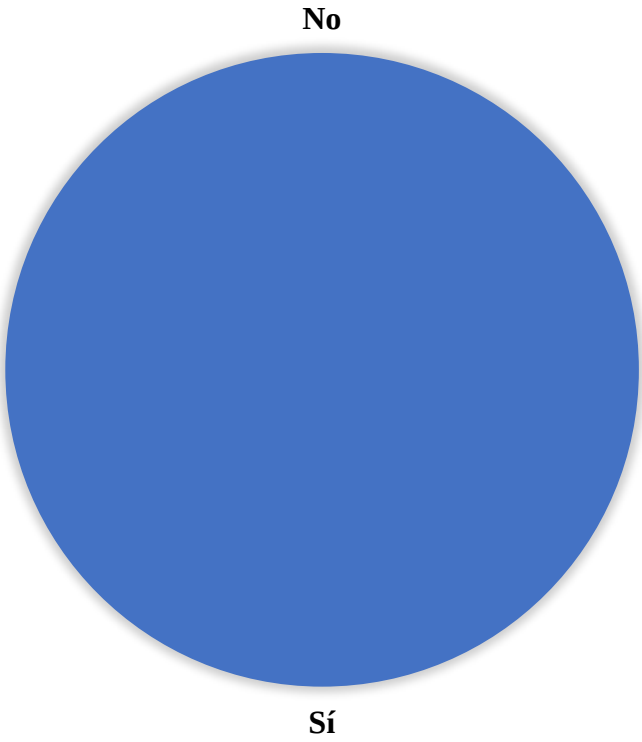
Pregunta 2

Tabla 5
¿Consume helados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	377	100.00%
No	0	0.00%
Total	**377**	**100%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura 7
¿Consume helados?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

El 100% de los encuestados (377 personas) respondió afirmativamente a esta pregunta, esto indica una penetración total del producto en la muestra estudiada, sugiriendo que los helados son un alimento ampliamente aceptado y consumido en Guaranda, este resultado es muy favorable para el plan de negocios propuesto, ya que indica un mercado potencial significativo.

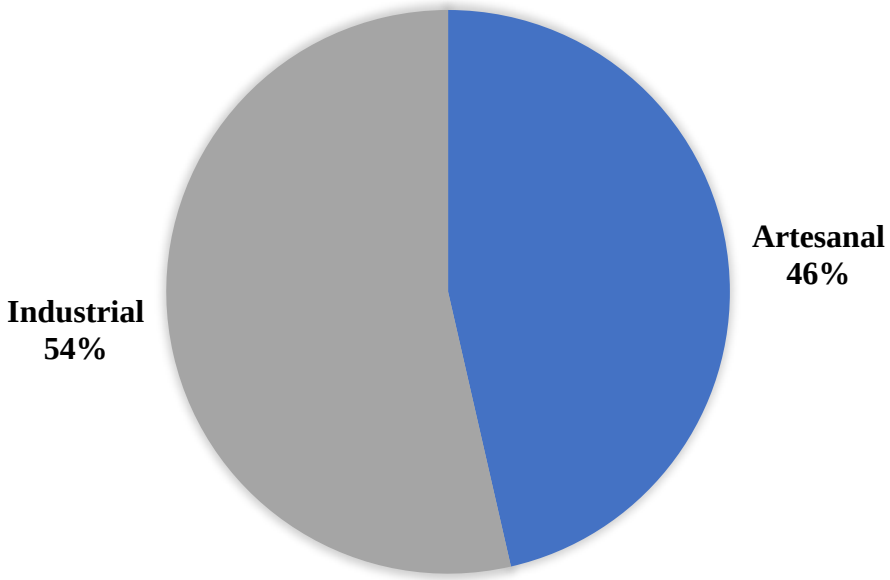
Pregunta 3

Tabla 6
¿Los helados de qué tipo prefiere?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	175	46.42%
Industrial	202	53.58%
Total	**377**	**100%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura 8
¿Los helados de qué tipo prefiere?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

Hay una ligera preferencia por los helados industriales (53.58%) sobre los artesanales (46.42%), esta diferencia, aunque no es muy grande, indica una oportunidad para producir helados con características industriales y de esta manera satisfacer la preferencia mayoritaria.

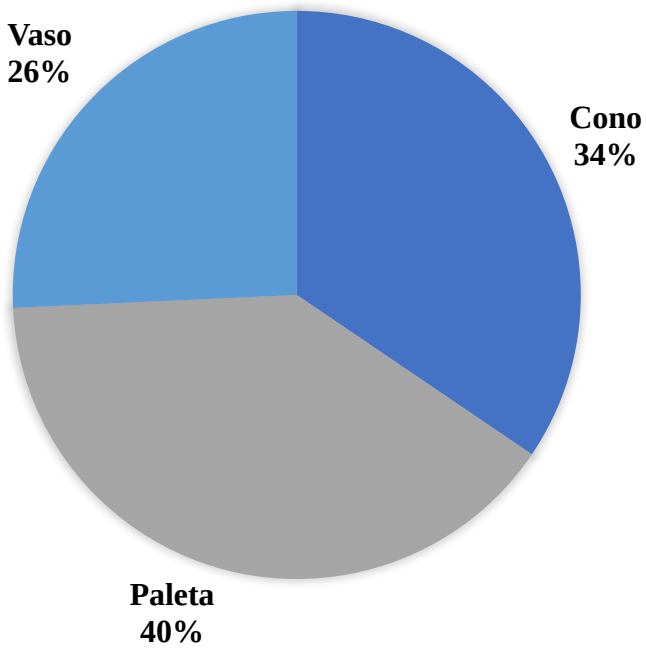
Pregunta 4

Tabla 7
¿En qué presentación prefiere?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cono	130	34.48%
Paleta	150	39.79%
Vaso	97	25.73%
Total	**377**	**100%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura 9
¿En qué presentación prefiere?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

Las paletas son la presentación preferida con un 39.79%, seguidas por los conos (34.48%), mientras que los vasos son menos populares (25.73%), esto indica que, al planificar la producción, se debe dar prioridad a las paletas, aunque también es importante considerar la producción de conos y vasos para satisfacer todos los segmentos del mercado.

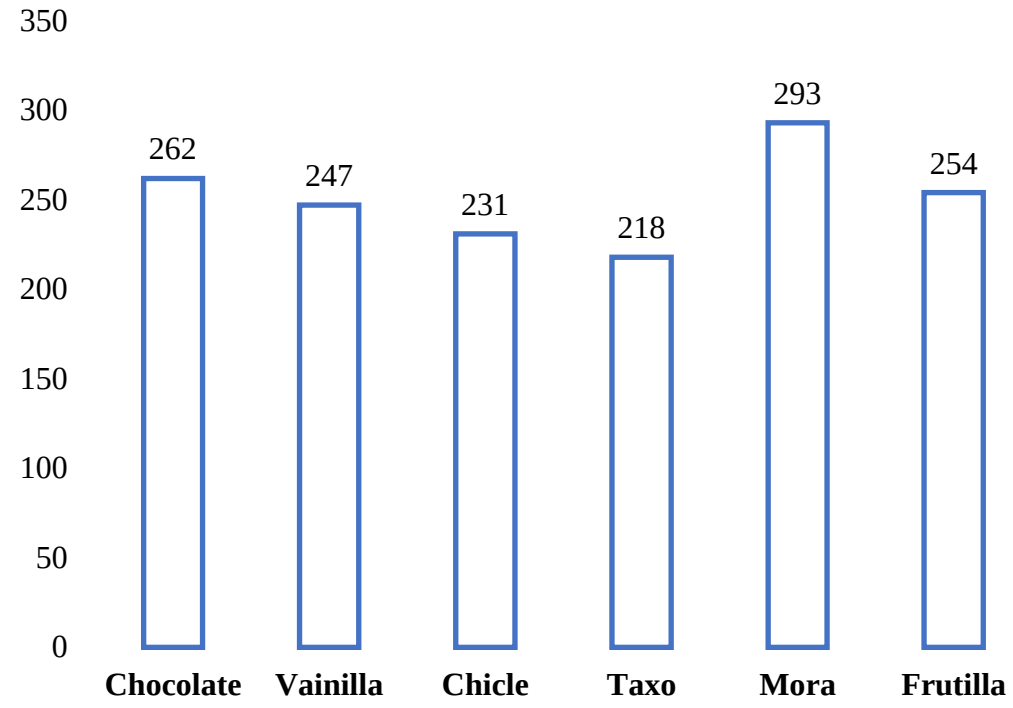
Pregunta 5

Tabla 8
¿Qué sabores de helado prefiere?

Categoría	Frecuencia
Chocolate	262
Vainilla	247
Chicle	231
Taxo	218
Mora	293
Frutilla	**254**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura 10
¿Qué sabores de helado prefiere?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

Mora es el sabor más popular (77.72%), seguido por chocolate (69.50%) y frutilla (67.37%), sin embargo, todos los sabores mencionados tienen una popularidad considerable, superando el 57%, esto sugiere que una amplia variedad de sabores sería bien recibida y atraerá a una mayor cantidad de consumidores.

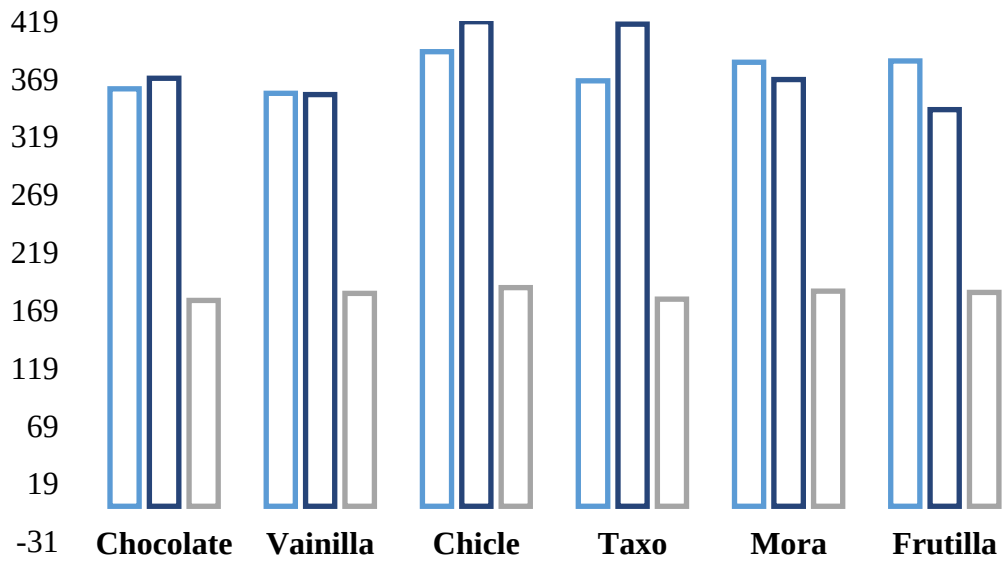
Pregunta 6

Tabla 9
¿Cuántos helados compra usted al mes?

Categoría	Cono	Paleta	Vaso	Consumo por sabores
Chocolate	361	370	178	**910**
Vainilla	357	356	184	**897**
Chicle	393	419	189	**1001**
Taxo	368	417	179	**964**
Mora	384	369	186	**939**
Frutilla	385	343	185	**913**
Consumo por tipo de helado	**2248**	**2274**	**1101**	**5624**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura 11
¿Cuántos helados compra usted al mes?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

Los encuestados compran una variedad significativa de helados al mes, con la demanda por tipo de helado distribuida principalmente entre paletas (40.44%) y conos (39.98%), con los vasos representando el 19.58%, la demanda por sabores muestra que el chicle tiene la mayor demanda (1001 unidades), estos datos destacan la importancia de mantener una producción equilibrada entre diferentes formatos y sabores para satisfacer la demanda del mercado.

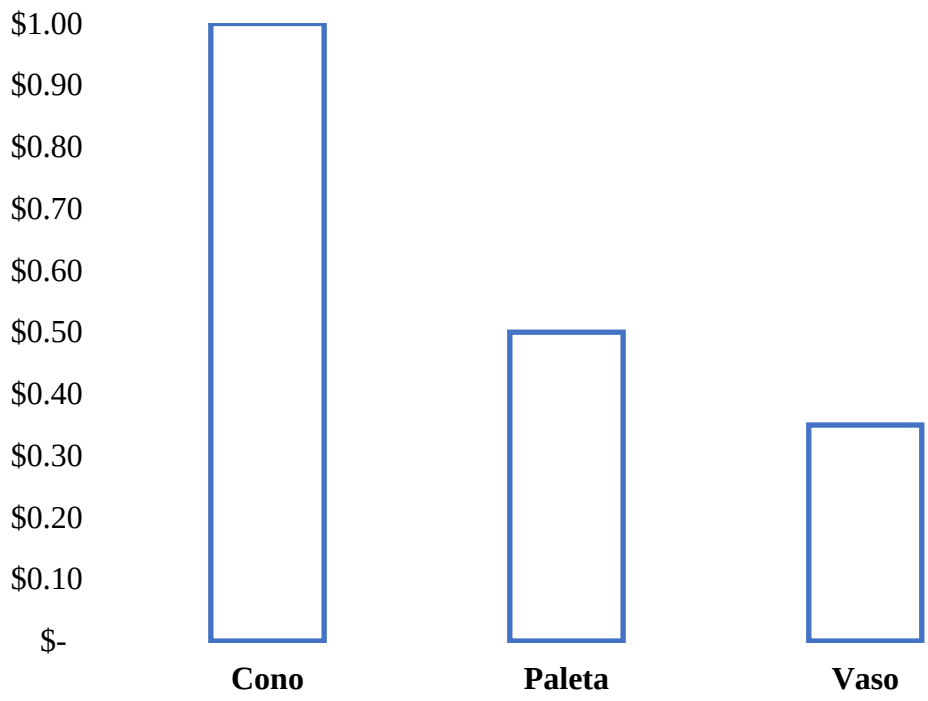
Pregunta 7

Tabla 10
¿Qué precios paga por este tipo de helados?

Tipo	Frecuencia	Porcentaje	Precio
Cono	243	64%	$ 1.25
Paleta	195	52%	$ 0.75
Vaso	275	73%	$ 0.50

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura 12
¿Qué precios paga por este tipo de helados?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

Los datos de la Pregunta 7 revelan que los precios que los consumidores están pagando por helados varían según el tipo de presentación, el 64% de los encuestados paga $1.00 por un cono, el 52% paga $0.50 por una paleta, y el 73% paga $0.50 por un vaso, estos resultados son cruciales para definir la estrategia de precios del nuevo negocio, se observa que existe la posibilidad de implementar diferentes enfoques de precios según la presentación del helado.

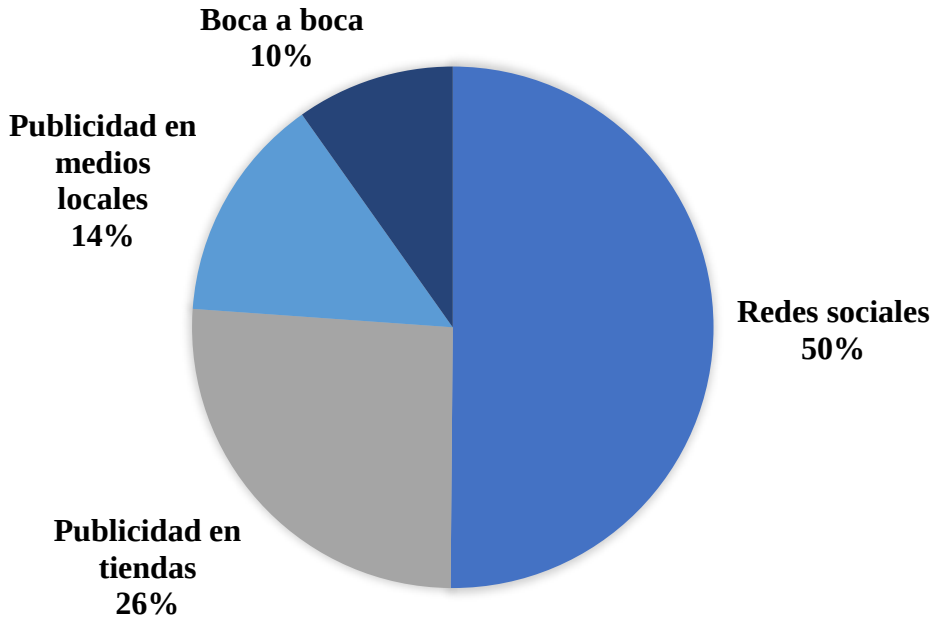
Pregunta 8

Tabla 11
¿Por qué medios de comunicación prefiere conocer nuevas ofertas de helados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	189	50.13%
Publicidad en tiendas	98	25.99%
Publicidad en medios locales	53	14.06%
Boca a boca	37	9.81%
Total	**377**	**100.00%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura13
¿Por qué medios de comunicación prefiere conocer nuevas ofertas de helados?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

La pregunta ocho nos demuestra que la mayoría de las personas prefieren enterarse de un nuevo producto o emprendimiento por redes sociales, esto debido a que gran parte del tiempo se ocupa en estas, razón por la que el 50% de los encuestados han dado esta respuesta.

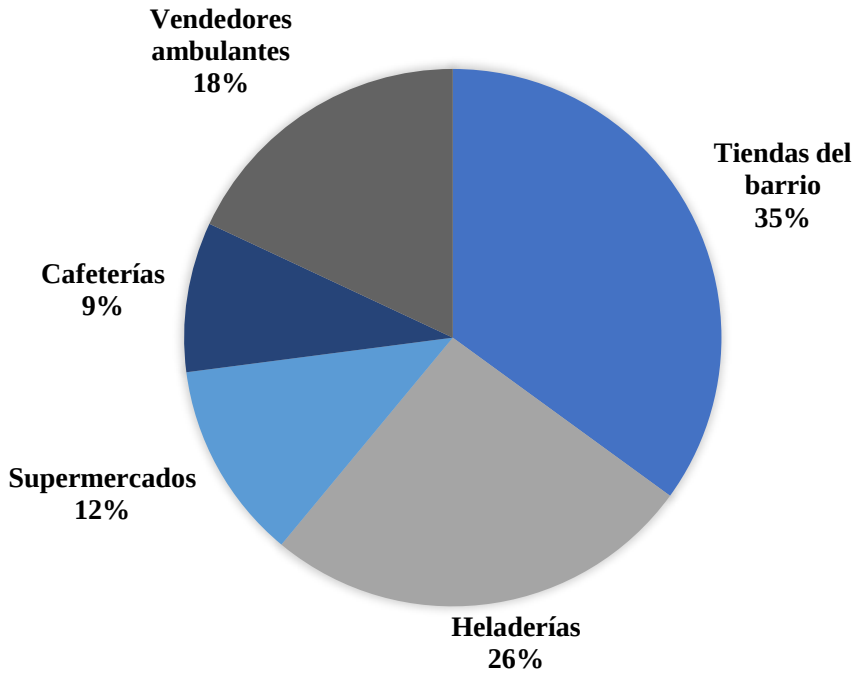
Pregunta 9

Tabla 12
¿Dónde compra los helados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas del barrio	132	35.01%
Heladerías	98	25.99%
Supermercados	45	11.94%
Cafeterías	34	9.02%
Vendedores ambulantes	68	18.04%
Total	**377**	**100.00%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura14
¿Dónde compra los helados?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

El 35% de los encuestados compran en tiendas del barrio y el 26% acuden a heladerías, esto debido a que las tiendas de barrio son de fácil acceso para todos, y las heladerías ofrecen mayor variedad de producto y de precios, esto da un indicio de quienes pueden ser nuestros intermediarios.

