



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
HELADOS EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA CPA

**AUTORA**

CABRERA NARVÁEZ MIRIAN JANETH

**DIRECTORA**

ING. CRISTINA JAQUELINE VILLEGAS ESTEVEZ MSC.

Ibarra, Septiembre 2020

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, tiene como finalidad determinar la oportunidad de inversión del proyecto. Con el diagnóstico situacional, se determinó los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que se presentan y favorecen la realización del proyecto. El marco teórico plantea un glosario de términos con bases científicas que se utilizan frecuentemente para la comprensión del trabajo y sirven como sustento del mismo. En el estudio de mercado se identifica la oferta y la demanda existente en el cantón Pimampiro para lo cual se realizó encuestas con el fin de determinar la aceptación del producto en el mercado y establecer la demanda insatisfecha. El estudio técnico facilita la determinación de la macro y micro localización, tamaño, capacidad, equipo, inversión y capital inicial. En el estudio financiero se encuentra los estados financieros y los indicadores que reflejan los cálculos del proyecto permitiendo identificar la rentabilidad y factibilidad del proyecto. En el capítulo administrativo se organiza la estructura organizacional, funciones de cada puesto de trabajo, el uso óptimo y eficiente de los recursos humanos, para llegar a los objetivos propuestos. Finalmente se realizó un análisis de los posibles impactos tomando en cuenta el aspecto social, económico, ambiental, tecnológico y los efectos que causarían la puesta en marcha del mismo.

## **ABSTRACT**

This research work called "FEASIBILITY STUDY FOR THE IMPLEMENTATION OF A MICROENTERPRISE SPECIALISED ON THE PRODUCTION AND SELLING OF ICE CREAM IN PIMAMPIRO CANTON, IN THE PROVINCE OF IMBABURA" aims to determine the investment opportunity of this enterprise. Through the situational diagnosis, allies, opportunities, opponents, and risks that favor its implementation were defined. The theoretical framework introduces a glossary of frequently used terms with a scientific base. The market study identifies the existing supply and demand in Pimampiro canton, for which surveys were applied to determine the acceptance and unmet demand of the product in this market. The technical study determines macro and micro conditions such as location, size, capacity, equipment, investment, and initial capital. In the financial study are found the financial statements and the indicators that reflect the project calculations allowing to identify the profitability and feasibility of the project. In the administrative section, the organizational structure is organized with the functions of each job and the optimal and efficient use of human resources. Lastly, an analysis of the possible impacts was carried out considering the social, economic, environmental, and technological aspects and the effects that its implementation would prompt.

## AUTORÍA

Yo, **CABRERA NARVÁEZ MIRIAN JANETH**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100381479-3 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



.....  
Cabrera Narváez Mirian Janeth

C.C. 100381479-3

## CERTIFICACIÓN

En calificación de Director de Trabajo de Grado, presentado por la Señorita Cabrera Narváz Mirian Janeth, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de Septiembre del 2020.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cristina Jaqueline Villegas Estévez', with a large, stylized flourish above it.

Ing. Cristina Jaqueline Villegas Estévez  
DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO  
C.C. 1002965158



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100381479-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Cabrera Narváez Mirian Janeth		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Pimampiro, Barrio San José		
<b>EMAIL:</b>	janethcabrera1995@gmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	-	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0939835587

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR (ES):</b>	Cabrera Narváez Mirian Janeth
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	30/09/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Ing. Cristina Jaqueline Villegas Estévez Msc.

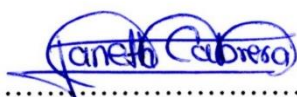
#### 2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de

los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de octubre de 2020

**AUTORA:**



.....  
Cabrera Narvárez Mirian Janeth  
C.C. 100381479-3

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme descubrir día a día que todo es posible de realizar con paciencia, humildad y constancia. Con todo cariño y amor para mi familia que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

*Janeth*



## **AGRADECIMIENTO**

Un inmenso agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte por haberme abierto sus puertas, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a sus Catedráticos quienes me han brindado todos sus conocimientos para mejorar en el saber intelectual y construir una carrera profesional. A mi madre quien ha sido el apoyo firme, a mi familia por estar siempre para mí, a mi novio por su motivación y amor, a la Sra. Sonia Guerra por su paciencia y predisposición para el avance de este proyecto y a mis compañeras de aula quienes me acompañaron en el transcurso de toda la carrera.

Mi eterno agradecimiento por este sueño cumplido.

***Janeth***

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	2
ABSTRACT.....	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN.....	5
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	6
DEDICATORIA.....	8
AGRADECIMIENTO.....	9
ÍNDICE GENERAL.....	10
ÍNDICE DE TABLAS.....	16
ÍNDICE DE FIGURAS.....	20
ÍNDICE DE ANEXOS.....	21
JUSTIFICACIÓN.....	22
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	23
OBJETIVO GENERAL.....	23
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
CAPÍTULO I.....	24
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	24
Antecedentes.....	24
Objetivos del diagnóstico situacional.....	24
Objetivo general.....	24
Objetivos específicos.....	24
Variables diagnósticas.....	25
Indicadores.....	25
Normativa legal.....	25
Aspectos económicos.....	25
Aspectos sociales.....	26
Aspectos tecnológicos.....	26
Matriz de relación diagnóstica.....	27
Metodología para el desarrollo de variables e indicadores.....	29
Identificación del marco legal.....	29

Caracterización del aspecto económico .....	29
Análisis del aspecto social .....	29
Identificación del aspecto tecnológico .....	29
Desarrollo de la matriz diagnóstica.....	30
Identificación del marco legal.....	30
Caracterización del sector económico de Pimampiro .....	35
Aspectos sociales .....	40
Aspectos tecnológicos.....	44
Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos .....	45
Identificación de la oportunidad de inversión.....	46
CAPÍTULO II .....	47
MARCO TEÓRICO.....	47
Introducción .....	47
Objetivo general.....	47
Objetivos específicos .....	47
Conceptualización de términos relacionados con emprendimientos familiares y producción de helados....	47
Emprendedor.....	48
Habilidades del emprendedor .....	48
Producción .....	49
Procesos de producción.....	49
Elementos de producción.....	49
Definición de helado .....	50
Tipos de helados .....	50
Conceptualización de términos relacionados con procedimientos metodológicos de investigación. ....	51
Estudio de factibilidad .....	52
Tipos de investigación .....	52
Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) .....	53
Encuesta .....	53
Entrevista .....	53
Conceptualización de términos relacionados con el estudio de mercado .....	54
Estudio de mercado.....	54
Segmento de mercado .....	54