Pregunta 10

Tabla 13

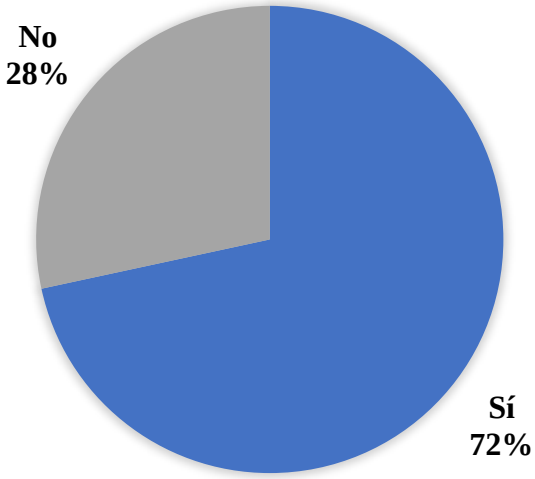
¿Si se implementara una microempresa que elabore y comercialice helados industriales usted estaría dispuesto a adquirirlos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	270	71.62%
No	107	28.38%
Total	**377**	**100.00%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Figura15

¿Si se implementara una microempresa que elabore y comercialice helados industriales usted estaría dispuesto a adquirirlos?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta consumidores, 2024

Análisis

El porcentaje de aceptación de helados industriales es del 72% lo cual da un indicio claro de que el emprendimiento de helados industriales será aceptado en el mercado.

4.1.1.1. Conclusiones de los resultados de la encuesta a consumidores

El 100% de los encuestados confirmaron que consumen helados, lo cual indica una penetración completa del producto en el mercado, este resultado es sumamente favorable para el plan de negocios, ya que sugiere que hay un mercado significativo y bien establecido para los helados en Guaranda, la alta aceptación generalizada valida la viabilidad de establecer una nueva empresa de producción de helados.

Los datos muestran una ligera preferencia por los helados industriales (53.58%) sobre los artesanales (46.42%), así como una preferencia destacada por las paletas (39.79%) frente a conos (34.48%) y vasos (25.73%), esta información indica que el nuevo negocio debe centrarse en la producción de helados industriales, especialmente en formato de paleta, para alinearse con las preferencias del consumidor y captar una mayor cuota de mercado.

Los sabores más populares entre los encuestados son mora (77.72%), chocolate (69.50%) y frutilla (67.37%), la demanda diversificada de sabores sugiere que ofrecer una amplia variedad será beneficioso para atraer a más consumidores, en términos de precios, los consumidores están dispuestos a pagar $1.25 por un cono, $0.75 por una paleta y $0.50 por un vaso, lo cual proporciona una base sólida para establecer una estrategia de precios competitiva y rentable.

4.1.2. Encuesta a productores/vendedores

Pregunta 1

Tabla 14
¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Nombre	Nro
Heladería Iglú	1
Red de heladería Pingüino ice cool	1
heladería y cafetería la guitarra	1
Bubble Ice Cream	1
Helados de salcedo	1
Heladería y Crepería Mininos	1
Helados Rompe Nucas	1
Bogati	1
Copo	1
Dolce Gelato	1
Copito Ice Cream	1
Twister Ice Cream	1
Total	**12**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Análisis

En la ciudad de Guaranda existen 12 heladerías que representan una potencial competencia en cuanto a producir y vender helados ya sean estos industriales o artesanales.

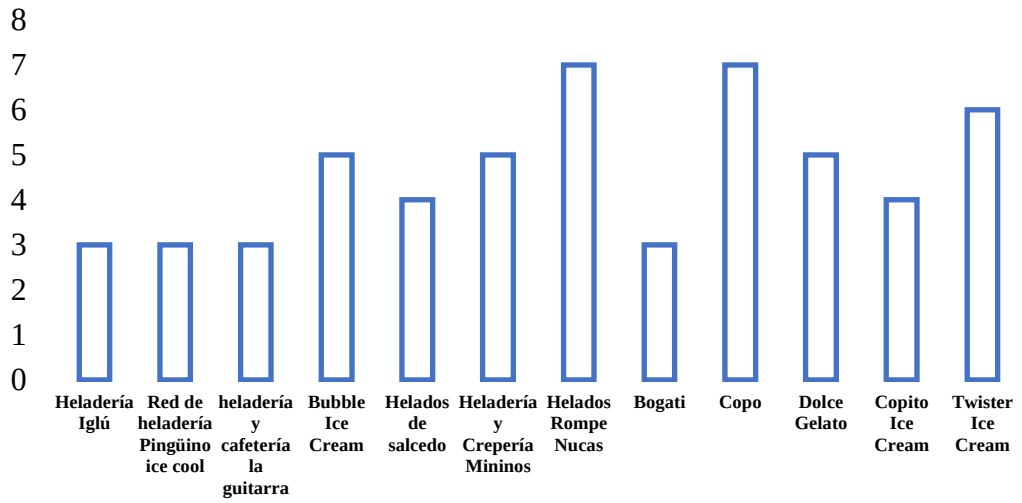
Pregunta 2:

Tabla 15
¿Cuántas personas trabajan actualmente en su negocio de helados?

Nombre del emprendimiento	Nro de trabajadores
Heladería Iglú	3
Red de heladería Pingüino ice cool	3
heladería y cafetería la guitarra	3
Bubble Ice Cream	5
Helados de salcedo	4
Heladería y Crepería Mininos	5
Helados Rompe Nucas	**7**
Bogati	3
Copo	7
Dolce Gelato	5
Copito Ice Cream	4
Twister Ice Cream	6
Promedio	**5**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Figura16
¿Cuántas personas trabajan actualmente en su negocio de helados?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Análisis

En promedio las heladerías encuestadas funcionan con al menos cinco trabajadores, lo que aporta a esta investigación una idea de cual podría ser el tamaño del proyecto y distribuir bien las tareas a realizarse.

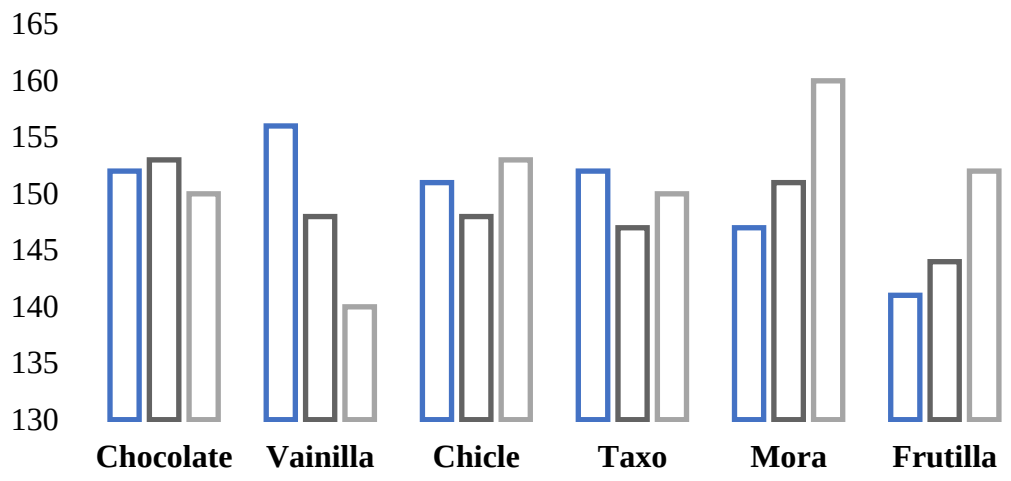
Pregunta 3

Tabla 16
¿Cuántos helados produce en el mes?

Sabor	Cono	Paleta	Vaso (100 ml)	Oferta por sabor
Chocolate	152	153	150	455
Vainilla	156	148	140	444
Chicle	151	148	153	452
Taxo	152	147	150	449
Mora	147	151	160	458
Frutilla	141	144	152	437
Oferta total	**899**	**891**	**905**	**2695**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Figura17
¿Cuántos helados produce en el mes?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Análisis

Las encuestas demuestran que los helados por sabores se venden de manera equilibrada, no existe una variación tan grande en las ventas por sabor, sin embargo el grafico indica que se venden más helados en cono y paletas que en vaso por lo que la producción se debe centrar principalmente en esas dos presentaciones.

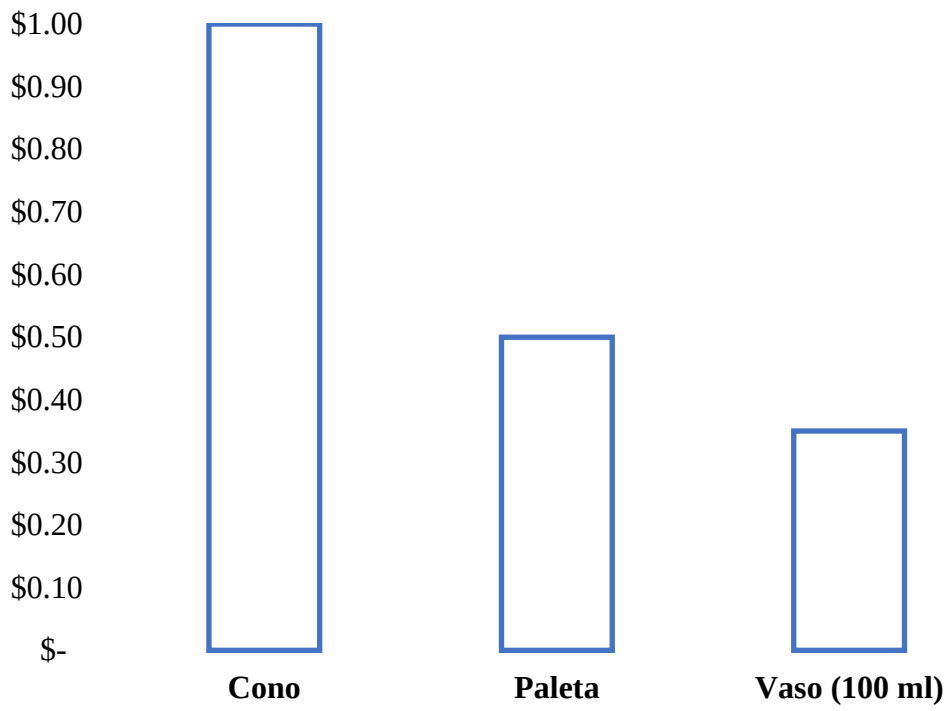
Pregunta 4

Tabla 17
¿Cuál es el precio de los helados que produce según el tipo de helado?

Tipo	Frecuencia	Porcentaje		Precio
Cono	8	67%	$	1.25
Paleta	7	58%	$	0.75
Vaso (100 ml)	10	83%	$	0.50

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Figura18
¿Cuál es el precio de los helados que produce según el tipo de helado?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Análisis

El precio de venta de los helados es más alto para conos, medio para paletas y bajo para vasos por lo que tal vez represente una mayor inversión producir helados de cono, sin embargo, debido a que tienen gran aceptación en el mercado se debe considerar su fabricación.

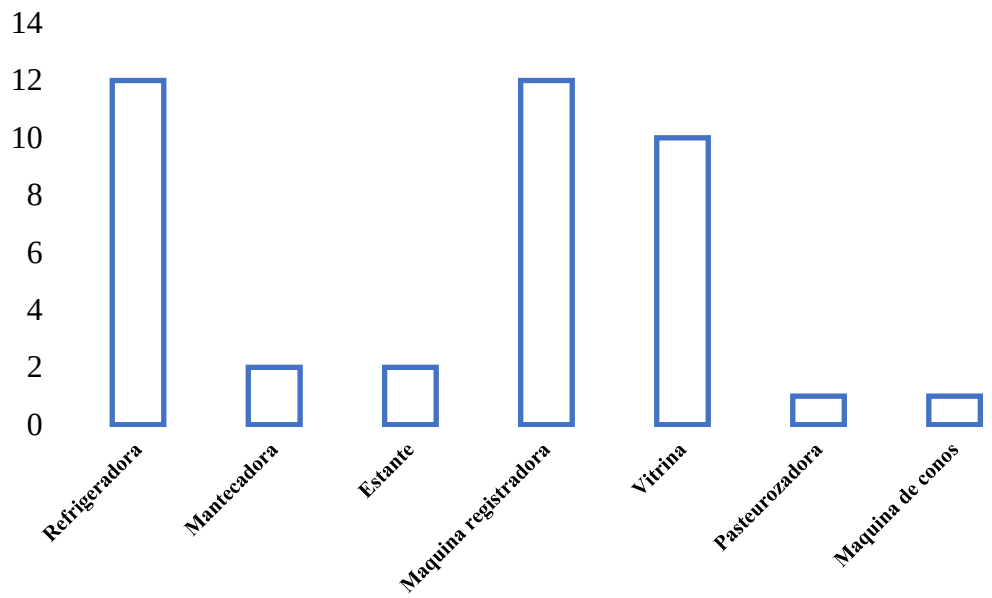
Pregunta 5

Tabla 18
¿Qué equipos utiliza para la producción/venta de helados?

Equipos	Frecuencia	Porcentaje
Refrigeradora	12	100%
Mantecadora	2	17%
Estante	2	17%
Máquina registradora	12	100%
Vitrina	10	83%
Pasteurizadora	1	8%
Máquina de conos	1	8%

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Figura19
¿Qué equipos utiliza para la producción/venta de helados?



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Encuesta productores/vendedores, 2024

Análisis

Se puede decir que hay 3 equipamientos muy necesarios para el funcionamiento de una heladería dado que las encuestas indican que la mayoría de los emprendimientos los utilizan como son refrigeradora, máquina registradora y vitrina, esto da una idea para administrar la inversión.

4.1.2.1. Conclusiones de los resultados de la encuesta a productores

En Guaranda existen 12 heladerías que representan una competencia significativa en el mercado local. Estas heladerías operan con un promedio de 5 trabajadores cada una. Este dato es crucial para dimensionar el tamaño del proyecto y planificar la distribución de tareas de manera eficiente, conocer el número de competidores y el tamaño de su fuerza laboral permite diseñar estrategias para diferenciarse y gestionar adecuadamente los recursos humanos necesarios.

La producción mensual de helados por sabor y presentación muestra un equilibrio notable, con una ligera preferencia por los formatos de cono y paleta sobre el vaso, los sabores de helado más producidos son mora, chocolate y frutilla, lo cual refleja una demanda constante y diversificada, estos datos sugieren que la se debe centrar la producción en helados de cono y paleta para alinearse con las tendencias de consumo y maximizar las ventas.

Los precios de los helados varían según el tipo, siendo $1.25 para conos, $0.75 para paletas y $0.50 para vasos, esta estructura de precios sugiere que aunque los conos pueden requerir una mayor inversión, su alta aceptación en el mercado los hace una opción rentable, además, los equipos más comunes utilizados en la producción y venta de helados incluyen refrigeradoras, vitrinas y máquinas registradoras, que son esenciales para el funcionamiento eficiente de una heladería.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Tema:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 – 2028"

5.2. Objetivo de la propuesta:

Realizar un estudio de mercado, administrativo, económico y evaluación financiera para una empresa productora de helados.

5.3. Estudio de mercado

> La investigación de mercados es un proceso que se utiliza para recopilar y analizar información sobre el mercado, los consumidores y los competidores de una empresa con el fin de tomar decisiones informadas de marketing y estrategias empresariales. (Mercado González Enrique, 2016)

5.3.1 Definición del producto

El negocio se centrará en la producción de helados en tres presentaciones: paleta 100 ml, cono 100 ml, y vaso 100 ml, estos productos estarán disponibles en seis sabores: chocolate, vainilla, chicle, taxo, mora, y frutilla, cada presentación y sabor ha sido cuidadosamente seleccionado para satisfacer los gustos y preferencias del mercado objetivo.

5.3.1.1. Presentaciones de productos

a. Paleta 100 ml:

La paleta es un producto congelado en formato individual, popular entre niños y adultos por su conveniencia y facilidad de consumo, se elaborará con ingredientes de alta calidad y se enfocará en mantener un equilibrio perfecto entre dulzura y sabor natural. La paleta tendrá un tamaño de 100 ml, ideal para un consumo rápido y refrescante.

Figura20
Empaque Paleta



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: leonardo.ai

b. Cono 100 ml:

El cono es una presentación clásica que combina la textura crujiente del cono de galleta con la cremosidad del helado, con un tamaño de 100 ml, se ofrecerá en una porción que satisface sin ser excesiva, el cono será especialmente popular entre jóvenes y adultos, gracias a su combinación de sabores y la experiencia completa de consumo.

Figura21
Empaque Cono



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: leonardo.ai

c. Vaso 100 ml:

El vaso de 100 ml es una presentación más versátil y adecuada para aquellos que prefieren disfrutar su helado con una cuchara, en un formato más contenido y fácil de almacenar, este producto se dirigirá a un público que valora la practicidad y la posibilidad de disfrutar el helado en cualquier momento y lugar.

Figura22
Empaque Vaso



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: leonardo.ai

5.3.1.2. Variedad de sabores

Los seis sabores seleccionados se basan en las preferencias locales y en la tendencia del mercado, combinando opciones tradicionales con sabores más innovadores:

- **Chocolate:** Un clásico que nunca pasa de moda, elaborado con cacao de alta calidad.
- **Vainilla:** Sabor suave y cremoso, elaborado con extracto natural de vainilla.
- **Chicle:** Un sabor dulce y llamativo, popular entre los niños.
- **Taxo:** Un sabor tropical y refrescante, característico de la región.
- **Mora:** Frutal y ligeramente ácido, ideal para quienes prefieren sabores menos dulces.
- **Frutilla:** Fresco y aromático, elaborado con fresas naturales.

5.3.1.3. Características nutricionales y especificaciones del producto

A continuación, se presenta una tabla con las características específicas de cada tipo de helado:

Tabla 19
Características nutricionales

Tipo de Helado	Tamaño	Presentación	Calorías (por porción)	Grasas (g)	Azúcares (g)	Proteínas (g)
Paleta 90 ml	100 ml	Empaque individual plástico	120 kcal	5 g	15 g	2 g
Cono 100 ml	100 ml	Cono de galleta con empaque de papel	150 kcal	6 g	18 g	3 g
Vaso 100 ml	100 ml	Vaso plástico con tapa	130 kcal	5 g	16 g	2.5 g

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.3.2. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es un proceso utilizado en proyectos de inversión y planes de negocio para evaluar y prever la demanda de un producto o servicio en un mercado específico, este análisis ayuda a las empresas a entender mejor las necesidades y deseos de los consumidores, lo cual es crucial para tomar decisiones informadas sobre producción, distribución, precios y estrategias de marketing.

Tabla 20
Consumo mensual de helados por presentación y sabor.

Categoría	Cono		Paleta		Vaso (100 ml)		Demanda por sabores	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje		
Chocolate	361	39.71%	370	40.70%	178	19.58%	**909**	16%
Vainilla	357	39.80%	356	39.69%	184	20.51%	**897**	16%
Chicle	393	39.26%	419	41.86%	189	18.88%	**1001**	18%
Taxo	368	38.17%	417	43.26%	179	18.57%	**964**	17%
Mora	384	40.89%	369	39.30%	186	19.81%	**939**	17%
Frutilla	385	42.17%	343	37.57%	185	20.26%	**913**	16%
Demanda por tipo de helado	**2248**	**39.98%**	**2274**	**40.44%**	**1101**	**19.58%**	**5623**	

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

La demanda obtenida de la pregunta 6 de la encuesta demuestra que en cuanto al consumo de helados por sabor, no existe una variación significativa entre las preferencias del consumidor respecto a sabores, sin embargo, en cuanto a la presentación si existe un cambio a tomar en cuenta, ya que las personas prefieren consumir helados en paleta y cono más que en vaso, esto nos da una idea en cuanto a que presentación

se producirá más, en total el consumo de la muestra es de 5623 helados al mes a continuación este dato será proyectado para el universo para determinar la demanda real de helados por sabor y por tipo.

Tabla 21
Total, de demanda mensual y anual.

Categoría	Demanda mensual por sabores	Porcentaje	Consumo de personas de la muestra	Personas del universo	Consumo mensual del Universo	Demanda anual
Chocolate	910	16%	61	10122	1636	19635
Vainilla	897	16%	60	9988	1593	19120
Chicle	1001	18%	67	11146	1984	23810
Taxo	964	17%	65	10734	1840	22083
Mora	939	17%	63	10456	1746	20952
Frutilla	913	16%	61	10166	1651	19808

Categoría	Demanda por presentación	Porcentaje	Personas que consumen	Personas del universo	Consumo del Universo	Demanda anual
Cono	2249	39.99%	151	25038	10012	120149
Paleta	2274	40.43%	152	25316	10236	122835
Vaso (100 ml)	1101	19.58%	74	12257	2400	28795

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El cuadro recoge los valores actuales de la demanda de helados en Guaranda, siendo así que para helados de chocolate hay una demanda de 19635 anuales, de vainilla 19120, de chicle 23810, de taxo 22083, de mora 20952 y de frutilla 19808, además también hay demanda por presentación de helados, en cono tiene una demanda anual de 120149, paleta 122835 y vaso 28795 datos que nos dan una idea de que sabores y presentaciones se consumen más.

5.3.3. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se necesita aplicar dos fórmulas, una es la fórmula para cálculo de crecimiento poblacional, y otra es la fórmula de monto aplicada a la demanda.

Figura 23
Crecimiento poblacional



Nota: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Formula de crecimiento poblacional.

Pt=P0 *(1+r) t

Pt= población final

P0= Población inicial

Tabla 22
Tasa de crecimiento poblacional

Año	Población
2001	48212
2010	55728
2022	62611
Tasa de crecimiento	**1.3%**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Formula de monto para demanda proyectada:

DF= DA (1+i) n - M= C (1+i) n

DF= Demanda futura

DA= Demanda actual

1= Constante

i= % de crecimiento Poblacional

n= # de años

DF= 271779 (1+0.013) 4

DF= 271779*1.013 ^4

DF= 286189

Tabla 23
Proyección de la demanda.

Categoría	Demanda 2024	2025	2026	2027	2028
Chocolate	19635	19890	20148	20410	20676
Vainilla	19120	19368	19620	19875	20133
Chicle	23810	24120	24433	24751	25073
Taxo	22083	22370	22660	22955	23253
Mora	20952	21224	21500	21780	22063
Frutilla	19808	20065	20326	20590	20858
Total	**125407**	**127037**	**128689**	**130362**	**132057**
Categoría	**Demanda 2024**	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**
Cono	120149	121711	123293	124896	126520
Paleta	122835	124432	126049	127688	129348
Vaso (100 ml)	28795	29169	29548	29933	30322
Total	**271779**	**275312**	**278891**	**282517**	**286189**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Se puede notar en el cuadro que la demanda por sabor es diferente a la demanda por presentación, esto se debe a que la demanda por sabor está encaminada a los sabores que se van a producir, sin embargo, la demanda por presentación esta presentada en base a todos los sabores en el mercado, en el momento de determinar la participación que la empresa productora de helados tendrá sobre la demanda insatisfecha se ajustara el porcentaje con una participación distinta al número de helados que se producirán en sabor y en presentación.

Proyectar la demanda es muy útil para determinar si la producción de helados será rentable con el paso del tiempo.

5.3.4. Análisis de la oferta

Para analizar la demanda se toma en cuenta las heladerías que producen y comercializan helados de los sabores y tamaños ofertados que en este caso son 12 en total:

- **Bogati**

Dir. 10 de abril, Guaranda 020101

- **Helados de salcedo**

Dir. CX3X+C9R, C. Pichincha, Guaranda 020101

- **Heladería Iglú,**

  Dir. CX6V+69C, Guaranda, Av. La Prensa

- **Red de heladería Pingüino ice cool**

  Dir. Entre Pichincha y Sucre, Espejo

- **Heladería y cafetería la guitarra**

  Dir. CX3V+77C, Guaranda, Monumento a la Guitarra

- **Bubble Ice Cream**

  Dir. 025 025, Guaranda 025888

- **Heladería y Crepería Mininos**

  Dir. C. Manuela Cañizares &

- **Helados Rompe Nucas**

  Dir. Selva alegre 608

- **Copo**

  Dir. Av. La Prensa

- **Dolce Gelato**

  Dir. Convención de 1884 612

- **Copito Ice Cream**

  Dir. Simón Bolívar, y, Guaranda 020103

- **Twister Ice Cream**

  Dir. CX6X+6VP, Unnamed Road, Guaranda

Tabla 24
Oferta actual.

Categoría	Producción mensual	Producción anual
Chocolate	572	6864
Vainilla	563	6756
Chicle	569	6828
Taxo	566	6792
Mora	556	6672
Frutilla	565	6780
Categoría	**Producción mensual**	**Producción anual**
Cono	1303	15636
Paleta	1290	15480
Vaso (100 ml)	798	9576

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

La oferta actual de helados por sabor anualmente es de 6864 helados de chocolate, 6756 helados de vainilla, 6828 helados de chicle. 6792 helados de taxo, 6672 helados de mora y 6780 helados de frutilla, además, por presentación de helados se producen 15636 helados de cono, 15480 helados de paleta y 9576 helados de vaso de 100 ml, estos datos nos ayudaran a determinar la demanda insatisfecha y la cantidad de helados de cada sabor y presentación que se pueden producir para cubrir un porcentaje de dicho rubro.

5.3.5. Proyección de la oferta

Formula de monto para oferta proyectada:

OF= DA (1+i) n - M= C (1+i) n

OF= Demanda futura

OA= Demanda actual

1= Constante

i= % de crecimiento Poblacional

n= # de años

OF= 40692 (1+0.013) 4

OF= 40692*1.013 ^4

OF= 42850

Tabla 25
Proyección de la oferta.

Categoría	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**
Chocolate	6864	6953	7044	7135	7228
Vainilla	6756	6844	6933	7023	7114
Chicle	6828	6917	7007	7098	7190
Taxo	6792	6880	6970	7060	7152
Mora	6672	6759	6847	6936	7026
Frutilla	6780	6868	6957	7048	7139
Total	**40692**	**41221**	**41757**	**42300**	**42850**
Categoría	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**
Cono	15636	15839	16045	16254	16465
Paleta	15480	15681	15885	16092	16301
Vaso (100 ml)	9576	9700	9827	9954	10084
Total	**40692**	**41221**	**41757**	**42300**	**42850**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El aumento de la demanda no es significativo, por lo que este análisis permite participar con un mayor porcentaje en la demanda insatisfecha, teniendo la confianza de que la competencia no será significativa durante el periodo proyectado.

5.3.6. Demanda insatisfecha

Tabla 26
Demanda insatisfecha.

Categoría	Demanda anual	Oferta anual	Demanda insatisfecha	Participación del 30%
Cono	120149	15636	104513	31354
Paleta	122835	15480	107355	32207
Vaso (100 ml)	28795	9576	19219	5766
Total	**271779**	**40692**	**231087**	**69326**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Como se puede notar, la participación de la demanda de helados que se va a producir según las 3 presentaciones es, 958 helados de cono, 984, helados de paleta y 176 helados de vaso.

5.3.6. Análisis de precios

Debido a que las encuestas revelan que no hay una variación de precios en base a los sabores sino solo en base a la presentación de los helados, el análisis de precio se centrara en presentar el precio en el mercado de los helados en cono, paleta y vaso de 100 ml y proponer un precio tentativo hasta el momento de realizar el estudio económico del proyecto

Tabla 27
Análisis de precios.

Presentación	Precio de mercado	Precio a minoristas
Cono	1.25	1.06
Paleta	0.75	0.64
Vaso (100 ml)	0.5	0.40

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Los precios del mercado reflejan lo que la mayoría de las personas pagan en promedio por un helado de cada presentación, por ende, para que el minorista genere una utilidad y compre nuestro producto se realizó una reducción al precio de mercado.

5.3.7. Análisis de comercialización

Realizar un análisis de cómo se va a comercializar el producto es crucial para no incurrir en gastos innecesarios y abarcar el segmento especifico fijado por la naturaleza del proyecto, en el presente plan de negocios se va a comercializar el producto exclusivamente a minoristas, es decir que no se realizara una producción enfocada al consumidor final, por lo que no será necesario establecer precio de venta al consumidor final, sin embargo se posee un PVP con el que los minoristas puedan obtener un margen de ganancia aceptable.

5.3.8. Publicidad

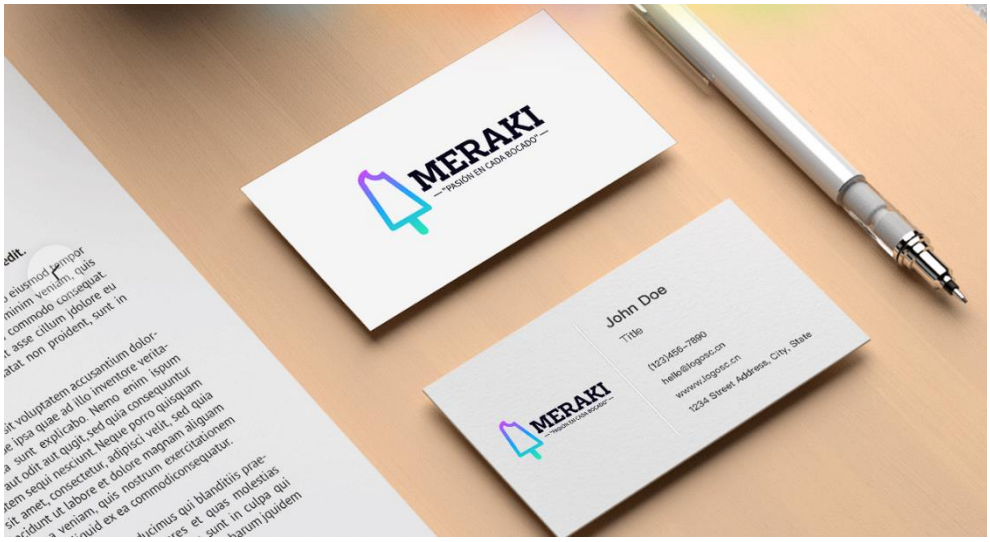
Para proporcionar la empresa, se pueden implementar dos estrategias publicitarias que fueron escogidas por la mayoría de las personas en las encuestas, un método es publicidad en línea por medio de redes sociales, y el otro método es por medio de pancartas en tiendas que vendan el helado, los costos de esta publicidad se detallaran en el anexo como costo de publicidad mismo rubro que estará presente en el cuadro de costos.

Figura24
Letrero luminoso



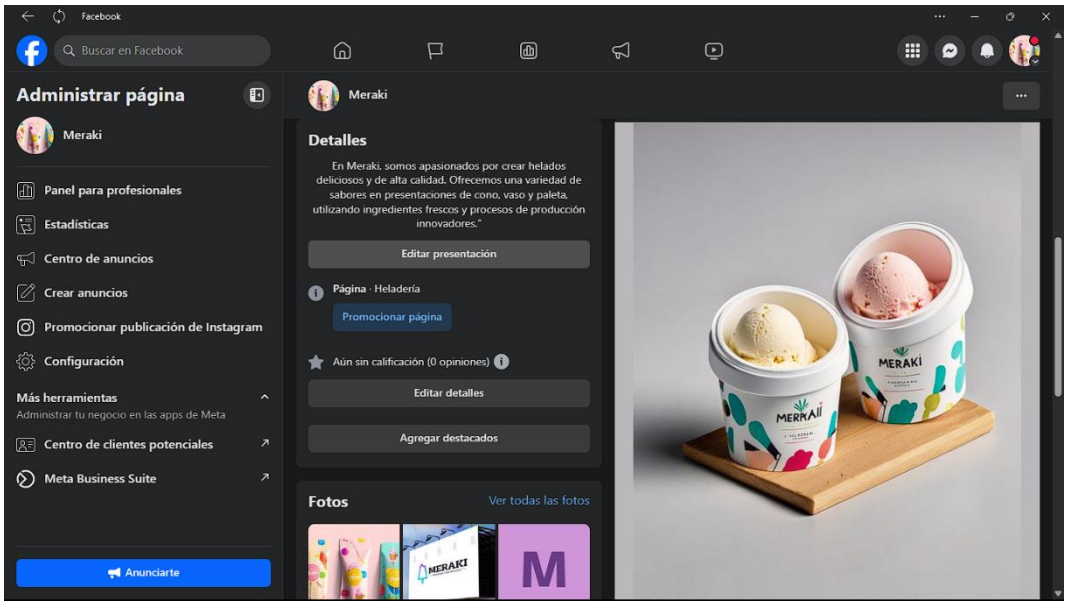
Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: looka.com

Figura25
Tarjetas de presentación

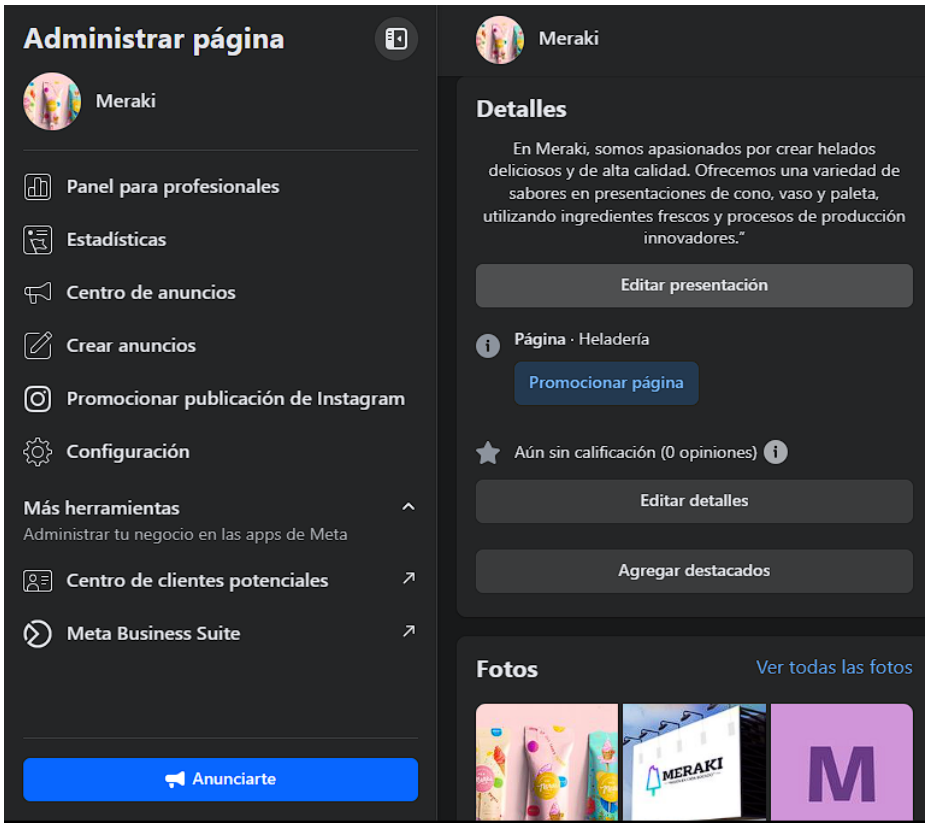


Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: looka.com

Figura26
Redes sociales Facebook







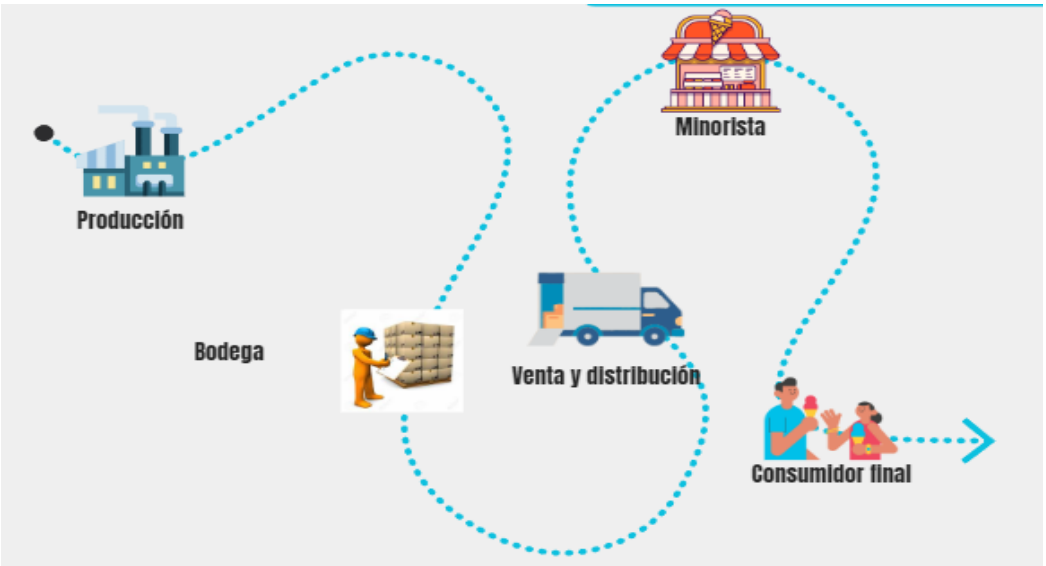
Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Pagina de Facebook, Meraki.

5.3.9. Canales de distribución

Definir la forma en la que se va a distribuir el producto ayudara a que se comercialice en gran parte del mercado por lo que es esencial tener un canal claro que se acople a la cadena de valor.

El canal de distribución será directamente al minorista y el a su vez se encargará de vender el producto al consumidor final, este canal es beneficioso para la idea de negocio porque se gana por volumen de venta, aunque por unidades no es significativa la ganancia, vendiendo el producto en altas cantidades la utilidad es buena.

Figura 27
Canales de distribución



Nota: Tipos de canales de distribución

Según los datos obtenidos de Callejero de Ecuador y Tiendeo, en la ciudad de Guaranda existen alrededor de 86 tiendas y distribuidores comerciales, esta red de puntos de venta abarca una diversidad de sectores, entre los que se incluyen supermercados, bazares, y tiendas especializadas en productos locales, estas tiendas representan el mercado objetivo en el que se van a distribuir los productos.

5.4. Estudio técnico

El Estudio Técnico es una evaluación detallada de los aspectos técnicos y operativos necesarios para llevar a cabo el proyecto, este estudio abarca la capacidad de producción de la empresa, localización, proceso productivo, diagrama de bloques, flujograma del proceso productivo y requerimiento de maquinaria, así como la distribución y diseño de la planta, el objetivo es asegurar que el proyecto sea técnicamente viable y que se cuenten con los recursos y capacidades adecuadas para su implementación.

5.4.1. Capacidad de producción de la empresa

La cantidad que se produzca está dada en base al tamaño del proyecto y después de realizar un análisis del mercado se puede determinar el volumen de producción por lo que la adquisición de materia prima, insumos y maquinaria estará sujeta a esta información que se detallara durante la propuesta del proyecto.

Tabla 28
Plan de producción de helados

Productos		**Semanal**	**Mensual**	**Anual**
Helado de chocolate	Cono	109	436	5226
	Paleta	112	447	5368
	Vaso (100 ml)	20	80	960
Helado de vainilla	Cono	109	436	5226
	Paleta	112	447	5368
	Vaso (100 ml)	20	80	960
Helado de chicle	Cono	109	436	5226
	Paleta	112	447	5368
	Vaso (100 ml)	20	80	960
Helado de taxo	Cono	109	436	5226
	Paleta	112	447	5368
	Vaso (100 ml)	20	80	960
Helado de Mora	Cono	109	436	5226
	Paleta	112	447	5368
	Vaso (100 ml)	20	80	960
Helado de Frutilla	Cono	109	436	5226
	Paleta	112	447	5368
	Vaso (100 ml)	22	80	962
Total		**1446**	**5777**	**69326**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

La capacidad productiva de la empresa será de 1446 helados semanales, 5777 helados mensuales y 69326 helados anuales, también nos permite conocer que el proceso productivo es semanal es decir 5 días laborables.

5.4.2. Localización

El proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Guaranda, ubicada en la provincia de Bolívar, Ecuador, después de un análisis se han identificado dos posibles ubicaciones para el establecimiento del proyecto, la selección de la ubicación óptima se realizará mediante un método de puntuación que considera diversos factores críticos para el éxito del proyecto.