Mercado meta.....	55
Demanda .....	55
Oferta .....	55
Producto .....	55
Precio .....	56
Comercialización .....	56
Conceptualización de términos relacionados con el estudio técnico .....	57
Estudio técnico.....	57
Macro localización.....	57
Micro localización .....	57
Capital de trabajo .....	58
Conceptualización de términos relacionados con evaluación económica .....	58
Estado de situación financiera .....	58
Estado de resultados integral .....	59
Estado de cambio en el patrimonio neto .....	59
Estado de flujo de efectivo.....	60
Valor actual neto – VAN .....	60
Tasa interna de retorno – TIR .....	61
Costo beneficio .....	61
Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	61
Punto de equilibrio.....	62
Conceptualización de términos relacionados con la estructura organizacional.....	62
Estructura organizacional.....	62
Misión .....	62
Visión.....	63
Políticas.....	63
Conclusión del marco teórico .....	63
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>64</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>64</b>
Introducción .....	64
Objetivos del estudio de mercado .....	64
Objetivo general.....	64
Objetivos específicos .....	64
Variable e indicadores.....	65

Matriz de relación de variables e indicadores del estudio de mercado .....	66
Metodología para desarrollar el estudio de mercado .....	67
Desarrollo de la matriz de relación del estudio de mercado .....	67
Caracterización de los productos a ofrecer. ....	67
Análisis de la Oferta.....	74
Análisis de la Demanda .....	75
Tabulación y análisis de resultados.....	76
Determinación del mercado demandante.....	86
Demanda actual.....	86
Proyección de la demanda .....	86
Demanda insatisfecha .....	87
Mercado meta.....	87
Análisis y determinación de precios .....	88
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad de los helados.....	89
Conclusión del Estudio de mercado.....	89
CAPÍTULO IV.....	90
ESTUDIO TÉCNICO .....	90
Introducción .....	90
Objetivos del estudio técnico .....	90
Objetivo general.....	90
Objetivos específicos .....	90
Localización del proyecto .....	90
Macro localización.....	90
Micro localización .....	91
Tamaño del proyecto.....	93
Capacidad instalada .....	93
Ingeniería del proyecto .....	93
Procesos de producción.....	93
Requerimientos del proyecto .....	95
Infraestructura .....	108
Financiamiento.....	109
Presupuesto técnico.....	109
Inversiones Fijas .....	109
Costo de producción .....	113

Inversiones diferidas .....	123
Gastos administrativos .....	123
Gastos de venta .....	126
Capital de trabajo .....	127
Inversión total del proyecto .....	129
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>130</b>
<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA</b> .....	<b>130</b>
Introducción .....	130
Objetivos de la evaluación económica .....	130
Objetivo general .....	130
Objetivos específicos .....	130
Estado de situación financiera .....	131
Determinación de los ingresos proyectados .....	132
Determinación de costos y gastos proyectados .....	133
Costos de producción – Materia prima directa .....	133
Mano de obra directa (MOD) .....	134
Costos indirectos de fabricación (CIF) .....	135
Proyección de gastos administrativos .....	136
Proyección gastos de venta .....	137
Gastos financieros .....	139
Depreciación .....	140
Resumen de costos y gastos de operación .....	143
Estados financieros proyectados .....	144
Estado de resultado integral .....	144
Flujo de efectivo proyectado .....	146
Evaluación financiera .....	147
Costo de oportunidad .....	147
Tasa de rendimiento medio .....	148
Valor actual neto (VAN) .....	148
Tasa interna de retorno (TIR) .....	149
Costo beneficio .....	150
Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	150
Punto de equilibrio .....	152
Resumen de la evaluación financiera .....	153

CAPÍTULO VI.....	155
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	155
Introducción .....	155
Objetivos de la estructura organizacional .....	155
Objetivo general.....	155
Objetivos específicos .....	155
La empresa.....	155
Nombre o razón social .....	155
Logotipo de la empresa.....	156
Tipo de empresa.....	156
Requisitos legales para su funcionamiento .....	156
Filosofía empresarial.....	159
Principios y valores.....	159
Estrategias .....	160
Administración y planificación de la empresa.....	160
Organigrama estructural.....	161
Manual de Funciones .....	161
CAPÍTULO VII .....	166
IMPACTOS .....	166
Introducción .....	166
Objetivos.....	166
Objetivo general.....	166
Objetivos específicos .....	166
Análisis de impactos .....	166
Impacto Económico .....	167
Impacto Ambiental.....	168
Impacto Social .....	168
Impacto Empresarial .....	169
Impacto General.....	170
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	171
CONCLUSIONES .....	171
RECOMENDACIONES.....	172
BIBLIOGRAFÍA .....	173

ANEXOS .....	175
--------------	-----

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relaciones diagnóstica.....	27
2. Población económicamente activa e inactiva, según género del cantón Pimampiro .....	36
3. Población económicamente activa e inactiva de Pimampiro por parroquias.....	37
4. Población económicamente activa e inactiva de Pimampiro en porcentajes .....	37
5. Cantón Pimampiro: ámbito de actividad económica y usos del territorio .....	38
6. Distribución relativa de la población cantón Pimampiro.....	41
7. Principales datos físicos del cantón Pimampiro.....	44
8. Tipo de maquinaria .....	44
9. Matriz AOOR - Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	45
10. Variables e indicadores - Estudio de mercado .....	65
11. Matriz de relación del estudio de mercado .....	66
12. Ficha descriptiva - Lupinito Marmolado .....	68
13. Ficha descriptiva - Lupinito de Mora.....	69
14. Ficha descriptiva - Lupinito de Chocolate .....	70
15. Ficha descriptiva - Lupinito de Fresa.....	71
16. Ficha descriptiva - Lupinito de Ovo .....	72
17. Presentación de helados Lupinito .....	73
18. Establecimiento en donde se ofertan helados en el cantón Pimampiro .....	74
19. Proyección de la Oferta a 5 años.....	75
20. Frecuencia de consumo de helados .....	77
21. Característica al momento de consumir helado .....	78
22. Lugar de preferencia para consumir helado .....	79
23. Presentación de helado.....	80
24. Factores que condicionan la compra.....	81
25. Tipo de helado.....	82
26. Sabor de preferencia .....	83
27. Tipo de helado.....	84
28. Medio para obtener información.....	85
29. Proyección de la demanda a cinco años.....	86
30. Balance oferta - demanda.....	87