Local 1:

- **Ubicación:** C223+7X7 Guaranda, Centro de Capacitaciones SNGR
- **Ventajas:**
    - Espacio adecuado para la elaboración del producto
    - Edificación con áreas requeridas
- **Desventajas:**
    - Vías de acceso difíciles y estrechas
    - Problemas con el ruido

Local 2:

- **Ubicación:** Coordenadas Este -1.591189, Oeste -79.002197 Dirección: calle Sucre y Azuay esquina, junto al CNE a una cuadra del parque central.
- **Ventajas:**
    - Vías de acceso adecuadas para camiones de materia prima
    - Edificaciones en buen estado
    - Instalaciones del municipio disponibles para alquiler a un precio favorable
    - Servicios básicos y divisiones adecuadas
    - Bodegas amplias
- **Desventajas:**
    - Ubicación más alejada del centro de la ciudad
    - Menor concurrencia de personas

Comparación y Evaluación de Locales:

Tabla 29
Localización

Factor	Peso	Local 1		Local 2	
		Calif.	**Total**	**Calif.**	**Total**
Servicios Básicos	0.20	3	0.60	4	0.80
Infraestructura	0.25	3	0.75	4	1.00
Localización	0.20	3	0.60	2	0.40
Vías de acceso	0.15	2	0.30	4	0.60
Seguridad	0.10	2	0.20	5	0.50
Cercanía institucional	0.10	1	0.10	3	0.30
Total	**1.00**		**2.55**		**3.60**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Basado en esta evaluación, se ha determinado que el Local 2 es la opción óptima para establecer la fábrica de jabones orgánicos, debido a sus mejores vías de acceso, infraestructura adecuada, y disponibilidad de servicios básicos, a pesar de estar un poco más alejado del centro de la ciudad.

5.4.3. Proceso productivo

Tabla 30
Proceso productivo

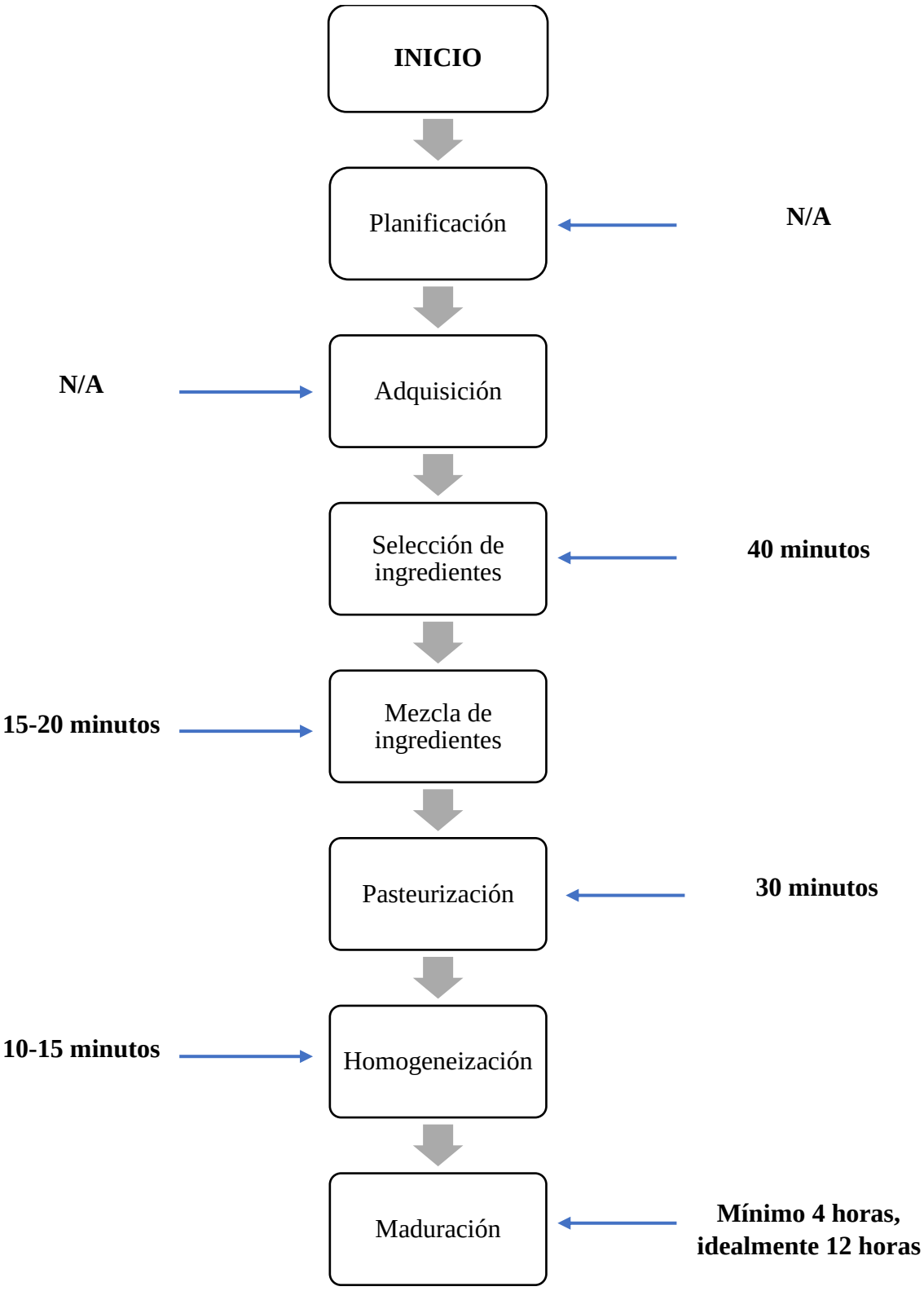
Proceso	Tiempo	Descripción	Instrucciones
Planificación	N/A	Se define la estrategia productiva, cantidad de producción, adquisición de insumos, así como las metas comerciales. También se planifican las ventas y distribución, además del presupuesto y logística.	Reunión con el Gerente General, jefe de Producción.
Adquisición	N/A	Se adquieren los ingredientes necesarios como leche, azúcar, estabilizantes, colorantes y sabores, además de materiales para los envases y moldes. Se asegura el aprovisionamiento constante según las necesidades de producción.	Compra de ingredientes necesarios
Selección de ingredientes	40 minutos	Selección de ingredientes frescos y de alta calidad, incluyendo estabilizantes y emulsionantes.	Verificar la calidad y frescura de todos los ingredientes.
Mezcla de Ingredientes	15-20 minutos	Mezcla uniforme de todos los ingredientes.	1. En una batidora industrial, mezclar leche entera y nata. 2. Añadir azúcar y sólidos de leche en polvo y mezclar bien. 3. Incorporar estabilizantes y emulsionantes.
Pasteurización	30 minutos	Calentamiento y enfriamiento de la mezcla para eliminar patógenos y asegurar la seguridad del producto.	1. Calentar la mezcla a 85°C y mantener durante 25-30 segundos. 2. Enfriar rápidamente a 4°C.
Homogeneización	10-15 minutos	Rompe los glóbulos de grasa para distribuirlos uniformemente, mejorando la textura del helado.	Pasar la mezcla por una homogeneizadora a una presión de 150-200 bares.

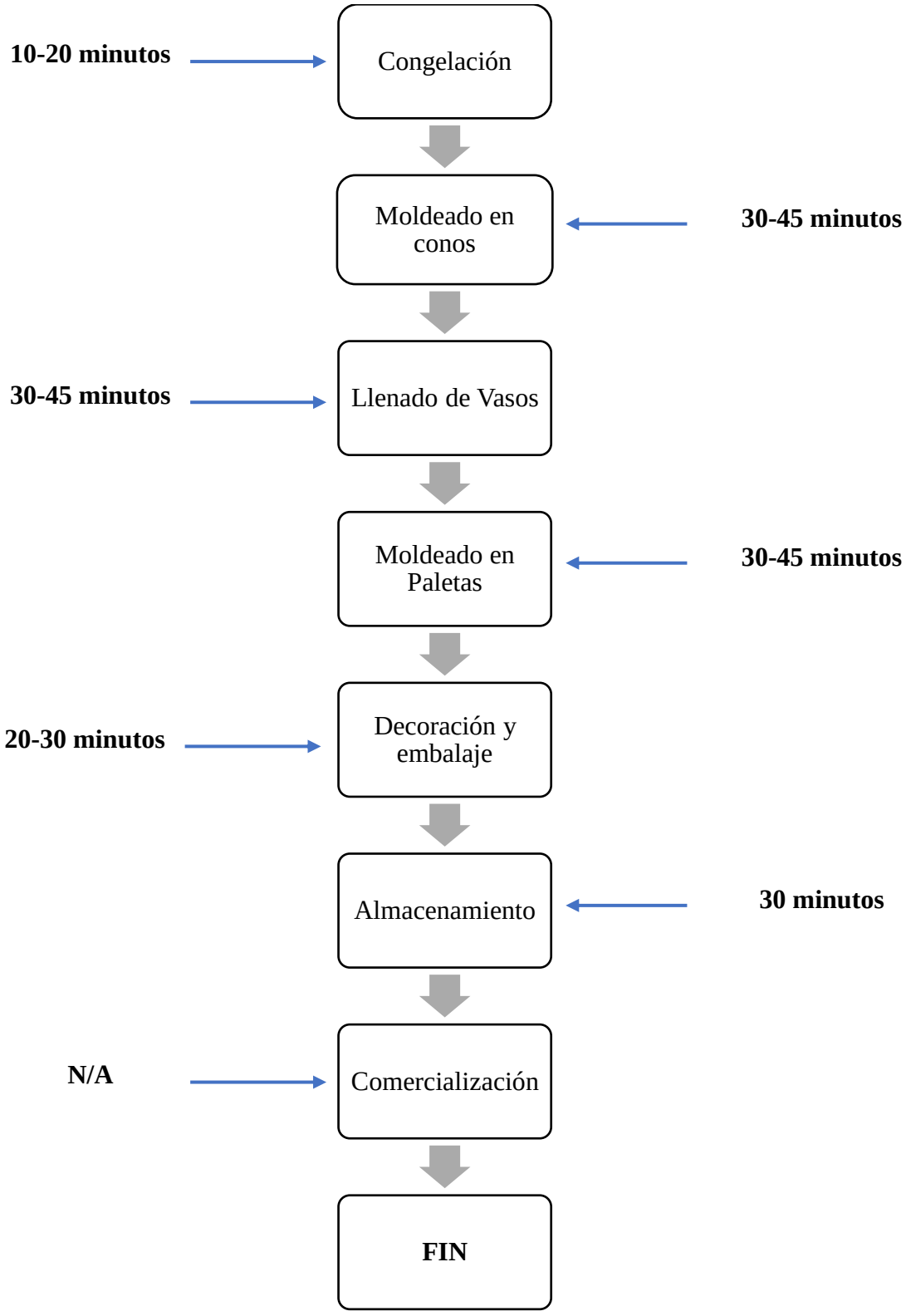
Maduración	Mínimo 4 horas, idealmente 12 horas	Permite que los ingredientes se integren completamente y que los estabilizantes actúen, mejorando la textura y el sabor.	Mantener la mezcla refrigerada a 4°C durante 4-12 horas.
Congelación	10-20 minutos	Congelación parcial y aireación de la mezcla para crear una textura suave y cremosa.	Pasar la mezcla por una máquina de congelación continua que enfría y airea simultáneamente.
Moldeado en Cono	30-45 minutos	La mezcla de helado parcialmente congelada se coloca en moldes de cono y se congela completamente.	1. Colocar la mezcla en moldes de cono. 2. Congelar en un túnel de congelación.
Llenado de Vasos	30-45 minutos	La mezcla de helado se vierte en vasos preparados y se congela.	1. Verter la mezcla en vasos. 2. Congelar en un túnel de congelación.
Moldeado en Paletas	30-45 minutos	Verter la mezcla en moldes de paleta, insertar palitos y congelar completamente.	1. Verter la mezcla en moldes de paleta. 2. Insertar palitos y congelar en un túnel de congelación.
Decoración y Embalaje	20-30 minutos	Decoración de helados con salsas, nueces, o chispas de chocolate, y embalaje en envases adecuados.	1. Decorar los helados. 2. Embalar en envases adecuados para su distribución.
Almacenamiento	30 minutos	Almacenamiento a temperaturas adecuadas para mantener la calidad del helado hasta su distribución.	Almacenar el helado en congeladores a -20°C o menos.
Comercialización	N/A	Los helados se distribuyen a los puntos de venta mediante vehículos refrigerados.	El equipo de ventas trabaja en la comercialización de los productos, y el equipo de marketing en estrategias de promoción y publicidad.

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.4.4. Diagrama de bloques

Figura 28
Diagrama de bloques





Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Tabla 31

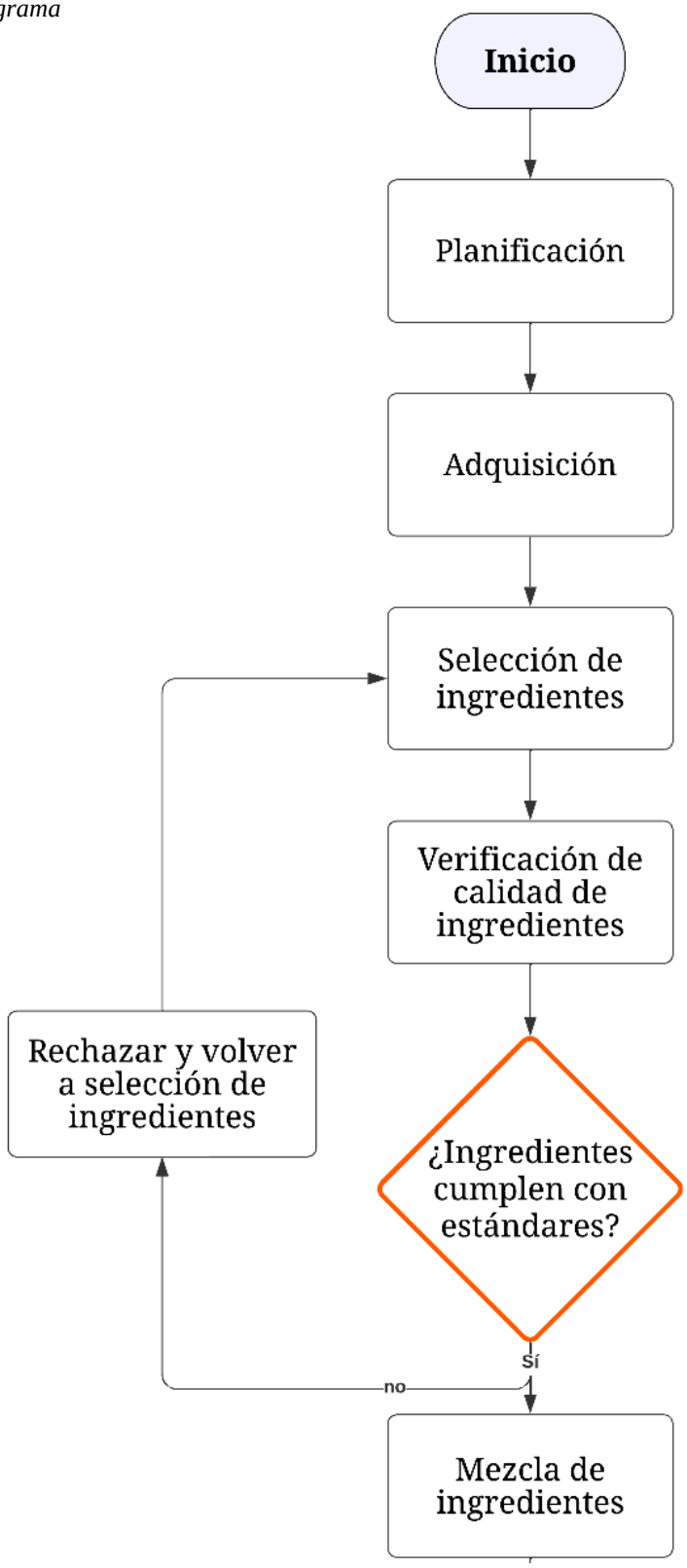
Recurso humano y material de cada proceso

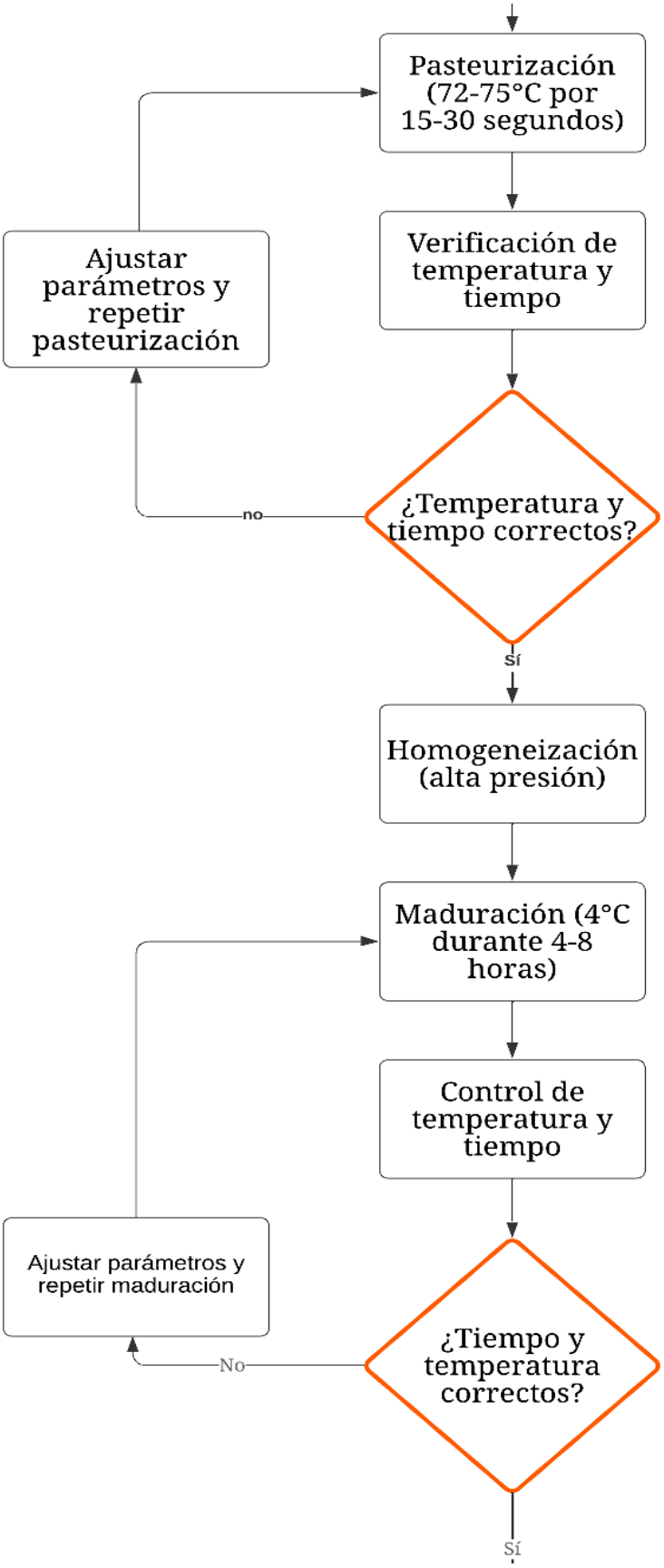
Proceso	Recurso Humano	Recurso Material
Planificación	Gerente General, jefe de Producción.	Software de planificación, bases de datos de proveedores y clientes.
Adquisición	Departamento Administrativo, jefe de Producción.	Sistemas de gestión de inventario, transporte y proveedores de ingredientes.
Selección de ingredientes	Operarios de producción, jefe de Producción.	Mesas de selección, básculas.
Mezcla de ingredientes	Operarios de producción.	Mezcladoras industriales, batidora, medidores.
Pasteurización	Operarios de producción.	Pasteurizadores industriales, termómetros.
Homogeneización	Operarios de producción.	Homogeneizadores industriales.
Maduración	Operarios de producción.	Tanques de maduración refrigerados.
Congelación	Operarios de producción.	Congeladores.
Moldeado en conos	Operarios de producción, jefe de Producción.	Máquinas automáticas de moldeado, conos.
Llenado de vasos	Operarios de producción, jefe de Producción.	Máquinas llenadoras de vasos, vasos de plástico.
Moldeado en paletas	Operarios de producción, jefe de Producción.	Moldes de paletas, máquinas de paletización, palitos para paletas.
Decoración y embalaje	Operarios de producción.	Equipos de decoración, cintas transportadoras, materiales de embalaje (cartón, plástico).
Almacenamiento	Operarios de producción, departamento Administrativo.	Congelador, sistemas de gestión de inventario.
Comercialización	Jefe de Ventas, equipo de ventas y marketing, distribuidores.	Vehículos refrigerados, sistemas de distribución, material publicitario.

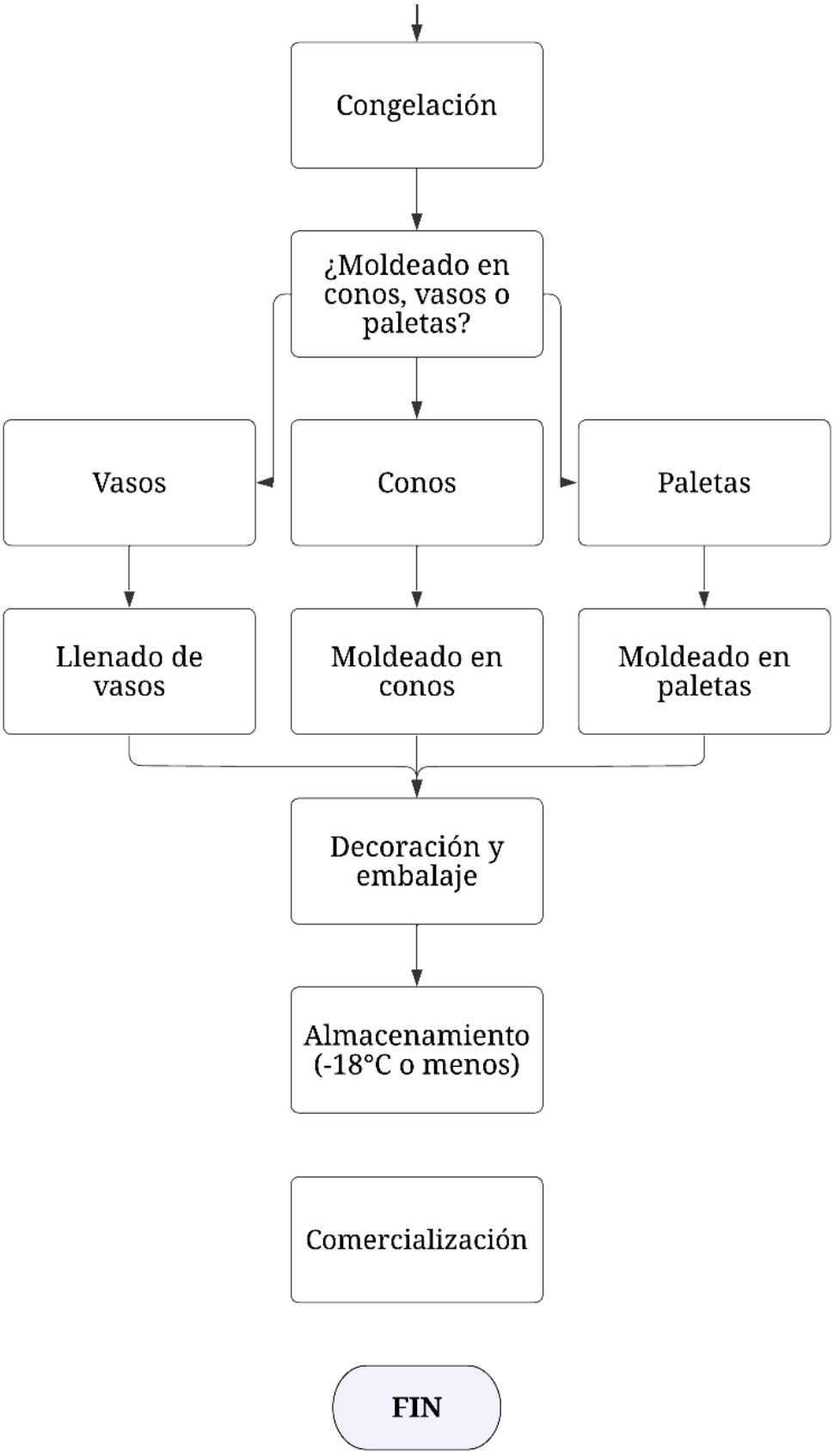
Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.4.5. Flujograma del proceso productivo

Figura 29
Flujograma




Pasteurización (72-75°C por 15-30 segundos)
Verificación de temperatura y tiempo
¿Temperatura y tiempo correctos?
no
Ajustar parámetros y repetir pasteurización
Sí
Homogeneización (alta presión)
Maduración (4°C durante 4-8 horas)
Control de temperatura y tiempo
¿Tiempo y temperatura correctos?
No
Ajustar parámetros y repetir maduración
Sí



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.4.6. Requerimiento de maquinaria

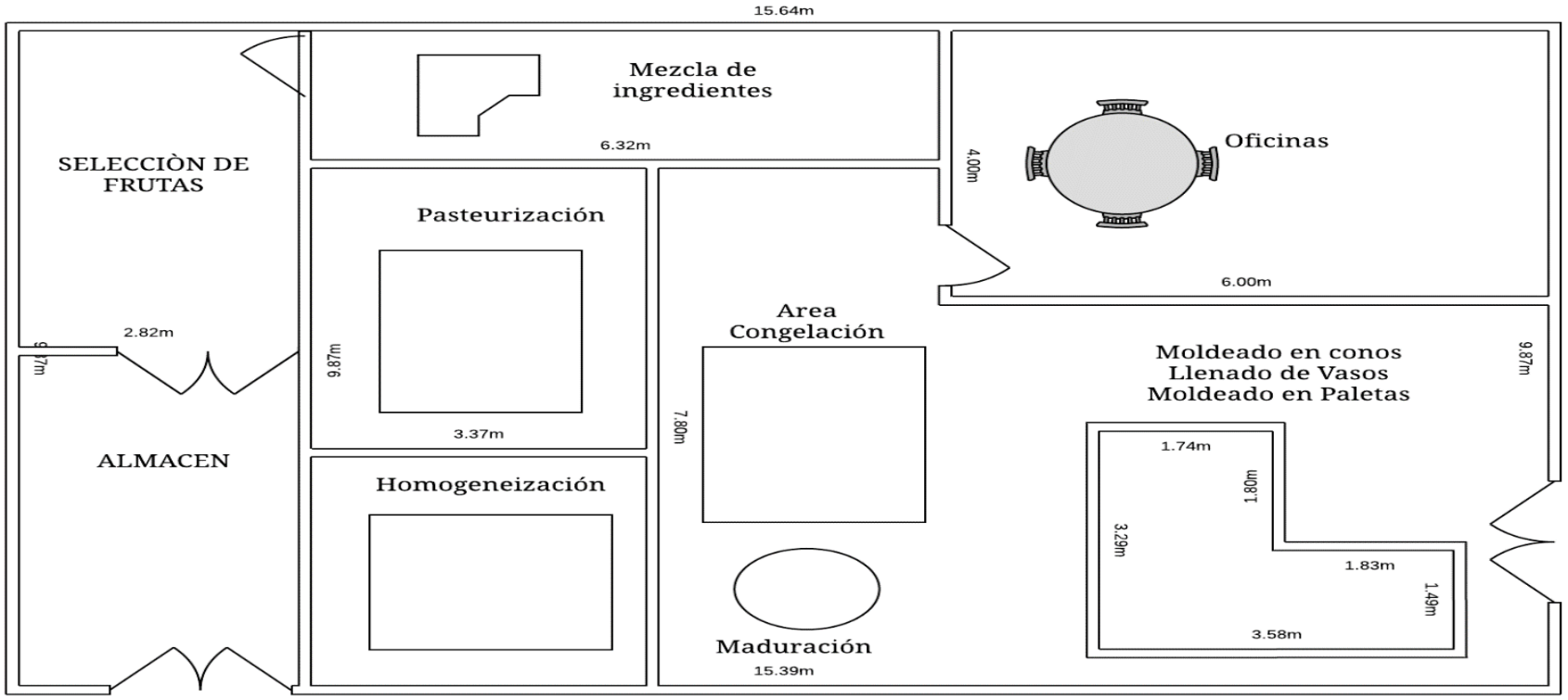
Tabla 32
Requerimiento de maquinaria

Nombre de la Maquinaria	Características	Capacidad	Tipo de Energía	Dimensiones (cm)	País de Origen
Balanza digital industrial	Pesa ingredientes con precisión.	50 kg	Eléctrica (220V)	80 x 60 x 120	China
Mezcladora industrial	Mezcla ingredientes de manera uniforme.	50 litros	Eléctrica (220V)	100 x 80 x 150	Italia
Pasteurizador	Elimina bacterias y patógenos de la mezcla.	50 litros	Eléctrica (220V)	80 x 60 x 130	Alemania
Homogeneizador	Rompe glóbulos de grasa para una textura suave.	50 litros	Eléctrica (220V)	60 x 50 x 100	Francia
Tanque de maduración	Almacena la mezcla a temperatura controlada.	50 litros	Eléctrica (110V)	70 x 50 x 120	Estados Unidos
Mantecadora continua	Congela y bate la mezcla de helado.	25 litros/hora	Eléctrica (220V)	120 x 80 x 180	Italia
Máquina de helados	Realiza la mezcla final del helado	10 helados cada 15 minutos0 conos/minuto	Eléctrica (220V)	50 x 40 x 90	España
Congelador industrial	Almacena helados a temperatura muy baja.	500 litros	Eléctrica (220V)	180 x 150 x 130	Alemania

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.4.7. Distribución y diseño de planta

Figura 30
Distribución y diseño de planta



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: Lucid.app

5.5. Estudio administrativo organizacional

5.5.1. Nombre de la empresa

Helados Meraki S.A

Eslogan “Pasión en cada bocado”

Imagotipo

Figura 31
Imagotipo



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.
Nota: looka.com

5.5.2. Giro

Producción y comercialización de helados

5.5.3. Misión

Producir y ofrecer helados de alta calidad, utilizando ingredientes locales y naturales, que deleiten a nuestros clientes y contribuyan al desarrollo económico de la ciudad, creando valor para nuestros empleados, proveedores y la comunidad.

5.5.4. Visión

Para el año 2028, ser la empresa líder en la producción y distribución de helados en la ciudad, reconocida por la calidad y variedad de sus productos, así como por su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo comunitario.

5.5.5. Nombre de la marca

MERAKI

5.5.6. Objetivos de la empresa

a) Alcanzar una participación del 30% en el mercado local de helados para el año 2028.

b) Fortalecer el reconocimiento de marca para el año 2028, mediante campañas publicitarias y estrategias de marketing efectivas.

5.5.7. Tramites constitución

Requisitos para la creación de un Registro Único de Contribuyeses.

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

5. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec

2. Ingresar a SRI en línea
3. Ingresar número de identificación y clave
4. Escoger la opción inscripción
5. Aceptar términos y condiciones
6. Ingresar información general del contribuyente
7. Ingresar medios de contacto
8. Ingresar dirección de domicilio
9. Ingresar dirección del establecimiento matriz
10. Ingresar actividades económicas
11. Ingresar actividad económica principal
12. Resumen información ingresada
13. Confirmación de inscripción de RUC

Aspectos Tributarios

Obligaciones con el Servicio de Rentas Internas (SRI):

El SRI, es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El pago del impuesto a la Renta se lo realiza anualmente y tiene vigencia desde el 1ro de enero al 31 diciembre.

Requisitos para forma una sociedad anónima en Ecuador.

1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros www.supercias.gob.ec

2. Seleccionar la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS.

3. Presionar la opción CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA.

4. Ingresar su usuario y contraseña.

5. Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.

6. Ingresar la información en el formulario SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales.

7. Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.

8. Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.

9. Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.

5.5.8. Socios y sus aportes

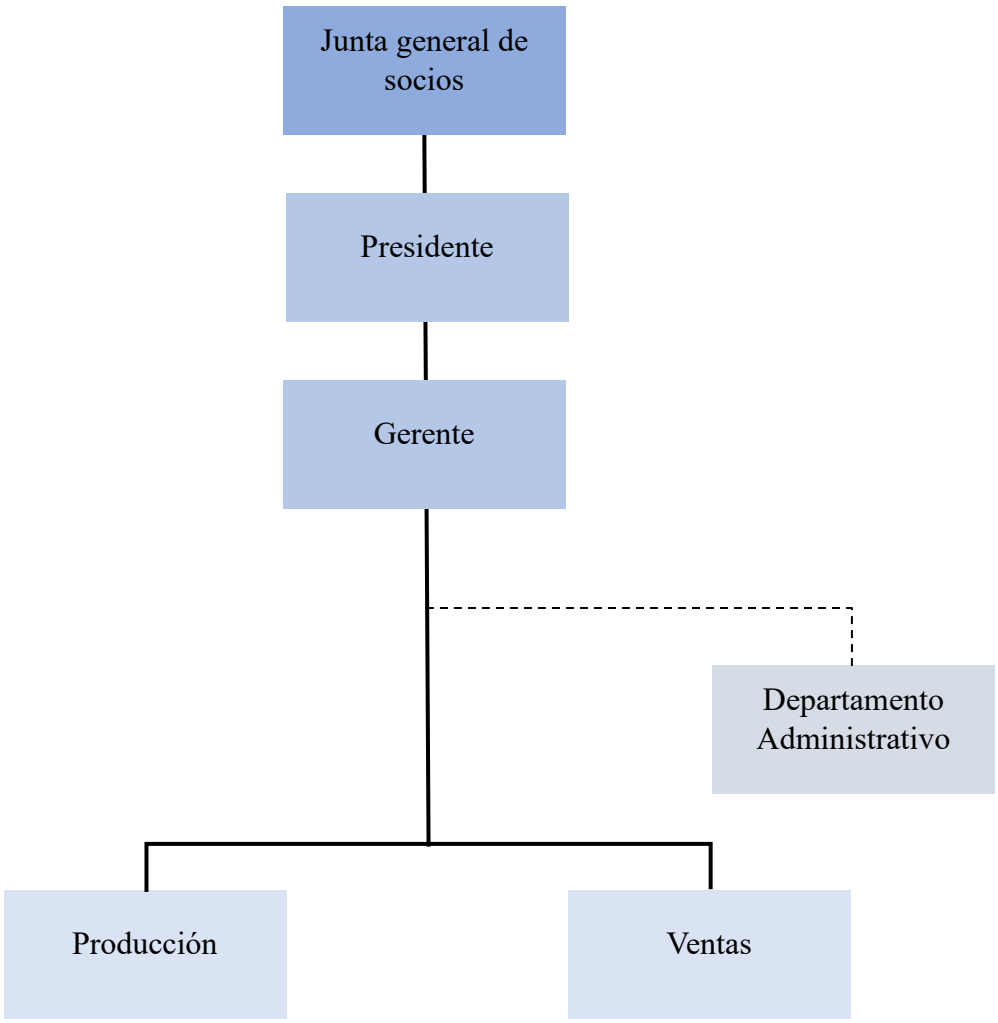
Tabla 33
Aporte de accionistas

Aporte accionistas						
Nº	Nombre y apellidos	C.I.	Efectivo	Bienes	Total	Porcentaje
1	Matthew Santamaria Alarcon	0202149365	$ 2.350.00	$ 3.000.00	$ 5.350.00	63%
2	Fredy Armijo Monar	0202499547	$ 900.00	$ 1.000.00	$ 1.900.00	22%
3	Antonella Chaves Villavicencio	1719056655	$ 701.88	$ 500.00	$ 1.201.88	14%
	Total		$ 3.951.88	$ 4.500.00	$ 8.451.88	100%

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.5.9. Organigrama estructural

Figura 32
Organigrama estructural



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.5.10. Funciones del organigrama estructural

1. Junta General de Socios

Funciones:

a) **Aprobación de estados financieros:** Aprobar balances y resultados económicos anuales de la empresa. *(Art. 181, Ley de Compañías de Ecuador)*

b) **Decisión sobre ampliaciones de capital:** Aprobar la emisión de nuevas acciones o capitalización de utilidades. *(Art. 155, Ley de Compañías)*

c) **Aprobación de proyectos estratégicos:** Revisar y aprobar planes de expansión o inversión como la compra de maquinaria para la producción.

d) **Reestructuración de la empresa:** Decidir sobre fusiones, escisiones o liquidaciones de la compañía. *(Art. 171, Ley de Compañías)*

e) **Nombramiento de la Gerencia General:** Designar al Gerente General o Director Ejecutivo. *(Art. 177, Ley de Compañías)*

f) **Revisión de políticas empresariales:** Establecer políticas corporativas de calidad y sostenibilidad para la producción de helados.

g) **Control y fiscalización interna:** Asegurar el adecuado control interno y auditoría de los procesos productivos.

h) **Distribución de utilidades:** Determinar el reparto de utilidades entre los accionistas. *(Art. 98, Código de Trabajo del Ecuador)*

i) **Definir políticas salariales:** Asegurar que los empleados reciban remuneraciones adecuadas según la legislación vigente. *(Art. 55, Código de Trabajo del Ecuador)*

j) **Resolución de conflictos internos:** Actuar como órgano de apelación en caso de disputas o desacuerdos entre socios o directivos.

2. Presidente

Funciones:

a) **Representación legal:** Actuar como el representante legal de la empresa frente a terceros y autoridades. *(Art. 19, Ley de Compañías)*

b) **Supervisión de la Gerencia General:** Vigilar el desempeño del Gerente General para asegurar que los objetivos estratégicos se cumplan.

c) **Planificación estratégica:** Desarrollar estrategias de crecimiento y diversificación de productos, como la introducción de nuevos sabores de helado.
d) **Asegurar el cumplimiento normativo:** Garantizar que la empresa cumpla con todas las normativas relacionadas con la producción de alimentos. *(Reglamento Sanitario para Alimentos Procesados)*
e) **Fortalecer relaciones con proveedores clave:** Establecer alianzas estratégicas con proveedores de insumos críticos como leche y frutas.
f) **Incentivar la innovación:** Promover la investigación y desarrollo de nuevos productos y procesos productivos en la empresa.
g) **Aprobación de presupuestos:** Participar en la aprobación de presupuestos y asegurar el uso eficiente de los recursos.
h) **Desarrollo de la cultura empresarial:** Fomentar un ambiente laboral basado en valores de respeto, innovación y sostenibilidad.
i) **Velar por la sostenibilidad:** Definir políticas de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad medioambiental.
j) **Facilitar la comunicación interna:** Promover canales eficientes de comunicación entre los departamentos.

3. Gerente General

Funciones:

a) **Administración general:** Coordinar y supervisar las operaciones diarias de la empresa. *(Art. 171, Ley de Compañías)*
b) **Elaboración de presupuestos:** Desarrollar y gestionar el presupuesto anual de la empresa.
c) **Control de producción:** Asegurar que la producción de helados cumpla con los estándares de calidad y volumen previstos.
d) **Implementación de normas de seguridad:** Garantizar la seguridad industrial en la planta de producción. *(Normas del Ministerio de Salud y Trabajo)*
e) **Contratación de personal:** Seleccionar y contratar personal clave para áreas operativas y administrativas.

f) **Cumplimiento de regulaciones laborales:** Asegurar que los trabajadores gocen de todos sus derechos laborales, como seguridad social y beneficios de ley. *(Art. 42, Código de Trabajo)*

g) **Control financiero:** Revisar y aprobar los informes financieros mensuales.

h) **Coordinación interdepartamental:** Fomentar la colaboración entre producción, ventas y administración para alcanzar los objetivos de la empresa.

i) **Optimización de recursos:** Identificar oportunidades para reducir costos sin afectar la calidad del producto.

j) **Gestión de crisis:** Desarrollar planes de contingencia para posibles problemas, como fallos en la cadena de suministro o problemas de maquinaria.