31. Precio de helados en el cantón Pimampiro .....	88
32. Evaluación cuantitativa para determinar micro localización de la microempresa.....	92
33. Características de la cocina industrial.....	96
34. Características de la batidora industrial .....	97
35. Características del congelador vertical panorámico .....	98
36. Características de la licuadora industrial .....	99
37. Características del congelador pequeño.....	100
38. Caracterización de la hielera.....	101
39. Características de la balanza digital .....	102
40. Muebles y enseres para la producción .....	103
41. Menaje para la producción de helados.....	103
42. Implementos y materiales de aseo área de producción.....	104
43. Muebles y enseres área administrativa .....	104
44. Suministros de oficina.....	105
45. Equipo de cómputo .....	105
46. Implementos y materiales de aseo área administrativa.....	106
47. Vehículo.....	107
48. Talento humano para la operatividad de la microempresa .....	107
49. Detalle de maquinaria y equipo para área de producción .....	109
50. Detalle del menaje para el área de producción .....	110
51. Detalle de muebles y enseres del área de producción.....	110
52. Detalle vehículo .....	111
53. Detalle de muebles y enseres área administrativa.....	111
54. Equipos informáticos .....	112
55. Resumen de las inversiones fijas .....	112
56. Sueldo mensual jefe de producción .....	113
57. Detalle de los implementos y materiales de aseo - área de producción.....	114
58. Otros costos indirectos de fabricación .....	115
59. Costo de producción helado marmolado (parte 1).....	115
60. Costos de producción helado de marmolado (parte 2).....	116
61. Costo de producción helado de chicle .....	116
62. Costo de producción helado de ron pasas .....	117
63. Costo de producción helado de chocolate (parte 1).....	117
64. Costo de producción helado de chocolate (parte 2).....	118

65. Costo de producción helado de ovo .....	118
66. Costo de producción del helado de galleta .....	119
67. Costo de producción helado de coco .....	119
68. Costo de producción helado de mora.....	120
69. Costo de producción helado de frutilla (parte 1) .....	120
70. Costo de producción helado de frutilla (parte 2) .....	121
71. Costo de producción helado de guanábana.....	121
72. Resumen de costo de materia prima .....	122
73. Resumen de Costos indirectos de fabricación .....	122
74. Inversiones diferidas .....	123
75. Sueldo Administrativo Gerente.....	124
76. Detalle de suministros de oficina .....	124
77. Detalle de implementos y materiales de aseo área administrativa.....	125
78. Detalle de servicios básicos generales .....	126
79. Detalle de seguridad.....	126
80. Gasto publicidad .....	127
81. Sueldo y beneficios de ley vendedor .....	127
82. Capital de trabajo inicial .....	128
83. Inversiones totales.....	129
84. Estado de situación financiera .....	131
85. Precio de venta promedio.....	132
86. Venta de halados primer año.....	132
87. Proyección de ingresos a 5 años .....	133
88. Costos de materia prima proyectados .....	134
89. Proyección del sueldo mensual de cada año .....	134
90. Mano de obra directa proyectada .....	135
91. Costos indirectos de fabricación proyectados (parte 1) .....	135
92. Costos indirectos de fabricación proyectados (parte 2) .....	136
93. Sueldo y beneficios de ley proyectados del gerente .....	136
94. Resumen de los gastos administrativos proyectados .....	137
95. Proyección gasto publicidad .....	138
96. Sueldo y beneficios proyectados del vendedor .....	138
97. Resumen de tabla de amortización cada año .....	139
98. Interés y pago de capital anual de crédito financiero.....	140

99. Tabla de seguro de desgravamen .....	140
100. Activos fijos de la microempresa.....	141
101. Valor a depreciar.....	141
102. Depreciación de los activos fijos .....	142
103. Saldo en libros (parte 1).....	142
104. Saldo en libros (parte 2).....	143
105. Resumen de costos y gastos de operación .....	144
106. Estado de resultados integral .....	145
107. Estado de flujo de efectivo proyectado .....	146
108. Detalle del capital (K).....	147
109. Costo de oportunidad .....	147
110. VAN - Valor actual neto .....	149
111. TIR - Tasa interna de retorno.....	149
112. Costo Beneficio.....	150
113. Periodo de recuperación de la inversión .....	151
114. Punto de equilibrio.....	152
115. Punto de equilibrio por producto en cantidad y en dólares.....	153
116. Resumen de indicadores financieros.....	154
117. Manual de funciones - Gerente .....	162
118. Manual de funciones - Contadora .....	163
119. Manual de funciones - jefe de producción.....	164
120. Manual de funciones - vendedor.....	165
121. Matriz con escala de medición de impactos .....	167
122. Valoración del impacto económico .....	167
123. Valoración del impacto ambiental .....	168
124. Valoración del impacto social.....	168
125. Valoración del impacto empresarial .....	169
126. Valoración del impacto general .....	170

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ODSs - Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	30
Figura 2 Mapa de Ubicación de Pimampiro .....	40
Figura 3 Sabores de helados a ofertar .....	68
Figura 4 Consumo de helado .....	77
Figura 5 Característica al momento de consumir helado.....	78
Figura 6 Consumo de Helado .....	79
Figura 7 Presentación de helado .....	80
Figura 8 Factores que condiciona la compra de un helado .....	81
Figura 9 Tipo de Helado .....	82
Figura 10 Sabores .....	83
Figura 11 Acompañar el helado.....	84
Figura 12 Medios de Información.....	85
Figura 13 Macro localización de la microempresa .....	91
Figura 14 Ubicación geográfica de la planta de producción.....	92
Figura 15 Flujograma del proceso de fabricación y comercialización de helados de crema...94	94
Figura 16 Cocina industrial.....	96
Figura 17 Batidora industrial .....	97
Figura 18 Congelador vertical panorámico.....	98
Figura 19 Licuadora industrial.....	99
Figura 20 Congelador pequeño .....	100
Figura 21 Hielera para trasladar los helados.....	101
Figura 22 Balanza digital .....	102
Figura 23 Vehículo .....	106
Figura 24 Distribución física de la microempresa .....	108
Figura 25 Logo de la microempresa .....	156
Figura 26 Organigrama estructural de Helados Lupinitos.....	161