4. Departamento Administrativo

Funciones:

a) **Manejo contable:** Registrar todas las operaciones financieras de la empresa conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

b) **Gestión de nóminas:** Elaborar las nóminas y pagos a los empleados. *(Art. 55, Código de Trabajo del Ecuador)*

c) **Control de inventarios:** Supervisar los inventarios de materias primas e insumos para la producción.

d) **Control de costos:** Analizar los costos operativos y buscar oportunidades de ahorro.

e) **Gestión de facturación:** Asegurar la emisión y registro correcto de las facturas de ventas y compras.

f) **Cumplimiento fiscal:** Presentar declaraciones tributarias y asegurar el pago de impuestos según la ley. *(Código Tributario)*

g) **Manejo de contratos laborales:** Elaborar contratos laborales conforme a las normativas legales.

h) **Supervisión de compras:** Gestionar la compra de insumos y suministros para la producción.

i) **Relaciones con proveedores:** Mantener relaciones efectivas con proveedores locales e internacionales.

j) **Auditoría interna:** Revisar periódicamente los procesos administrativos para evitar irregularidades.

5. Departamento de Producción

Funciones:

a) **Planificación de la producción:** Organizar los turnos y recursos para asegurar la producción.
b) **Supervisión del control de calidad:** Asegurar que los helados cumplan con los estándares de calidad establecidos.
c) **Mantenimiento de maquinaria:** Coordinar el mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas. *(Reglamento de Seguridad Industrial)*
d) **Cumplimiento de normas sanitarias:** Asegurar que la planta cumpla con las normas de inocuidad alimentaria. *(Art. 9, Reglamento Sanitario)*
e) **Gestión de residuos:** Implementar políticas de manejo adecuado de residuos. *(Normativa Ambiental)*
f) **Optimización de procesos:** Mejorar continuamente los procesos para aumentar la eficiencia y reducir los tiempos de producción.
g) **Formación del personal:** Capacitar al personal en el manejo de maquinaria y buenas prácticas de manufactura.
h) **Control de stock de insumos:** Asegurar que siempre haya suficiente stock de insumos críticos para la producción.
i) **Innovación en productos:** Desarrollar nuevas fórmulas o sabores de helados según las tendencias del mercado.
j) **Seguridad ocupacional:** Promover una cultura de seguridad en el trabajo, siguiendo las normativas vigentes.

6. Departamento de Ventas

Funciones:

a) **Elaboración de estrategias comerciales:** Desarrollar planes de ventas para introducir los helados en nuevos mercados.
b) **Gestión de canales de distribución:** Supervisar las rutas de distribución para optimizar la entrega de productos.
c) **Atención al cliente:** Establecer un canal de atención al cliente para recibir sugerencias y reclamos.

d) **Análisis del mercado:** Realizar estudios de mercado para identificar nuevas oportunidades de negocio.
e) **Negociación con distribuidores:** Negociar condiciones favorables con minoristas.
f) **Fijación de precios:** Definir estrategias de precios en función de los costos y la competencia. *(Art. 29, Ley de Defensa de Competencia)*
g) **Desarrollo de promociones:** Crear campañas de promoción para aumentar las ventas de helados.
h) **Control de ventas:** Registrar y analizar las ventas diarias para ajustar las estrategias en tiempo real.
i) **Capacitación de personal de ventas:** Formar al equipo de ventas para mejorar sus habilidades de negociación.
j) **Relaciones públicas:** Fortalecer la imagen de la marca Meraki en medios de comunicación y redes sociales.

5.6. Estudio económico

El estudio financiero de un proyecto empresarial es esencial para evaluar su viabilidad económica y financiera, un análisis detallado de costos, proyecciones financieras, evaluación de riesgos y criterios de evaluación son fundamentales para tomar decisiones informadas y garantizar la rentabilidad del proyecto a lo largo del tiempo.

5.6.1. Costo total

Los costos son gastos necesarios para la producción o adquisición de bienes y servicios en una empresa, comprender los diferentes tipos de costos y su impacto en la rentabilidad es esencial para la gestión financiera eficaz y la toma de decisiones estratégicas, a continuación, se presentará el cuadro general de costos de este proyecto.

Tabla 34
Cuadro general de costos

Cuadro general de costos					
Concepto	**Referencia**		**Parcial**		**Total**
1 Costo de producción				**$**	**18.131.21**
Materia prima	Anexo 4	$	2.440.00		
Materiales	Anexo 5	$	2.966.00		
Insumos	Anexo 6	$	1.617.56		
Mano de obra directa	Anexo 7	$	7.223.84		
Depreciación		$	2.153.81		
Amortización		$	290.00		
Arriendo		$	1.440.00		
2 Costo de administración				**$**	**10.490.40**
Sueldos y salarios	Anexo 8	$	9.422.40		
Útiles de aseo	Anexo 9	$	108.00		
Servicios básicos	Anexo 10	$	960.00		
3 Costo de venta				**$**	**1.817.90**
Útiles de oficina	Anexo 11	$	17.90		
Publicidad	Anexo 12	$	1.320.00		
Fletes	Anexo 13	$	480.00		
4 Costo financiero				**$**	**7.570.21**
Intereses		$	7.570.21		
Costo total				**$**	**38.009.72**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El cuadro refleja que el costo total del proyecto al primer año es de $38.009.72 mismo que servirá más adelante para calcular el capital de trabajo y proyectar la utilidad en el flujo de fondos, los costos están dados en base a la cantidad producida anualmente.

5.6.2. Inversión

La inversión son todos los recursos que necesitan para implementar el proyecto, estos recursos son materiales e inmateriales, el cuadro de inversión está compuesto por Inversión fija (tangible), inversión intangible, y capital de trabajo.

Tabla 35
Cuadro de inversión

Descripción	Referencia	Parcial	Total	
Inversión fija			**$**	**21.784.50**
Maquinaria	Anexo 13	$ 19.930.00		
Equipos	Anexo 14	$ 265.00		
Muebles y enseres	Anexo 15	$ 560.00		
Equipo de computo	Anexo 16	$ 920.00		
Equipos de oficina	Anexo 17	$ 109.50		
Inversión intangible			**$**	**1.450.00**
Seguro		$ 950.00		
Permisos de funcionamiento		$ 200.00		
Estudios		$ 300.00		
Capital de trabajo			**$**	**2.501.88**
Total			**$**	**25.736.38**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El cuadro de Inversión refleja una inversión en propiedad, planta y equipo de $21.784.50 y una inversión intangible de $1.450.00 además se calcula un capital de trabajo de $2.501.88 estos rubros suman la cantidad total de $25.736.38

5.6.3. Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de un activo fijo por motivo del uso y el paso del tiempo, a continuación, se procederá a realizar la depreciación de todos los activos que constan el cuadro de inversión como “Inversión Tangible”.

Tabla 36
Depreciación de inversión tangible

Depreciación								
			Años					
Rubros	**Valor inicial**	**Vida útil**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Valor residual**
Maquinaria	$ 19.930.00	10	$ 1.793.70	$1.793.70	$1.793.70	$1.793.70	$1.793.70	$ 10.961.50
Equipos	$ 265.00	10	$ 23.85	$ 23.85	$ 23.85	$ 23.85	$ 23.85	$ 145.75
Muebles y enseres	$ 560.00	10	$ 50.40	$ 50.40	$ 50.40	$ 50.40	$ 50.40	$ 308.00
Equipo de computo	$ 920.00	3	$ 276.00	$ 276.00	$ 276.00			$ 92.00
Equipos de oficina	$ 109.50	10	$ 9.86	$ 9.86	$ 9.86	$ 9.86	$ 9.86	$ 60.23
Total	**21675**		**$ 2.153.81**	**$2.153.81**	**$2.153.81**	**$1.877.81**	**$1.877.81**	**$ 11.567.48**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El presente cuadro de depreciaciones refleja el valor residual de cada uno de los activos y cuál será el valor de los activos al final del proyecto, lo cual da un total acumulado de $11.567.48, además presenta el rubro de depreciación que está en el cuadro de costos correspondiente al año 1 que es $2.153.81.

5.6.4. Amortización de intangibles

La amortización es la disminución del valor de los activos intangibles, a continuación, presentamos el valor de esas amortizaciones.

Tabla 37
Amortización de inversión intangible

			Años				
Rubros	**Valor Inicial**	**%**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Seguro	950	20%	190	190	190	190	190
Permisos De Funcionamiento	200	20%	40	40	40	40	40
Estudios	300	20%	60	60	60	60	60
Total	**1450**		**290**	**290**	**290**	**290**	**290**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

La amortización anual de los activos intangibles es de 290 dólares, monto que será trasladado al cuadro de costos.

5.6.5. Estructura del financiamiento

Para conocer como está financiado un proyecto primero se debe realizar un cuadro de aporte de capital de los socios o accionista, este dará como resultado cual es el capital disponible para cubrir la inversión, si la inversión supera el capital disponible, la diferencia debe ser financiada por terceros, estos pueden ser entidades bancarias, accionistas nuevos entre otras fuentes de financiación, para este proyecto se financiará esa diferencia por medio de un crédito con una entidad financiera.

Tabla 38
Financiamiento de la inversión

Financiamiento de la inversión					
Fuente	Fija	Intangible	C. T	Total	%
Accionistas	$ 4.500.00	$ 1.450.00	$ 2.501.88	$ 8.451.88	33%
Crédito	$ 17.284.50	$ -		$ 17.284.50	67%
total				$ 25.736.38	100%

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El 33% de la Inversión del proyecto será cubierta con capital propio y el 67% será financiado a crédito, monto que corresponde a $17.284.50

5.6.6. Tabla de amortización de la deuda

Esta tabla nos ayuda a detallar cuanto y como se ira pagando la deuda adquirida para financiar la inversión.

Tabla 39
Amortización de la deuda

Condiciones del crédito		
Monto (D)	$	17.284.50
Tasa (i)		15%
Plazo (N)		3
Cuota fija		$7.570.21

Tabla de amortización de la deuda							
Nro		**Deuda**		**Interés**		**Amortización**	**Cuota fija**
0	$	17.284.50					$7.570.21
1	$	12.306.96	$	2.592.68	$	4.977.54	$ 7.570.21
2	$	6.582.79	$	1.846.04	$	5.724.17	$ 7.570.21
3	$	-0.00	$	987.42	$	6.582.79	$ 7.570.21

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

La tabla de amortización de la deuda presenta la cantidad que se deberá pagar anualmente al banco que realizo el préstamo para financiar la inversión, además el monto de interés del primer año va al cuadro de costo como “costo financiero”, la deuda se terminara de pagar al tercer año del proyecto.

5.6.7. Estructura de costos

La estructura de costos permite determinar que costos son fijos es decir que se mantienen constantes independientemente de la cantidad producida, y cuales costos variaran en base a la producción.

Tabla 40
Estructura de costos

Estructura de costos		
Concepto	**Costo fijo**	**Costo variable**
Materia prima		$ 2.440.00
Materiales		$ 2.966.00
Insumos		$ 1.617.56
Mano de obra directa	$ 7.223.84	
Depreciación	$ 2.153.81	
Amortización	$ 290.00	
Arriendo	$ 1.440.00	
Sueldos y salarios	$ 9.422.40	
Útiles de aseo		$ 108.00
Servicios básicos	$ 960.00	
Útiles de oficina		$ 17.90
Publicidad	$ 1.320.00	
Fletes	$ 480.00	
Intereses	$ 7.570.21	
Total	$ 30.860.26	$ 7.149.46

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El cuadro refleja que los costos fijos ascienden a $30.860.26 y los costos variables serán de $7.149.46.

5.6.8. Determinación de ingresos

Los ingresos que se generen se los obtendrán multiplicando la cantidad de helados producidos de cada presentación de helado por el precio propuesto respectivamente, como cono en $1.06, paleta $0.64 y vaso (100 ml) $0.45 así se totalizara el ingreso anual.

Formula de ingresos:

INGRESOS = PVP*Cantidad producida

Tabla 41
Cuadro de Ingresos

Producto	**Cantidades**	**PVP**	**V. Total**
Cono	31354	$ 1.06	$ 33.235.14
Paleta	32207	$ 0.64	$ 20.612.16
Vaso 100 ml	5766	$ 0.40	$ 2.306.27
Total	**69326**		**$ 56.153.57**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Los ingresos ascienden a $56.153.57, los helados de cono dan un ingreso de $33.235.14, los de paleta $20.612.16 y los de vaso $2.306.27 estos montos nos ayudaran a definir el punto de equilibrio y el flujo de fondos.

5.6.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquella cantidad de producción que nos permite generas unos ingresos iguales a los costos y la utilidad es cero.

Tabla 42
Punto de equilibrio

Datos	
Cantidad producida	69326
Costo total	$38.009.72
Costos Variable	$7.149.46
Costo Fijo	$30.860.26
Ingresos	$56.153.57

Margen de contribución ponderada.			
	Cono	**Paleta**	**Vaso**
Precio de venta	$ 1.06	$ 0.64	$ 0.40
CV Unitario	$ 0.10	$ 0.10	$ 0.10
MC	$ 0.96	$ 0.54	$ 0.30
% participación	45%	46%	8%
MC Ponderado	$ 0.43	$ 0.25	$ 0.02
	Total	**$**	**0.71**

Punto de Equilibrio Dolàres

$$\textbf{Pe\$}= \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\textbf{Pe\$}= \frac{30860.26}{1 - \frac{\$\ 7.149.46}{\$56.153.57}}$$

$$\textbf{Pe\$}= \frac{30860.2578}{1 - 0.12731978}$$

$$\textbf{Pe\$}= \frac{30860.2578}{0.87268022}$$

Pe$= $35.362.62

Punto de Equilibrio
Cantidades/Unidades

$$\textbf{PeQ}= \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Sumatoria MCP.}}$$

$$\textbf{PeQ}= \frac{30860.26}{\$ \quad 0.71}$$

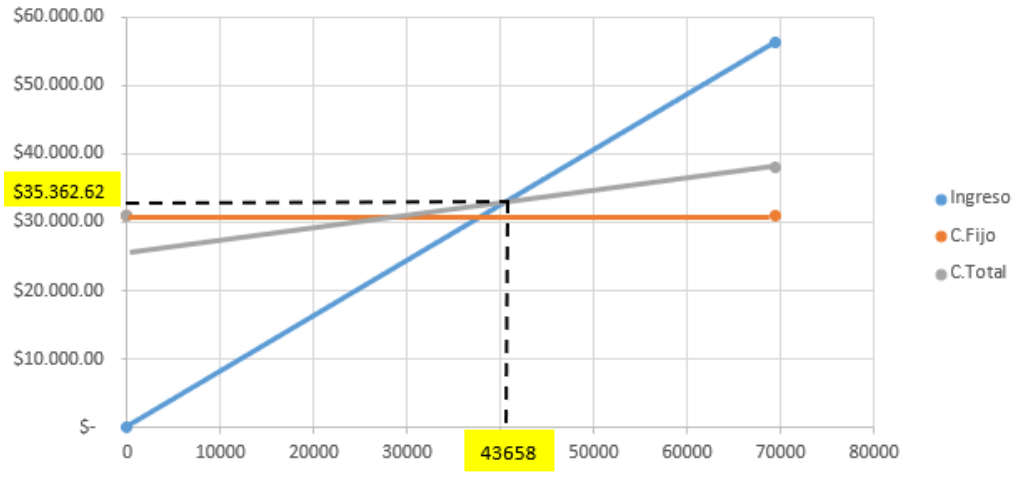
$$\textbf{PeQ}= \textbf{43658}$$

Punto de Equilibrio por tipo de helado				
	Cono	**Paleta**	**Vaso**	**Total**
	19745	20282	3631	43658
$	15.993.35	$16.428.25	$ 2.941.02	**$ 35.362.62**

Comprobación				
	Cono	**Paleta**	**Vaso**	**Total**
Ventas	$15.993.35	$16.428.25	$ 2.941.02	$35.362.62
Menos CV	$ 2.036.27	$ 2.091.64	$ 374.45	$ 4.502.36
MCP total				$30.860.26
Costos fijos				$30.860.26
Utilidad				$ -

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Figura 33
Punto de equilibrio



Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Para tener un punto de equilibrio es necesario vender unidades, 19745 de cono, 20282 de paleta y 3631 de vaso, correspondiente a $35.362.62, divididos en $15.993.35 de cono, $16.428.25 de paleta y $2.941.02 de vaso.

5.6.10. Estado de resultados

Este estado representa la utilidad o perdida de un periodo determinado.

Tabla 43
Estado de resultados

	Helados Meraki S.A		
	Estado de resultados del 1 de enero al 31 de diciembre 2024		
+	**Ventas netas/ingresos**		$56.153.57
-	Costo de producción	$18.131.21	
-	Costo administrativo	$10.490.40	
-	Costo de ventas/producción	$1.817.90	
-	Costos financieros	$7.570.21	
=	**Utilidad o perdida antes de imp**		$18.143.85
-	15% trabajadores		$2.721.58
=	**Utilidad o perdida antes de imp ren**		$15.422.27
-	22% impuesto a la renta		$3.392.90
=	**Utilidad del ejercicio**		$12.029.37

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El cuadro refleja una utilidad de $12.029.37 de utilidad en el primer periodo, lo que muestra un resultado positivo y atractivo para generar inversión.

5.6.11. Estado de situación financiera

Este estado detalla la situación financiera de la empresa con detalle de *activos,* deudas (pasivos) y patrimonio que tiene la empresa.

Tabla 44
Estado de situación inicial.

HELADOS MERAKI S.A					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE 2024					
Activo				**Pasivo**	
Activo corriente		$ 2.501.88	Crédito	Tabla 31 Tabla de Amortización	$ 17.284.50
Bancos Capital de trabajo	$ 2.501.88				
Activo intangible		$ 1.450.00		**Patrimonio**	
Seguros	$ 950.00		Accionistas	Tabla 30 Financiamiento Propio-Préstamo	$ 8.451.88
Permisos	$ 200.00		Utilidad	Tabla 37 Estado de Resultados	$ 12.029.37
Estudios	$ 300.00				
Amortización	$ 290.00	$ 290.00	Total, Patrimonio		$ 6.008.07
Activo Fijo		$ 21.784.50			
Maquinaria	$ 19.930.00				
Equipos Y Materiales	$ 265.00				
Muebles Y Enseres	$ 560.00				
Equipo De Computo	$ 920.00				
Equipo De Oficina	$ 109.50				
Depreciación	$ 2.153.81	$ 2.153.81			
Total, Activo		**$ 23.292.57**		**Total**	**$ 23.292.57**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

5.6.12. FLUJO DE EFECTIVO

Este estado proyecta el posible comportamiento de los ingresos generados y como estos en un futuro generaran una ganancia o pérdida para la empresa, dependiendo de la tasa de crecimiento prevista.