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Ficha de observación de locales y heladerías de la oferta.....	176
Anexo 2 Ficha de tipos de helados y precios .....	177
Anexo 3 Formato de la encuesta para el establecimiento de la demanda .....	178
Anexo 4 Entidades financieras del cantón Pimampiro .....	180
Anexo 5 Imágenes de elaboración del helado de chicle .....	181
Anexo 6 Contrato de comodato precario .....	183

## JUSTIFICACIÓN

El propósito de este proyecto de factibilidad es delinear los parámetros bajo los cuales serán implementados para la creación, desarrollo y operatividad de una microempresa productora y comercializadora de helados ubicada en el Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura, de la Republica de Ecuador, ciudad que se encuentra ubicada a 2600 m sobre el nivel del mar, que cuenta con un gran potencial turístico debido a su alto nivel de paisajes y culturas. Los ecosistemas naturales de esta hermosa tierra, llamada La Tierra del Sol con sus diferentes pisos climáticos ofrecen una extensa variedad, ya que se extiende desde los bajos valles hasta los majestuosos páramos; siendo un imán para el desarrollo de actividades de ecoturismo. Gracias a todas estas bondades y características, anteriormente expuestas, son las razones por las que me considero optimista para la creación y futuro éxito de dicha microempresa.

HELADOS LUPINITOS tiene como propósito elaborar y comercializar helados propios de la región cuyas operaciones se han de realizar a pequeña escala, con la perspectiva de ir elevando la producción, a medida que la demanda ascienda el turismo local.

Con ello se busca manufacturar un producto de calidad de manera consistente y oportuna para que el cliente retorne a comprar estos productos, satisfactorios y sabrosos y al mismo tiempo, bajo un nivel de rendimiento razonable de la inversión inicial, considerándose que para que una organización tenga éxito debe garantizar que el cliente continúe adquiriendo consecutivamente.

Para obtener un rendimiento razonable de la inversión junto con la capacidad del pago de la deuda, se implementarán medidas estrictas de control de costos. Siendo incluidas en estas medidas, la práctica de compras adecuadas y prudentes, la maximización de la distribución del producto a través del estricto cumplimiento de los pesos, cantidades y recetas, la utilización efectiva del personal y la búsqueda constante de formas de reducir costos de venta del producto sin sacrificar la calidad y el servicio.

Cabe destacar que esta idea nace, en primera instancia, con el propósito de generar bienestar en la localidad a través de una propuesta única en el ramo de producir y comercializar helados a base de frutas propias de la zona.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de helados en el Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desarrollar un diagnóstico situacional del entorno que permita identificar y analizar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la implantación de la microempresa en el cantón Pimampiro.
- Estructurar el marco teórico en base a la investigación bibliográfica y linkográfica sobre la elaboración y comercialización de helados.
- Identificar mediante un estudio de mercado los potenciales clientes del producto para el establecimiento de la oferta y demanda.
- Elaborar un estudio técnico que permita delimitar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Evaluar la capacidad financiera de la microempresa productora y comercializadora de helados para la puesta en marcha.
- Diseñar la estructura organizacional de la microempresa productora y comercializadora de helados para la puesta en marcha.
- Evaluar los impactos que generará la implementación de la presente investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

Hablar de helados en nuestro país es referirnos a la variedad de diferentes sabores y aromas afrutados de Ecuador, y su rica historia, lleva a pensar que esta actividad tiene una incidencia muy importante de orden económico, social y ecológico regional, pues su importancia radica en el aporte a la moneda circulante a la microeconomía local y a la generación de ingresos para aquellos beneficiarios directos y demás actores de la cadena productiva que dependen directa e indirectamente de la producción y comercialización del helado en el mercado regional y nacional.

Adicionalmente es importante destacar, que el sector turismo en la región, es un segmento productivo que genera fuente de trabajo para miles de familias vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal de los helados y contribuyen al consumo y distribución de frutas típicas de la región, aportando elementos para la regulación y balance económico del mercado regional con la ventaja que manejo tecnificado no requieren de una tecnología avanzada para su producción constante.

En este marco, es relevante hacer un estudio de diagnóstico del entorno de Pimampiro para la identificación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos para conocer su situación actual y empezar a tener una mejor percepción de las posibilidades para ejecutar la propuesta. A continuación, se presenta en detalle, los resultados del estudio de diagnóstico.

#### **1.2. Objetivos del diagnóstico situacional**

##### **1.2.1. Objetivo general**

Conocer el entorno del cantón Pimampiro para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la perspectiva de implementar la microempresa productora y comercializadora de helados.

##### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar la normativa legal referente a la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados en el cantón Pimampiro.



- Estudiar los aspectos económicos que inciden en la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados.
- Estimular los aspectos sociales relacionados con la creación de la microempresa productora y comercializadora de helados.
- Identificar los aspectos tecnológicos relacionados a intervenir con la microempresa productora y comercializadora de helados.

### **1.3. Variables diagnósticas**

- Normativa Legal
- Aspectos Económicos
- Aspectos Sociales
- Aspectos Tecnológicos

### **1.4. Indicadores**

Los indicadores serán la pauta para el desarrollo del presente capítulo.

#### **1.4.1. Normativa legal**

- ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Constitución de la República del Ecuador
- Plan Nacional de Desarrollo
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión
- Programa de Fortalecimiento de Emprendimientos e Iniciativas Productivas
- Ordenanzas municipales o provinciales de fomento al emprendimiento

#### **1.4.2. Aspectos económicos**

- Agricultura
- Frutales
- Comercio
- Turismo
- Infraestructura Vial

### **1.4.3. Aspectos sociales**

- Población Demográfica
- Empleo
- Cultura
- Costumbres
- Movilidad Humana
- Población Económicamente Activa

### **1.4.4. Aspectos tecnológicos**

- Maquinaria y herramientas aplicables a la producción de helados
- Importancia de la Tecnología
- Proveedores