Tabla 45
Flujo de fondos

HELADOS MERAKI S.A						
Flujo de Fondos de Efectivo						
	Año 0	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ingreso		$56.153.57	$57.838.18	$59.573.32	$61.360.52	$63.201.34
Valor Residual						$11.567.48
Costo		$38.009.72	$39.150.01	$40.324.51	$33.262.07	$34.259.93
Costo Producción		$18.131.21	$18.675.14	$19.235.40	$19.812.46	$20.406.83
Costo Administrativo		$10.490.40	$10.805.11	$11.129.27	$11.463.14	$11.807.04
Costo Venta		$ 1.817.90	$ 1.872.44	$ 1.928.61	$ 1.986.47	$ 2.046.06
Costo Financiero		$ 7.570.21	$ 7.797.32	$ 8.031.24	$ -	$ -
Utilidad Bruta		$18.143.85	$18.688.17	$19.248.81	$28.098.45	$40.508.88
0.15		$ 2.721.58	$ 2.803.22	$ 2.887.32	$ 4.214.77	$ 6.076.33
Utilidad Operacional		$15.422.27	$15.884.94	$16.361.49	$23.883.68	$34.432.55
0.22		$ 3.392.90	$ 3.494.69	$ 3.599.53	$ 5.254.41	$ 7.575.16
Utilidad Neta		$12.029.37	$12.390.25	$12.761.96	$18.629.27	$26.857.39

Depreciación		$ 2.153.81	$ 2.153.81	$ 2.153.81	$ 1.877.81	$ 1.877.81
Amortización		$ 290.00	$ 290.00	$ 290.00	$ 290.00	$ 290.00
Inversión Fija	$-21.784.50					
Intangible	$ -1.450.00					
Capital de Trabajo Bancos	$ -2.501.88					
Recuperación Capital de Trabajo Bancos						$ 2.501.88
Amortización Crédito		$ 4.977.54	$ 5.724.17	$ 6.582.79		
Flujo Fondos	**$-25.736.38**	**$ 9.495.64**	**$ 9.109.89**	**$ 8.622.97**	**$20.797.08**	**$31.527.07**

Nota: Elaborado por Fredy Armijo & Matthew Santamaria

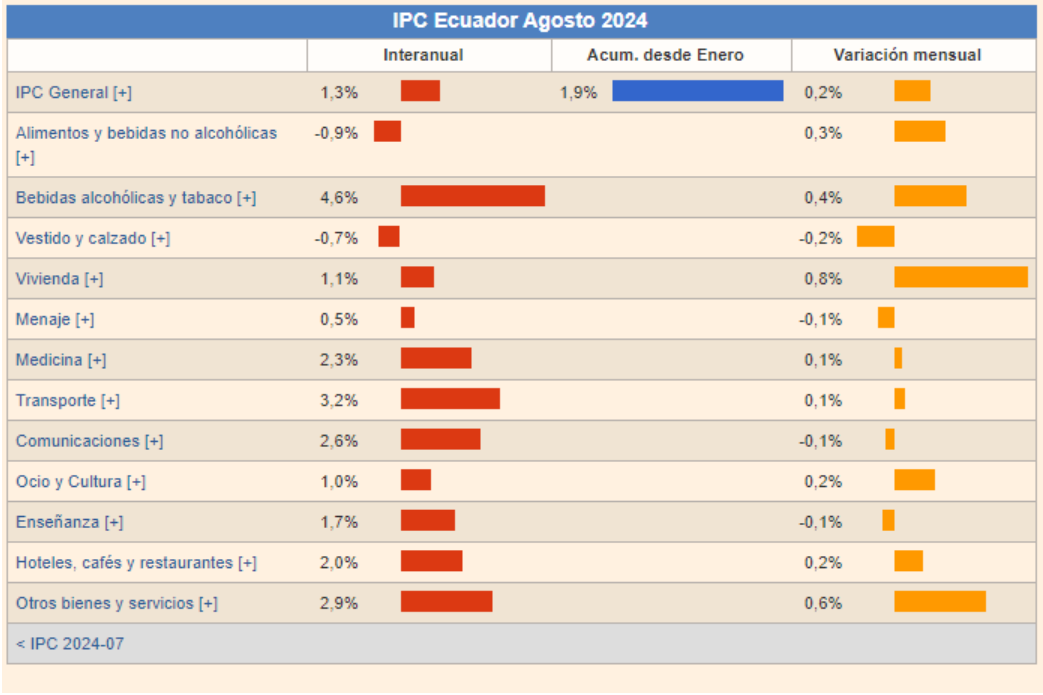
Se proyecta un crecimiento del 3% en los próximos 5 años lo que arroja un flujo de fondos para el quinto año de $31.527.07, la utilidad a partir del año 4 es mayor debido a que al final del año 3 se cancela el crédito.

5.6.13. Tasa De Rendimiento Mínima Aceptada (TREMA)

TREMA es la tasa porcentual que el inversionista desea obtener por su inversión.

Figura 34

Tasa de inflación Ecuador Agosto 2024



IPC Ecuador Agosto 2024			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	1,3%	1,9%	0,2%
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	-0,9%		0,3%
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	4,6%		0,4%
Vestido y calzado [+]	-0,7%		-0,2%
Vivienda [+]	1,1%		0,8%
Menaje [+]	0,5%		-0,1%
Medicina [+]	2,3%		0,1%
Transporte [+]	3,2%		0,1%
Comunicaciones [+]	2,6%		-0,1%
Ocio y Cultura [+]	1,0%		0,2%
Enseñanza [+]	1,7%		-0,1%
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	2,0%		0,2%
Otros bienes y servicios [+]	2,9%		0,6%
< IPC 2024-07			

Nota: *Datosmacro.com*

Tabla 46

La tasa de rendimiento mínima aceptable TREMA

TREMA=	Tasa de inflación + premio al riesgo + (Tasa de inflación*premio al riesgo)
TREMA=	**15.73%**

Inversionista	% de Aportación	TREMA	Ponderados
Inversionista	33%	17.22%	0.0565616
Banco	67%	15%	0.1007289
Total	**1**		**0.1572905**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

La TREMA es la tasa mínima de rendimiento que un inversor está dispuesto a aceptar antes de iniciar un proyecto. Para este plan de negocios, la TREMA es del 15.73%, lo que significa que cualquier rendimiento inferior a esta tasa no sería considerado atractivo.

5.6.14. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) sirve para valorar la rentabilidad de una inversión en unidades monetarias. Para ello, se actualizan los cobros y los pagos que se producirán a lo largo de la inversión y se calcula la diferencia entre ellos.

Valor actual neto VAN

$$\textbf{VAN=}\ -\text{Valor inicial} + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^{1}} \quad \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^{2}} \quad \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^{3}} \quad \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^{4}} \quad \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^{5}}$$

$$\textbf{VAN=}\ -25736.3771 + \frac{9495.640263}{(1+0.16)^{1}} + \frac{9109.89079}{(1+0.16)^{2}} + \frac{8622.973143}{(1+0.16)^{3}} + \frac{20797.07837}{(1+0.16)^{4}} + \frac{31527.06962}{(1+0.16)^{5}}$$

$$\textbf{VAN=}\ -25736.3771 + \frac{9495.640263}{1.16} + \frac{9109.89079}{1.3456} + \frac{8622.973143}{1.560896} + \frac{20797.07837}{1.81063936} + \frac{31527.06962}{2.100341658}$$

$$\textbf{VAN=}\ -25736.3771 + 8205.061795 + 6801.87077 + 5563.266213 + 11593.98516 + 15186.98698$$

VAN= $ 21.614.79

Para tomar decisiones por medio del VAN, cuando este es positivo, es decir se obtiene un valor de $21.614.79 dólares, significa que el proyecto es viable económicamente.

5.6.15. La Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR, es la tasa de rentabilidad total del proyecto, además es la tasa que le convierte al VAN en cero.

Analizando en base al VAN y la TIR, si el Van es ´positivo y TIR será mayor a la TREMA por lo tanto el ´proyecto es rentable económicamente, para realizar el cálculo de la Tir se utiliza el método de aproximaciones sucesivas por lo que calculamos el VAN negativo para lo cual se eleva la TREMA, obteniéndose el valor de – 424.85 dólares, con lo cual se calcula la TIR.

Calculo del VAN2

VAN 2= -Valor inicial + $\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$ $\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$ $\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$ $\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$ $\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$

VAN 2= -25736.37712 + $\frac{9495.64}{(1+0.41)^1}$ + $\frac{9109.89}{(1+0.41)^2}$ + $\frac{8622.97}{(1+0.41)^3}$ + $\frac{20797.08}{(1+0.41)^4}$ + $\frac{31527.07}{(1+0.41)^5}$

VAN 2= -25736.37712 + $\frac{9495.6403}{1.51}$ + $\frac{9109.8908}{2.2801}$ + $\frac{8622.9731}{3.442951}$ + $\frac{20797.07837}{5.19885601}$ + $\frac{31527.07}{7.8502726}$

VAN 2= -25736.37712 + 6734.4966 + $4.582.21 + $3.076.09 + $ 5.261.70 + $5.657.02

VAN 2= $ -424.85

Cálculo de TIR

$$\textbf{TIR} = 16\%+(40\%-16\%) * \frac{21614.794}{28938.421-(-296.292)}$$

$$\textbf{TIR} = 40\% * \frac{21614.794}{22039.648}$$

$$\textbf{TIR} = 40\% * 0.9807232$$

$$\textbf{TIR} = 40.20618\%$$

La TIR es el rendimiento esperado del proyecto. En este caso, la TIR es del 40%, lo que supera ampliamente la TREMA, sugiriendo que el proyecto es altamente rentable y supera las expectativas mínimas de retorno.

Comprobación TIR

$$\textbf{VAN 3=}\ \text{-Valor inicial} + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^{\wedge}1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^{\wedge}2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^{\wedge}3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^{\wedge}4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^{\wedge}5}$$

$$\textbf{VAN 3=}\ -25736.37712 + \frac{9495.64}{(1+0.40)^{\wedge}1} + \frac{9109.89}{(1+0.40)^{\wedge}2} + \frac{8622.97}{(1+0.40)^{\wedge}3} + \frac{20797.08}{(1+0.40)^{\wedge}4} + \frac{31527.07}{(1+0.40)^{\wedge}5}$$

$$\textbf{VAN 3=}\ -25736.37712 + \frac{9495.6403}{1.4} + \frac{9109.8908}{1.96} + \frac{8622.9731}{2.744} + \frac{20797.07837}{3.8416} + \frac{31527.07}{5.37824}$$

VAN 3= -25736.37712 + 6772.6259 + $4,634.24 + $3,128.64 + $ 5,381.88 + $5,818.99

VAN 3= $ 0

Al resultar un VAN de 0 utilizando el porcentaje TIR se puede apreciar que los flujos de efectivo menos la inversión inicial es nulos y el valor obtenido de las operaciones anteriores es correcto.

5.6.16. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Tabla 47
Periodo de recuperación de la inversión PRI

Año	FFNE			
0	-25736.38			
1	9495.64			
2	9109.89	18605.53	-7130.85	0.8269591
3	8622.97		8622.97	
4	20797.08			
5	31527.07			

Año	Meses		Días		Horas	
2	12	0.8269591				
2	9.923509152					
2	9		30	0.9235092		
2	9		27.70527456			
2	9		27		24	0.70527456
2	9		27		16.93	
2	**9**		**27**		**16**	

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

El PRI mide el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. Para este plan, el PRI es de 2 año, 9 meses, 27 días y 16 horas, lo que refleja un tiempo de recuperación relativamente corto, minimizando el riesgo asociado a la inversión.

5.6.17. Relación costo beneficio

Año	Ingreso	Costo	TREMA
1	56153.57	38009.72	
2	57838.18	39150.01	
3	59573.32	40324.51	16%
4	61360.52	33262.07	
5	74768.81	34259.93	

Ingresos

$$\mathbf{RBC=}\ \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^{\wedge}1} \quad \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^{\wedge}2} \quad \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^{\wedge}3} \quad \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^{\wedge}4} \quad \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^{\wedge}5}$$

$$\mathbf{RBC=}\ \frac{56153.57}{(1+0.16)^{\wedge}1} + \frac{57838.18}{(1+0.16)^{\wedge}2} + \frac{59573.32}{(1+0.16)^{\wedge}3} + \frac{61360.52}{(1+0.16)^{\wedge}4} + \frac{74768.81}{(1+0.16)^{\wedge}5}$$

$$\mathbf{RBC=}\ \frac{56153.569}{1.16} + \frac{57838.176}{1.3456} + \frac{59573.321}{1.560896} + \frac{61360.521}{1.8106394} + \frac{74768.811}{2.1003417}$$

$$\mathbf{RBC=}\ 48521.58 + 43184.689 + 38434.799 + 34207.351 + 36017.079$$

$$\mathbf{RBC=}\ 200365.50$$

Costos

$$\textbf{RBC}= \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$$

$$\textbf{RBC}= \frac{38009.72}{(1+0.16)^1} + \frac{39150.01}{(1+0.16)^2} + \frac{40324.51}{(1+0.16)^3} + \frac{33262.07}{(1+0.16)^4} + \frac{34259.93}{(1+0.16)^5}$$

$$\textbf{RBC}= \frac{38009.72}{1.16} + \frac{39150.01}{1.3456} + \frac{40324.51}{1.560896} + \frac{33262.07}{1.8106394} + \frac{34259.93}{2.1003417}$$

RBC= 32843.71 + 29231.23 + 26016.08 + 18542.99 + 16503.44

RBC= 123137.45

RBC= RBCIngresos/RBCCostos

RBC= 200365.50/123137.45

RBC= 1.63

Este indicador compara el valor presente de los beneficios con el valor presente de los costos. Una relación beneficio-costo superior a 1, como se observa en este proyecto, indica que los beneficios superan a los costos, confirmando la viabilidad financiera del proyecto.

CONCLUSIONES

La investigación de mercado muestra una aceptación significativa del producto en la ciudad de Guaranda, los datos revelan una demanda considerable de helados en varias presentaciones y sabores, con una preferencia notable por las presentaciones en cono y paleta.

El estudio administrativo ha identificado una estructura organizacional adecuada centrada en la eficiencia y en la comunicación clara entre los diferentes departamentos del proyecto. esta estructura es crucial para el manejo eficiente de las operaciones y la distribución del producto.

El estudio técnico sugiere que el tamaño del proyecto debe ser escalable y que la ubicación de la planta debe ubicarse en una zona accesible de Guaranda para optimizar la distribución, además, la capacidad de producción propuesta es suficiente para satisfacer la demanda proyectada, asegurando la viabilidad del proyecto.

El análisis financiero demuestra que el proyecto es viable, el costo total del proyecto en el primer año es de $38,009.72, esto incluye costos de producción, costos administrativos, costos de ventas y costos financieros, la inversión total necesaria para el proyecto es de $25,736.38, este monto incluye inversión fija (maquinaria, equipo, mobiliario, etc.), inversión intangible (seguros, permisos, estudios) y capital de trabajo.

Los indicadores financieros proyectan que el valor actual neto (VAN) calculado para el proyecto es de $ 21.614.79 , hecho que indica un resultado positivo,

sugiriendo que el proyecto genere más valor que el costo de la inversión, la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto es de aproximadamente 40%, lo cual es significativamente más alto que la tasa mínima atractiva de retorno (TREMA) de 16%, esto implica que el proyecto es financieramente viable, el período de recuperación de la inversión (PRI) se calcula en 2 años, 9 meses, 27 días y 16 horas, que es relativamente corto, indicando un rápido retorno de la inversión, la relación costo-beneficio se calcula a lo largo de cinco años, teniendo en cuenta los ingresos y los costos de cada año, la relación es favorable esto significa que los beneficios superan a los costos durante el período evaluado.

RECOMENDACIONES

Implementar estrategias de marketing específicas para los sabores más populares, enfocarse en las presentaciones más demandadas (cono y paleta) y considerar promociones y degustaciones para aumentar la aceptación y el reconocimiento del producto.

Definir roles y responsabilidades claras dentro de la estructura organizacional para asegurar una gestión eficiente, considerar la contratación de personal con experiencia en la industria alimentaria y en ventas para fortalecer las áreas clave de la empresa.

Realizar estudios continuos de la ubicación de la planta para asegurar que sigue siendo la más adecuada en términos de logística y costos, asegurarse de que la planta de producción cumpla con todas las normativas de salud y seguridad, y que esté equipada con maquinaria adecuada para la producción eficiente de helados.

Mantener un control riguroso de los costos operativos y buscar oportunidades para reducir gastos sin comprometer la calidad del producto, evaluar opciones de financiamiento con bajas tasas de interés y aprovechar incentivos fiscales disponibles para nuevas empresas.

Ajustar las proyecciones de ingresos y costos regularmente para adaptarse a las condiciones del mercado y minimizar riesgos financieros, implementar un sistema de informes financieros regulares para identificar y mitigar cualquier desviación de los objetivos establecidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Angamarca, R. (24 de Marzo de 2023). *Modelo Canvas para la creación de heladería "PASSION FOR SUGAR" La Pradera.* Obtenido de https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/handle/123456789/442

Arcila, C. Z. (29 de Noviembre de 2021). *Plan de negocios que determine la viabilidad y factibilidad para la implementación de la heladería Karola Ice*. Obtenido de repositorio.unisabaneta.edu.co: http://repositorio.unisabaneta.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/494

Arellano, F. (16 de Febrero de 2023). *"Método Inductivo"*. Obtenido de Significados.com: https://www.significados.com/metodo-inductivo/

Baca, G. (2022). *EVALUACION DE PROYECTOS* . México : McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Brealey, R. A. (2014). *Principles of Corporate Finance.* xx - xx: McGraw-Hill Education.

Castillejo, L. E. (2016). *PLAN DE NEGOCIOS.* Lima: MACRO.

Chaves Villavicencio, A. (5 de junio de 2024). Proceso productivo de helados. (M. K. Santamaria Alarcon, Entrevistador)

CÓDIGO DE COMERCIO. (29 de Mayo de 2019). *CÓDIGO DE COMERCIO.* Obtenido de gob.ec: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (20 de Octubre de 2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.* Obtenido de Ministerio de Defensa Nacional del Ecuador: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

EL VANGUARDISTA ONLINE. (16 de JUNIO de 2023). *VANGUARDISTA ONLINE*. Obtenido de EL SECTOR HELADERO UNO DE LOS MERCADOS CON MAYOR POTENCIAL EN ECUADOR: https://elvanguardistaonline.com/el-sector-heladero-uno-de-los-mercados-con-mayor-potencial-en-ecuador/

Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. (17 de Junio de 2024). *"Método cuantitativo"*. Obtenido de Concepto.de: https://concepto.de/metodo-cuantitativo/

Escarcega, J. (8 de Noviembre de 2023). *Investigación de campo: ¿Qué es y por qué hacerla?* Obtenido de berumen.com.mx: https://berumen.com.mx/investigacion-de-campo-que-es-y-por-que-hacerla/

Espinoza, S. (2010). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. En S. Espinoza, *Los proyectos de inversión: evaluación financiera* (pág. 132). San José : Editorial Tecnologica de Costa Rica.

Ferreira-Herrera, D. C. (xx de xx de 2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Innovación social y solidaridad*, 76 - 77. Obtenido de Cooperativismo

y Desarrollo: http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252Innovación social y solidaridad

Garcia, N. V. (1998). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS.* Bogota: IICA.

González, L. C. (28 de Abril de 2023). *PRODUCCION DE HELADOS INDUSTRIALES* . Obtenido de ria.utn.edu.ar: https://ria.utn.edu.ar/xmlui/handle/20.500.12272/10911

Goyzueta, R. (13 de Diciembre de 2019). *"Estudio De Factibilidad Para Una Planta Industrial De Helados "HELIFRUT S.R.L."*. Obtenido de repositorio.umsa.bo: https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/32788

Hasenhuettl, G. L. (2008). *Food Emulsifiers and Their Applications.* xx - xx: Springer.

Huaroma, J. I. (2014). *Elaboración de helados.* Lima: Empresa Editora Macro EIRL.

Huaroma, J. I. (2014). Elaboración de helados. En J. I. Huaroma, *2.4. HELADOS DE FRUTA* (pág. 19). Lima: Empresa Editora Macro EIRL.

Huaroma, J. I. (2014). Elaboración de helados. En J. I. Huaroma, *2. 1. HELADOS DE CREMA* (pág. 18). Lima: Empresa Editora Macro EIRL.

Hurtado, A. (10 de Agosto de 2023). *Diseño de un plan de negocio para la propuesta de una heladería artesanal en el centro de la ciudad de Guayaquil av. 9 de octubre.* Obtenido de Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar: https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7131

Infoalimenta. (24 de Abril de 2023). *Helado*. Obtenido de Infoalimenta: https://infoalimenta.com/helado/

ISO 22000. (7 de Junio de 2018). *Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos — Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria*. Obtenido de iestpcabana.edu.pe: https://iestpcabana.edu.pe/wp-content/uploads/2021/11/NORMA-ISO-22000.pdf

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money.* xx - xx: Macmillan.