## 1.5. Matriz de relación diagnóstica

*Tabla 1*

*Matriz de relaciones diagnóstica*

<b>OBJETIVO GENERAL</b> Conocer el entorno del cantón Pimampiro para identificar AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos) en la perspectiva de implementar la microempresa productora y comercializadora de helados				
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TIPO DE FUENTE / TÉCNICA</b>	<b>FUENTE</b>
Identificar la normativa legal referente a la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados en el cantón Pimampiro.	Normativa Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible</li> <li>• Normativa Nacional</li> <li>• Normativa Local</li> </ul>	<p><b>Primaria</b> Entrevista</p> <p><b>Secundaria</b> Investigación / Documentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naciones Unidas</li> <li>• Constitución de la República del Ecuador</li> <li>• Plan Nacional de Desarrollo</li> <li>• Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión</li> <li>• Programa de Fortalecimiento de Emprendimientos e Iniciativas Productivas</li> </ul>
Estudiar los aspectos económicos que inciden en la	Aspectos Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura</li> <li>• Frutales</li> </ul>	<p><b>Primaria</b> Entrevista</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pimampiro.</li> </ul>

implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio</li> <li>• Turismo</li> <li>• Infraestructura Vial</li> </ul>	<p><b>Secundaria</b></p> <p>Investigación / Documentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobierno Autónomo Descentralizado de San Pedro de Pimampiro.</li> </ul>
Estimular los aspectos sociales relacionados con la creación de la microempresa productora y comercializadora de helados.	Aspectos Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población Demográfica</li> <li>• Empleo</li> <li>• Cultura</li> <li>• Costumbres</li> <li>• Movilidad Humana</li> <li>• PEA</li> </ul>	<p><b>Primaria</b></p> <p>Entrevista</p> <p><b>Secundaria</b></p> <p>Investigación / Documentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituto Nacional de Estadísticas y Censos</li> <li>• Página Web del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Pedro de Pimampiro.</li> </ul>
Identificar los aspectos tecnológicos relacionados a intervenir con la microempresa productora y comercializadora de helados.	Aspectos Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria y herramientas aplicables a los helados</li> <li>• Importancia de la Tecnología</li> <li>• Proveedores</li> </ul>	<p><b>Primaria</b></p> <p>Entrevista</p> <p><b>Secundaria</b></p> <p>Investigación / Documentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas Proveedoras de Maquinaria</li> </ul>

## **1.6. Metodología para el desarrollo de variables e indicadores**

La metodología para desarrollar las variables e indicadores que se utilizarán en el diagnóstico situacional se basará en información primaria y secundaria de acuerdo a los objetivos planteados anteriormente.

### **1.6.1. Identificación del marco legal**

Mediante la identificación de esta variable utilizamos la investigación bibliográfica aplicando el método deductivo, partiendo de esto se complementa realizando el parafraseo de las diferentes normativas aplicando al tema de investigación, tanto a nivel internacional como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible, a nivel nacional con la Constitución de la República del Ecuador y nivel local expuesto en la Matriz Diagnóstica.

### **1.6.2. Caracterización del aspecto económico**

Para la caracterización de los Aspectos Económicos del cantón Pimampiro que pudieren incidir en la implementación de una microempresa productora y comercializadora de helados se analiza indicadores como agricultura, frutales, comercio, turismo, entre otros que son importantes para iniciar con la idea de negocio, ya que de ello depende la complementación de la presente investigación.

### **1.6.3. Análisis del aspecto social**

Para el análisis de esta variable se aplicó la técnica de investigación tanto bibliográfica como linkográfica que nos permite obtener información actualizada sobre la población demográfica del cantón Pimampiro, así como también de otros indicadores como empleo, cultura, costumbres, movilidad humana y la Población Económicamente Activa.

### **1.6.4. Identificación del aspecto tecnológico**

Para la identificación de esta variable se empezó con un Check list respecto a la maquinaria y equipo necesarios para la producción de los helados, así como también de los proveedores más cercanos al cantón. La verificación de este check list se lo fortalecerá con una observación directa en campo.

## 1.7. Desarrollo de la matriz diagnóstica

Se la realizará de acuerdo con la metodología planteada anteriormente, desarrollando los aspectos legales, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que se tomará en cuenta en la realización del proyecto.

### 1.7.1. Identificación del marco legal

Para iniciar una microempresa se debe tener en cuenta a que normativa debemos regimnos y que esté vigente tanto a nivel internacional, nacional y local, independientemente de la actividad a realizar.

### ODS – Objetivos de desarrollo sostenible

El 25 de septiembre del 2015, miembros de la Asamblea General de las Naciones Unidas deciden aprobar una nueva agenda de desarrollo sostenible con objetivos globales, realizando un enfoque social, económico y ambiental con metas específicas para los siguientes años.



**Figura 1 ODSs - Objetivos de Desarrollo Sostenible**

*Fuente:* (Naciones Unidas, 2018)

Cabe destacar que la presente investigación está alineada y tiene relación directa a los siguientes objetivos de desarrollo sostenible.

**Objetivo 1: Fin de la pobreza.** (Naciones Unidas, 2018, pág. 82)

Erradicar la pobreza en todas sus formas sigue siendo uno de los principales desafíos que enfrenta la humanidad. Si bien la cantidad de personas que viven en la extrema pobreza disminuyó en más de la mitad entre 1990 y 2015, aún demasiadas luchan por satisfacer las necesidades más básicas.

La propuesta planteada para este trabajo de grado como tema, contribuye en la identificación de nuevas oportunidades para empleo y el aprovechamiento de los cultivos agrícolas, frutales en la transformación de helados, que pueden ser demandados en el sector turístico y así disminuir poco a poco los índices de pobreza.

**Objetivo 2: Hambre cero.** (Naciones Unidas, 2018)

Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

El sector alimentario y el sector agrícola ofrecen soluciones claves para el desarrollo y son vitales para la eliminación del hambre y la pobreza. Gestionadas de forma adecuada, la agricultura, la silvicultura y la acuicultura pueden suministrar comida nutritiva a todo el planeta, así como generar ingresos decentes, apoyar el desarrollo centrado en las personas del campo y proteger el medio ambiente. Pero ahora mismo, los suelos, océanos, bosques y nuestra agua potable y biodiversidad están sufriendo un rápido proceso de degradación debido a procesos de sobreexplotación.

**Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.** (Naciones Unidas, 2018)

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Tener un empleo no garantiza la capacidad para salir de la pobreza. Se debe hacer reflexión sobre este progreso lento y desigual, y revisar las políticas económicas y sociales destinadas a erradicar la pobreza.

La continua falta de oportunidades de trabajo decente, la insuficiente inversión y el bajo consumo producen una erosión del contrato social básico subyacente en las sociedades

democráticas: el derecho de todos a compartir el progreso. La creación de empleos de calidad sigue constituyendo un gran desafío para casi todas las economías.

**Objetivo 17: Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.**  
(Naciones Unidas, 2018)

Un programa exitoso de desarrollo sostenible requiere alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas inclusivas construidas sobre principios y valores, una visión compartida, y metas compartidas, que colocan a la gente y al planeta en el centro, son necesarias a nivel global, regional, nacional y local.

### **Constitución de la República del Ecuador.**

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Es evidente dentro al artículo 33 de la Constitución de la República del Ecuador que las actividades que generen un beneficio económico dentro del marco legal, como es el caso del emprendimiento de la pequeña y mediana empresa, así como artesanales están amparada dentro del marco constitucional.

**Art. 39.-** El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Es importante el Art. 39 de la Constitución debido a que identificar a los jóvenes ecuatorianos como elementos importantes en el sector productivo del país, garantizándole la educación, salud, entre otros, este aspecto es importante debido a que la juventud actualmente es quien liderar los elementos de emprendimiento en el país.



## **Toda una Vida – Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021**

El "Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida" de Ecuador es el principal instrumento del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP), y su objetivo es contribuir al cumplimiento progresivo de: 1. Los derechos constitucionales; 2. Los objetivos del régimen de desarrollo y disposiciones del régimen de desarrollo (a través de la implementación de políticas públicas); 3. Los programas, proyectos e intervenciones que de allí se desprenden.

Se fundamenta en los logros de los “últimos 10 años” y pone en evidencia la existencia de nuevos retos por alcanzar, en torno a tres ejes principales: 1) Derechos para todos durante toda la vida; 2) Economía al servicio de la sociedad; 3) Más sociedad, mejor Estado, que contienen a su vez tres objetivos nacionales de desarrollo que rompen con la lógica sectorial y dan cuenta de las prioridades que tiene el país. Esta visión se enmarca, también, en los compromisos internacionales de desarrollo global, como la Agenda 2030.

## **Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

Art. 3.- Objeto. - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, el coeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento. - El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del

Plan Nacional de Desarrollo. Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros.

Art. 22.- Medidas específicas. - El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia.

Art. 36.- Tipos. - Las Zonas Especiales de Desarrollo Económico podrán ser de los siguientes tipos: a. Para ejecutar actividades de transferencia y de desagregación de tecnología e innovación. En estas zonas se podrá realizar todo tipo de emprendimientos y proyectos de desarrollo tecnológico, innovación electrónica, biodiversidad, mejoramiento ambiental sustentable o energético; b. Para ejecutar operaciones de diversificación industrial, que podrán consistir en todo tipo de emprendimientos industriales innovadores, orientados principalmente a la exportación de bienes, con utilización de empleo de calidad. En estas zonas se podrá efectuar todo tipo de actividades de perfeccionamiento activo, tales como: transformación, elaboración (incluidos: montaje, ensamble y adaptación a otras mercancías) y reparación de mercancías (incluidas su restauración o acondicionamiento), de todo tipo de bienes con fines de exportación y de sustitución estratégica de importaciones principalmente;

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias. - El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

“Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES”.

### **Normativa local**

Se refiere a todas las leyes que rigen en el cantón Pimampiro en cuanto a emprendimientos, los cuales apoyan para el buen funcionamiento de estos.

### **Programa de Fortalecimiento de Emprendimientos e Iniciativas Productivas**

El fortalecimiento de emprendimientos e iniciativas productivas es un sistema que busca promover el crecimiento económico y la generación de empleo mediante el incremento de los niveles de competitividad del sector productivo de la provincia de Imbabura y su participación en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

#### **Objetivos:**

- a) Contar con espacios permanentes de diálogo entre la Prefectura de Imbabura y las organizaciones sociales que agrupan a emprendedores del sector productivo.
- b) Facilitar la elaboración participativa de propuestas de proyectos productivos con los pequeños y medianos productores de los sectores: agropecuario; industrial; turístico; de tecnología e innovación; y demás ámbitos afines a la producción.
- c) Facilitar la implementación de los proyectos productivos formulados participativamente por las organizaciones de pequeños y medianos productores de la provincia.
- d) Promover el diseño y la implementación de proyectos para incentivar la preservación y para socializar los saberes ancestrales relacionados con la producción.
- e) Establecer mecanismos que faciliten el desarrollo de procesos participativos de seguimiento y evaluación de los emprendimientos e iniciativas productivas locales.

#### **1.7.2. Caracterización del sector económico de Pimampiro**

En la década de los 50, se empieza a dinamizar la economía con el cultivo de tomate riñón, mejorando la calidad de vida de muchos pimampireños, especialmente de los que se dedicaban a la agricultura. En la actualidad se le apuesta mucho al turismo y por ende al inicio de nuevas ideas de negocio como son los emprendimientos.

## Oferta laboral

La Población en edad de trabajar (PET) en el cantón Pimampiro alcanza el 67,8% del total poblacional. Mientras que en las parroquias el comportamiento es el siguiente dentro de este contexto se incluye a la Población Económicamente Activa (PEA) que es aquella que al momento de la medición determinada persona estuvo trabajando la semana pasada al menos una hora con o sin remuneración o que a su vez, en la desocupación está dispuesta a trabajar. Mientras que la Población Económicamente Inactiva (PEI); son todas aquellas personas imposibilitadas de trabajar sea por edad, otras capacidades, y por decisión propia. Por lo tanto, se considera al siguiente grupo poblacional: pensionistas, estudiantes, trabajadores familiares no remunerados, desempleados, fuerzas armadas y jubilados.

**Tabla 2**

***Población económicamente activa e inactiva, según género del cantón Pimampiro***

<b>GÉNERO</b>	<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>TOTAL</b>
Hombre	3614	1.563	5.177
Mujeres	2.000	3.265	5.265
<b>TOTAL</b>	<b>5614</b>	<b>4828</b>	<b>10.442</b>

FUENTE: INEC, Censo de 2010

Elaborado por: La Autora

La Población Económicamente Activa (PEA) estimada para el cantón Pimampiro es del 56,6% y la Población Económicamente Inactiva (PEI) es del 43,2%. Cabe señalar que por lo general en la PEA existe el mayor número de hombres y en la PEI el mayor número de mujeres. Esto se debe fundamentalmente a los roles de género impuesto en la sociedad que subestiman la participación de la mujer como oferta laboral.