LEY DE COMPAÑIAS. (29 de Diciembre de 2017). *LEY DE COMPAÑIAS.* Obtenido de compraspublicas.gob.ec: https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria. (28 de Abril de 2011). *Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria.* Obtenido de vicepresidencia.gob.ec: https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf

López, J. (5 de Junio de 2020). *Plan de negocios para una empresa de producción y exportación de helados artesanales de frutas tropicales en la ciudad de*

Latacunga-Ecuador. Obtenido de https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7396

Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados: Conceptos esenciales.* México: PEARSON EDUCACIÓN.

Marshall, R. T. (2003). *Ice Cream.* xx - xx: Springer.

McClements, D. J. (2015). *Food Emulsions: Principles, Practices, and Techniques.* Ohio: CRC Press.

Mercado González , E., Gotesr, R., & McDaniel, C. (2016). *Investigación de mercados.* xx - xx: UNIVERSIDAD DE AZUAY.

Mercado González Enrique, G. R. (2016). Investigación de mercados. En G. R. Mercado González Enrique, *Investigación de mercados* (pág. 552).

MINA, L. J. (2022). *MODELO DE NEGOCIO*. Guayaquil: UNIVERSIDAD CASA GRANDE.

Nápoles, R. A. (2016). *Costos 1.* Ciudad de México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Narvaez, M. (17 de Julio de 2018). *Método de investigación cualitativo: Qué es y cómo usarlo.* . Obtenido de QuestionPro.: https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-de-investigacion-cualitativo/

Narvay, J. (24 de Abril de 2023). *Plan de negocio para un emprendimiento de helados en la parroquia Atahualpa perteneciente a la provincia de Santa Elena, año 2022.* Obtenido de Repositorio UPSE: https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9316

Ortega, C. (24 de Diciembre de 2022). *Investigación teórica: Qué es, métodos y ejemplos*. Obtenido de QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-teorica/#:~:text=La%20investigación%20teórica%20es%20el,de%20investigación%20pretende%20aprender%20más.

Osterwalder, A. (2011). Modelo canvas. *Deusto SA Ediciones.*, 2.

PMI (Project Management Institute). (2017). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos.* xx - xx: Project Management Institute.

Pursell, S. (23 de Mayo de 2024). *Qué es un plan de negocios y para qué sirve (+ plantilla)*. Obtenido de Hubspot.es: https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios

REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS. (21 de Febrero de 2013). *REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS.* Obtenido de controlsanitario.gob.ec: https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS.pdf

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.: Una propuesta metodológica.* México : IMCP, 2018.

Rus, E. (1 de Noviembre de 2020). *Investigación exploratoria*. Obtenido de https://economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics.* xx -xx: McGraw-Hill Education.

Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN. (6 de Junio de 2024). *Conoce las Normas que debes tomar en cuenta para garantizar la inocuidad de los alimentos – Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN: https://www.normalizacion.gob.ec/conoce-las-normas-que-debes-tomar-en-cuenta-para-garantizar-la-inocuidad-de-los-alimentos/

Solow, R. M. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. En R. M. Solow, *Review of Economics and Statistics,* (págs. 312-320). xx - xx: xx - xx.

Thompson, I. (2005). La segmentación del mercado. *Promonegocios. net*, 25-35.

Trujillo, K. (12 de Mayo de 2022). *Plan de Negocios Heladería El Bum del Sabor.* Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14469/1/TrujilloMorenoKarenLucia_2022%20..pdf

URBINA, G. B. (2010). EVALUACION DE PROYECTOS Sexta edición. En G. B. URBINA, *Proceso de preparacion y evaluación de proyectos* (págs. 7 - 8). Mexico. D. F.: The McGraw-Hill.

Urquiza, L. S. P., , Rebollar, S. R., & Juárez, N. C. (2020). *Análisis de viabilidad económica para la producción comercial de aguacate Hass.* Mexico D.F: Revista Mexicana de Agronegocios.

Westreicher, G. (1 de Mayo de 2020). *Método deductivo*. Obtenido de QuestionPro.: https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html

Yanez, E. (2 de Diciembre de 2023). *Investigación Descriptiva*. Obtenido de Linkedin.com: https://es.linkedin.com/pulse/investigación-descriptiva-emil-j-yanez-guarecuco-tpsvf

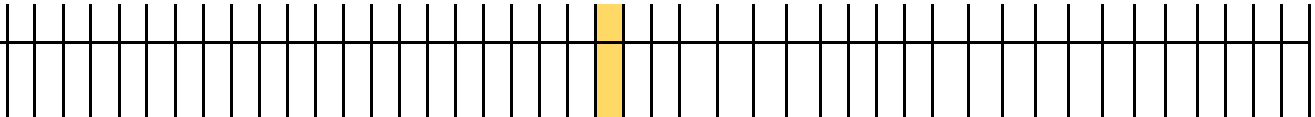
ANEXOS

Anexo 1

Cronograma Tentativo (Gantt)

Nº.	TIEMPO ESTIMADO / ACTIVIDADES	MES 1 MARZO				MES 2 ABRIL				MES 3 MAYO				MES 4 JUNIO				MES 5 JULIO				MES 6 AGOSTO				MES 7 SEPTIEMBRE				MES 8 OCTUBRE				MES 9 NOVIEMBRE				MES 10 DICIEMBRE				MES 11 ENERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	**FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**																																											
2	Tema																																											
3	Descripción del problema																																											
4	Formulación del problema																																											
5	Preguntas de investigación																																											
6	Justificación																																											
7	Objetivos: General y Específicos																																												
8	**MARCO TEÓRICO**																																											
9	Antecedentes																																											
10	Científico																																											

11	Conceptual	
12	Legal	
13	Georreferencial	
14	**METODOLOGÍA**	
15	Tipo de investigación	
16	Enfoque de la investigación	
17	Método de investigación	
18	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos	
19	Universo	
20	Población	
21	Muestra	
22	Procesamiento de la información	
23	Análisis, interpretación y discusión de resultados	
24	Propuesta	

25	Conclusiones	
26	Recomendaciones	
27	Presentación de certificado de validación	
28	Presentación de certificado y captura de Turnitin	
29	Defensa de tesis	
30	Entrega de empastado y CD junto con toda la documentación pertinente	

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria

Anexo 2
Presupuesto

Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Total**
Impresión (100 páginas)	1	$0.10	$10
Materiales de Oficina			
Papel bond	10 resmas	$5	$50
Tinta para impresora	2 cartuchos	$20	$40
Lapiceros	10	$1	$10
Bolígrafos	10	$1	$10
Marcadores	5 unidades	$2	$10
Carpetas	5	$2	$10
Equipos Informáticos			
Computadora portátil	1	$500	$580
Memoria USB	2	$10	$20
Acceso a internet	1 mes	$20	$20
Electricidad	2 mes	$30	$30
Impresiones y Copias			
Impresión del plan de negocios	200 páginas	$0.10	$20
Copias del plan de negocios	10	$1	$10
Impresión y encuadernación del plan de negocios	1 ejemplar	$50	$50
Transporte			
Pasajes de bus (investigación de mercado)	10	$5	$50
SubTotal			$920
Imprevistos 10%			$92
Total			**$1,012**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 3
Formato de encuestas

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA ENCUESTA

Encuesta dirigida a consumidores de helados en Guaranda

Objetivo: Recolectar información del comportamiento de los consumidores sobre gustos y preferencias de helados.

Instrucciones: Leer cuidadosamente las preguntas y responder con Total sinceridad

CUESTIONARIO

Datos informativos

1. **Genero**

Femenino ___ Masculino ___

2. **¿Consume helados?**

Si ___

No ___

3. **¿Los helados de que tipo prefiere?**

Artesanal ___

Industrial ___

4. **¿En qué presentación prefiere?**

Cono ___

Paleta ___

Vaso ___

5. **¿Qué sabores de helado prefiere? (Seleccione todas las opciones que apliquen)**

Chocolate ___

Vainilla ___

Chicle ___

Taxo ___

Mora ___

Frutilla ___

6. **¿Cuántos helados compra usted al mes?**

Sabores	Tipo	Nro
Chocolate	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Vainilla	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Chicle	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Taxo	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Mora	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Frutilla	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	

7. **¿Qué precios paga por estos helados?**

Tipo	Precio
Cono	
Paleta	
Vaso (100 ml)	

8. **¿Por qué medios de comunicación prefiere conocer nuevas ofertas de helados?**

Redes sociales ___

Publicidad en tiendas ___

Publicidad en medios locales ___

Boca a boca ___

9. **¿Dónde compra los helados?**

Tiendas del barrio ___

Heladerías ___

Supermercados ___

Cafeterías ___

Vendedores ambulantes ___

10. **¿Si se implementara una microempresa que elabore y comercialice helados industriales usted estaría dispuesto a adquirirlos?**

Si ___

No ___

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA ENCUESTA

Encuesta dirigida a productores y vendedores de helados en Guaranda

Objetivo: Recolectar información del comportamiento de los productores y vendedores de helados para determinar factores clave de la oferta en el mercado.

Instrucciones: Leer cuidadosamente las preguntas y responder con total sinceridad.

1. **¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?**

_____

2. **¿Cuántas personas trabajan actualmente en su negocio de helados?**

_____

3. **¿Cuántos helados produce en el mes?**

Sabores	Tipo	Nro
Chocolate	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Vainilla	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Chicle	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Taxo	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Mora	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Frutilla	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	

4. **¿Cuál es el precio de los helados que produce?**

Sabores	Tipo	Nro
Chocolate	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Vainilla	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Chicle	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Taxo	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Mora	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	
Frutilla	Cono	
	Paleta	
	Vaso (100 ml)	

5. **¿Qué equipos utiliza para la producción/venta de helados?**

_____

Anexo 4
Materia prima

Detalle	Cantidades	Unidad de medida	Valor unitario	Valor anual
Vaina de vainilla	672	Unid	$ 0.25	$ 168.00
Taxo	480	Unid	$ 0.15	$ 72.00
Mora	140	Kg	$ 10.00	$ 1.400.00
Frutilla	200	Kg	$ 4.00	$ 800.00
		Total		**$ 2.440.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 5
Materiales

Detalle	Cantidades	Unidad de medida	Valor unitario	Valor anual
Cocoa en polvo	60	Kg	$ 4.00	$ 240.00
Crema de leche	204	Litros	$ 1.50	$ 306.00
Sirope de maiz	12	Galon	$ 10.00	$ 120.00
Leche	204	Litros	$ 4.00	$ 816.00
Chicle	200	Kg	$ 3.70	$ 740.00
Azucar	12	Quintal	$ 42.00	$ 504.00
Goma xantana	12	Kg	$ 20.00	$ 240.00
		Total		**$ 2.966.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 6
Insumos

Detalle	Cantidades	**Unidad de medida**	**Valor unitario**	**VALOR ANUAL**
Papel de cono	36582	Unid	$ 0.01	**$ 365.82**
Tapas de cartón	36582	Unid	$ 0.01	**$ 365.82**
Vasos 100 ml	6720	Unid	$ 0.01	**$ 67.20**
Cuchara pequeña	6720	Unid	$ 0.01	**$ 67.20**
Fundas	37576	Unid	$ 0.01	**$ 375.76**
Palos de helado	37576	Unid	$ 0.01	**$ 375.76**
		Total		**$ 1.617.56**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 7
Mano de obra directa

			11.15%	12	460	24	12		9.45%		12
N°	**Cargo**	**Sueldo**	**IESS patronal**	**Décimo 3ro**	**Décimo 4to**	**Vacaciones**	**Fondos de reserva**	**Ingresos brutos**	**IESS personal**	**Pago mes**	**Pago año**
1	Operario	460	51.29	38.33	38.33	19.17	38.33	645.46	43.47	601.99	7223.84

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 8
Sueldos y salarios

N°	**Cargo**	**Sueldo**	**IESS patronal**	**Décimo 3ro**	**Décimo 4to**	**Vacaciones**	**Fondos de reserva**	**Ingresos brutos**	**IESS personal**	**Pago mes**	**Pago año**
1	Gerente	600	66.90	50.00	50.00	25.00	50.00	841.90	56.7	785.20	9422.40

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria

Anexo 9
Útiles de aseo

Detalle	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Desinfectante	1	$ 3.50	$ 42.00
Trapeador	1	$ 2.00	$ 6.00
Escoba	1	$ 2.00	$ 6.00
Recogedor de Basura	1	$ 1.50	$ 6.00
Toallas absorbentes	1	$ 4.00	$ 48.00
Total		**$ 13.00**	**$ 108.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 10
Servicios básicos

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Luz	$ 30.00	$ 360.00
Agua	$ 20.00	$ 240.00
Internet	$ 30.00	$ 360.00
Total	**$ 80.00**	**$ 960.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 11
Útiles de oficina

Detalle	Cantidades	Valor anual
Cuaderno	3	$ 3.60
Esferos	6	$ 2.70
Lápiz	6	$ 1.80
Borrador	3	$ 1.20
Corrector	3	$ 3.60
Resaltador	5	$ 5.00
Total		**17.9**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 12
Costo de publicidad

Redes sociales	Pancartas	Letrero luminoso	Tarjetas	Total, anual
$50	$30	$20	$10	**$1.320**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 13
Requerimiento de Maquinaria

Maquinaria	Cantidad	Costo unitario	Total usd
Balanza digital industrial	2	$ 150.00	$300.00
Mezcladora industrial	4	$ 650.00	$2,600.00
Pasteurizador	2	$1,850.00	$3,700.00
Homogeneizador	2	$1,000.00	$2,000.00
Tanque de maduración	2	$1,500.00	$3,000.00
Mantecadora continua	4	$1,700.00	$6,800.00
Máquina de helados	4	$ 120.00	$480.00
Congelador industrial	3	$ 350.00	$1,050.00
Total maquinaria			**$ 19,930.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 14
Requerimiento de Equipos

Equipos	Cantidad	Costo unitario	Total, usd
Juego de tazones para mezclar	1	$ 10.00	$10.00
Juego de coladores	1	$ 5.00	$5.00
Amasador	1	$ 7.00	$7.00
Cuchillo	4	$ 14.00	$56.00
Olla	3	$ 30.00	$90.00
Moldes para helado	5	$ 10.00	$50.00
Juego de paletas de silicón	1	$ 20.00	$20.00
Taza medidora	2	$ 5.00	$10.00
Extintor	1	$ 40.00	$40.00
Juego de señalética	1	$ 25.00	$25.00
Manguera contra incendios	1	$ 30.00	$30.00
Total, equipos			**$265.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 15
Requerimiento de Muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Costo unitario	Total, usd
Mesón con ruedas	1	$260.00	$260.00
Estante	2	$150.00	$300.00
Total, mobiliario			**$560.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 16
Requerimiento de Equipos de computo

Equipos de computo	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Total, usd**
Computador	1	$800.00	$800.00
Impresora	1	$120.00	$120.00
Total, equipos de computo			**$920.00**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 17
Requerimiento de Equipos de oficina

Equipos de oficina	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Tota l usd**
Silla	2	$12.40	$24.80
Escritorio	2	$30.00	$60.00
Teléfono	1	$24.70	$24.70
Total, **equipos de oficina**			**$109.50**

Elaborado por: Fredy Armijo & Matthew Santamaria.

Anexo 18
Fotos encuestas



Nota: Fotografías que muestran la encueta realizada a productor y vendedor de helados “iglú”.



Nota: Fotografías que muestran la encueta realizada a productora y vendedora de helados “COPO”.

Anexo 19
Certificado de Turnitin

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ECON. RENE MESÍAS VILLACRÉS BORJA EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2024 - 2028", presentado por **Matthew Kevin Santamaria Alarcon y Fredy Xavier Armijo Monar** estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas paso el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta Turnitin reflejando un **porcentaje de similitud del 4%** como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 05 de diciembre del 2024

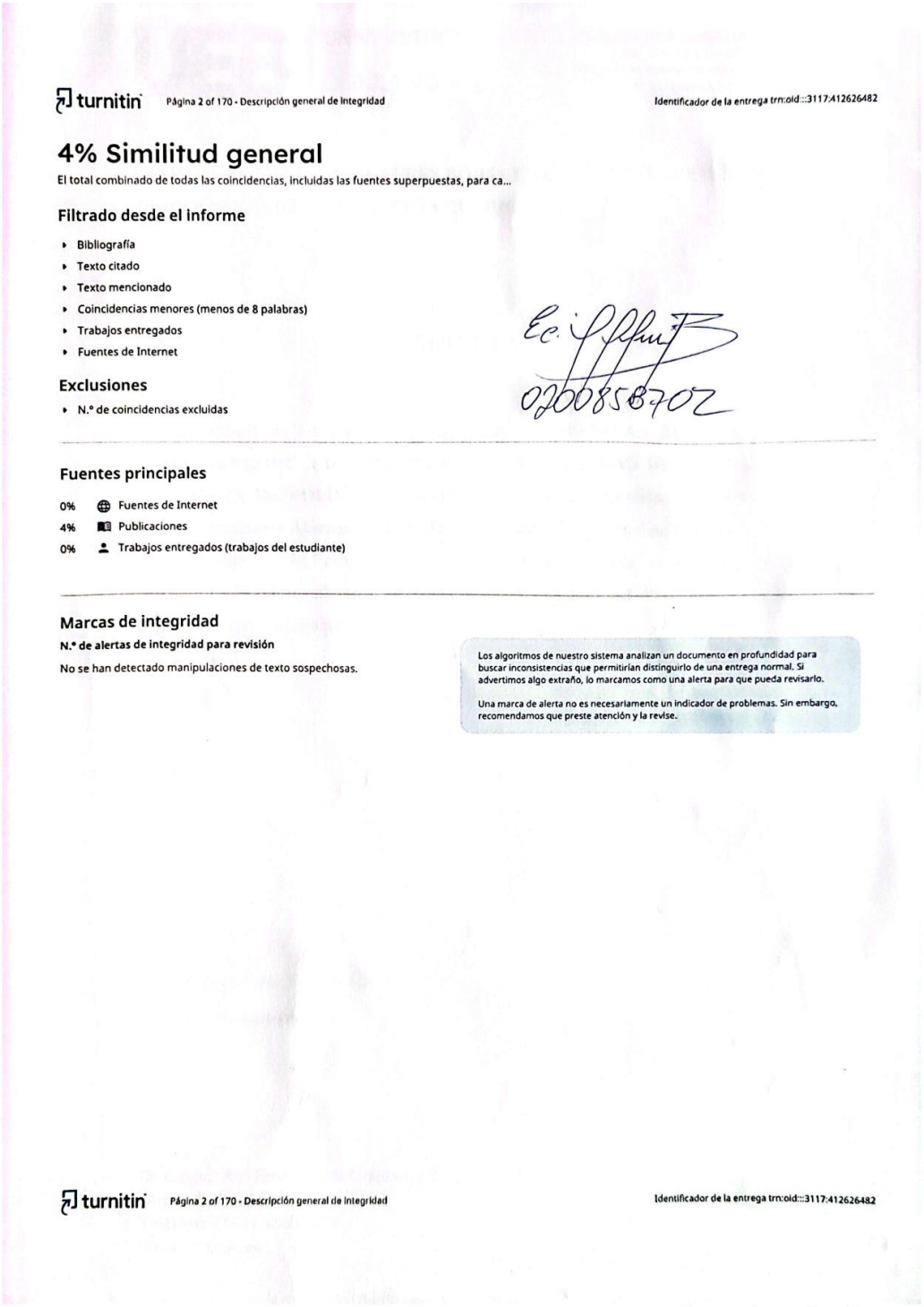
Atentamente,

Econ. Rene Mesías Villacrés Borja
Director Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

Escaneado con CamScanner

Anexo 20
Captura de Turnitin



turnitin Página 2 of 170 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:412626482

4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)
- Trabajos entregados
- Fuentes de Internet

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Ec. [illegible]
0200858702

Fuentes principales

0%	Fuentes de Internet
4%	Publicaciones
0%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

turnitin Página 2 of 170 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:412626482

Escaneado con CamScanner