### **PEA de Pimampiro, por Parroquias**

A continuación, se describirá la Población económicamente activa del cantón Pimampiro según cada parroquia:

**Tabla 3****Población económicamente activa e inactiva de Pimampiro por parroquias**

<b>PARROQUIA</b>	<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>TOTAL</b>
Chugá	469	408	877
Ma Acosta	595	669	1264
Pimampiro	4025	3255	7281
Sigsipamba	524	496	1020
<b>TOTAL</b>	<b>5614</b>	<b>4828</b>	<b>10442</b>

FUENTE: INEC, Censo de 2010

Elaborado por: La autora

En cuanto a la distribución de esta PEA cantonal, se puede aseverar que se halla distribuida en las diferentes parroquias de la siguiente manera: un 63% de la Población Económicamente Activa se concentra en la parroquia de Pimampiro; un 12% en San Francisco de Sigsipamba, un 16% en Mariano Acosta y por último un 9% en la parroquia de Chuga respectivamente.

**Tabla 4****Población económicamente activa e inactiva de Pimampiro en porcentajes**

<b>PARROQUIAS</b>	<b>PEA (%)</b>	<b>PEI (%)</b>
Chugá	53,48	46,52
Ma. Acosta	47,07	52,93
Pimampiro	55,29	44,71
Sigsipamba	51,37	48,63
<b>TOTAL</b>	<b>53,76</b>	<b>46,24</b>

FUENTE: INEC, Censo de 2010

Elaborado por: La autora

**PEA según Rama de Actividad**

Análisis de la población económicamente activa tomando en cuenta la rama de las diferentes actividades.

**Tabla 5****Cantón Pimampiro: ámbito de actividad económica y usos del territorio**

<b>ÁMBITO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>USO KM<sup>2</sup></b>	<b>% SOCIOCULTURAL Y ECONÓMICO</b>
Rural Pasto cultivado	34,72	7,92
Uso Agrícola (1 año <=ciclo de producción<=3 años)	2,23	0,51
Uso Agrícola (ciclo de producción < 1)	49,98	11,39
Uso Agrícola (ciclo de producción >= 3 años)	3,43	0,78
Uso Agrícola (invernadero)	0,19	0,04
Piscícola	0,01	0,00
Bosque plantado	0,71	0,16
Agroalimentario (industrial)	0,00	0,00
Uso recreacional y turístico	0,00	0,00
Socio-cultural y económico urbano, área urbana	2,08	0,47
Natural Bosque intervenido	18,91	4,31
Cuerpo de agua	3,92	0,89
Banco de arena	1,33	0,30
Erial (afloramiento rocoso)	0,35	0,08
Área en proceso de erosión	4,77	1,09
Área erosionada	2,50	0,57
Pasto natural	49,19	11,20
Páramo	62,76	14,30
Uso conservacionista	46,80	10,66
Uso Protección	155,07	35,33
<b>TOTAL</b>	<b>438,98</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: MAGAP - PRAT

Elaborado por: La autora

En el cuadro anterior se muestra el ámbito de actividad económica y usos del suelo del cantón de Pimampiro, siendo el uso agrícola el más relevante, así como la conservación del páramo ya que es protegido por los conservacionistas.

## **Agricultura**

La agricultura en el cantón Pimampiro es de gran importancia, las buenas prácticas de uso del suelo, el no usar muchos químicos y pesticidas, hacen de los productos agrícolas una gran diferencia. Aquí se emplea el trabajo humano, en algunos casos aún trabajan con animales en el campo para arar u otras personas optan por usar maquinaria. Toda la población pimampireña se beneficia de la agricultura de manera directa o indirecta.

## **Frutales**

Los frutales con los que cuenta Pimampiro son diversos y que día a día los cuidan manos pimampireñas. La importancia de los frutales en lo que respecta a este desarrollo investigativo, es que de ello dependerá que se cuente con la materia prima necesaria para la elaboración de los helados. Siendo los agricultores nuestros principales proveedores de frutas frescas. Lo que garantiza la diversa producción frutícola, es la diversidad en sus pisos climáticos.

## **Comercio**

Representan las actividades económicas más importantes permitiendo no sólo conseguir productos que no se producen localmente, además de relacionarse con otras sociedades, conociendo elementos de su cultura y de sus tradiciones que luego pueden ser asimiladas de diferentes maneras.

En cuanto a la investigación se refiere el comercio es una actividad dinámica que evita el cierre geográfico y político de las comunidades y que requiere, para funcionar correctamente, el contacto e intercambio permanente entre diversas comunidades y pueblos.

## **Turismo**

Pimampiro es un cantón de incomparable belleza natural, es un paraíso terrenal en la provincia de Imbabura, sus montañas, páramos, valles y lagunas brindan una policromía de ensueño que encanta al turista nacional y extranjero. Sus campos fértiles demuestran el poderío productivo de una tierra labrada por manos pimampireñas que en cada una de las semillas germinadas depositan el sacrificio y la esperanza de desarrollo para un cantón apacible y saludable. Pimampiro es un cantón de incomparable belleza natural, es un paraíso terrenal en la provincia de Imbabura, sus montañas, páramos, valles y lagunas brindan una policromía de ensueño que encanta al turista nacional y extranjero. Sus campos fértiles demuestran el poderío

productivo de una tierra labrada por manos pimampireñas que en cada una de las semillas germinadas depositan el sacrificio y la esperanza de desarrollo para un cantón apacible y saludable. (Visita Ecuador, 2018)

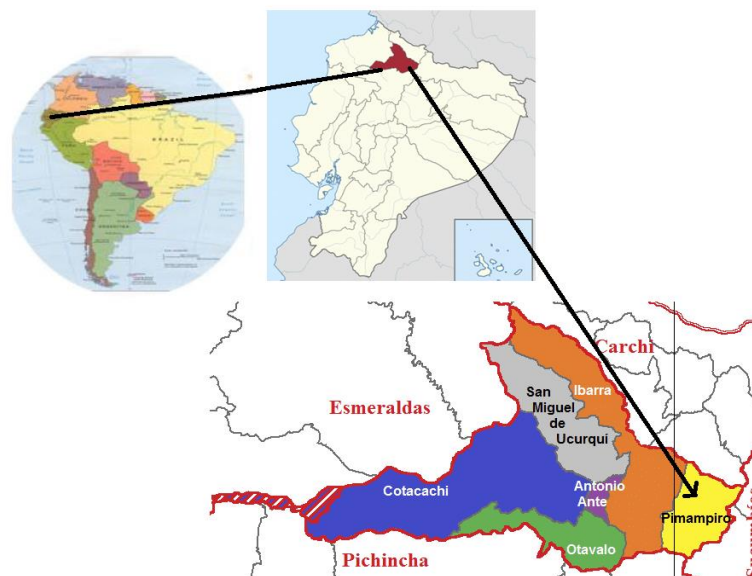
Pimampiro es un lugar donde acuden una significativa cantidad de turistas, siendo un complemento los helados de crema que se pretende desarrollar en el presenta propuesta de implementar una microempresa dedicada a la producción y comercialización de helados.

### 1.7.3. Aspectos sociales

Se describirá aspectos como ubicación geográfica, aspectos demográficos y poblacionales, distribución de la población por cantones, es decir todo lo vinculado con el aspecto social que tenga importancia para el desarrollo del estudio.

#### Ubicación geográfica

Pimampiro se encuentra en los Andes del norte de Ecuador. Su capital es la ciudad de Pimampiro, que tiene una elevación de 2,163 metros (7,096 pies) sobre el nivel del mar. Pimampiro tiene un área de 437 kilómetros cuadrados (169 millas cuadradas).



*Figura 2 Mapa de Ubicación de Pimampiro*

#### Aspectos demográficos y poblacionales

La planificación es una estrategia para procurar el desarrollo y formular propuestas en el ámbito social, económico y ambiental; la población del cantón es el sujeto activo de esta



estrategia, pues actuando en el medio físico, que es el territorio cantonal, ejecuta las actividades productivas, comerciales, de consumo y de relacionamiento social. (Pimampiro, 2019)

Por lo tanto, resulta necesario e importante conocer la distribución de la población en el territorio, las tendencias existentes, la forma en que está compuesta y la manera como se distribuye la población sobre el territorio de Pimampiro, las formas de ocupación, que luego, complementándose con el análisis del ordenamiento territorial, permitan establecer acciones que tengan mayor impacto en el mejoramiento de las condiciones de vida de la gente. (Pimampiro, 2019)

### **La población cantonal en el contexto provincial y nacional**

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en base al último Censo de Población y Vivienda realizado el 2001, el cantón Pimampiro tiene una población de 12.951 habitantes, es decir es el cantón de más baja población en la provincia de Imbabura, representa el 3.8% de la población provincial y el 0.11% de la población nacional. El 36% de la población habita en la parte urbana, en tanto que el 64% lo hace en el sector rural. Por sexos, la población es relativamente igual entre hombres (51.1%) y mujeres (49.9%). (Pimampiro, 2019)

El peso relativo de la población de Pimampiro con respecto a la provincia ha disminuido del 5.6% de 1990 al 3.8% en la actualidad. Es decir, en 1990, 6 de cada 100 imbabureños vivían en Pimampiro, mientras que hoy, 4 de cada 100 imbabureños viven en este cantón. Como se puede ver, la distribución relativa de la población a nivel provincial ha cambiado. (Pimampiro, 2019)

**Tabla 6**

#### ***Distribución relativa de la población cantón Pimampiro***

<b>ÁREA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Urbana	4.654	2.271	2.383
Rural	8.297	4.223	4.074
<b>Total</b>	<b>12.951</b>	<b>6.494</b>	<b>6.457</b>

FUENTE: INEC, Censo de 2010

Elaborado por: La autora

Esta tendencia refuerza la caracterización del cantón Pimampiro como zona expulsora de población.

### **Distribución de la población por parroquias**

Entre los períodos censales de 1990 y 2001 la población de todas las parroquias decrece, siendo más pronunciada la tendencia en San Francisco de Sigsipamba y en Mariano Acosta.

Según el Censo de 1990, el peso de la población de las tres parroquias rurales sobre el total cantonal era del 40%, en tanto que para el 2001 ese porcentaje cayó al 37%; lo que significa que la distribución de la población varió, la migración ha sido más alta en el sector rural, por lo que el peso poblacional de las tres parroquias con relación al cantón disminuyó. (Pimampiro, 2019)

Este aspecto permite deducir que las concentraciones de población en determinados espacios responden a dinámicas económicas, sociales y hasta políticas, y que la vialidad y los servicios influyen en éstas.

En Pimampiro la población mestiza es mayoritaria con un 77% del total de habitantes; el 14% es indígena y los habitantes negros o afro descendientes representan el 4%. Según el Censo del 2001, un 4% de la población cantonal se reconoce como blanca. Mariano Acosta es la parroquia con mayor población indígena, que representa el 59,5% del total, en tanto que la población mestiza corresponde al 40,5%. Por su lado los afroecuatorianos se asientan, casi exclusivamente, en la comunidad Chalguyacu, de la cabecera cantonal. (Pimampiro, 2019)

### **Distribución de la población por área de residencia**

Como se puede observar en los datos, en Pimampiro el porcentaje de población rural es del 64%, cifra superior a la población urbana que es el 36%. Si analizamos el período intercensal, podemos observar cambios en cuanto a la distribución geográfica poblacional, para el 2001 el indicador rural disminuye. El predominio de la población rural significa una notable presión sobre los recursos naturales, más aún si no se determinan políticas enfocadas al uso y manejo adecuado de estos recursos. Esta distribución de la población también afecta a la prestación de servicios básicos, salud y educación, pues significa mayor inversión por la dispersión poblacional en el campo, así como por la dificultad de acceso de la gente que vive en él. Esto es notorio también en la parroquia Pimampiro, que tiene el 43% de la población viviendo en la zona rural de la parroquia. (Pimampiro, 2019)

## **Estructura demográfica**

En Pimampiro, la composición de la población por grupos de edad ha sufrido cambios, quizá debido a la aplicación de políticas de planificación familiar y educación sexual y reproductiva, el índice de población infantil y adolescente ha disminuido. Hay que resaltar que Pimampiro es un cantón joven, con un 58% de la población comprendida en el rango de 0-29 años.

A nivel cantonal existe casi el mismo número de hombres y mujeres; sin embargo, en las parroquias hay diferencias. En Chugá, el índice de mujeres es más bajo, mientras que en Mariano Acosta es mucho más alto. (Pimampiro, 2019)

## **Crecimiento de la población**

Según el INEC, Pimampiro presenta un decrecimiento poblacional de un 1.6% promedio anual, es el único cantón de la provincia que crece negativamente. La existencia de un 23% de la población ubicada en el rango de 0-9 años significa una tasa de natalidad alta, si esto comparamos con el decrecimiento existente, se comprende que en Pimampiro ha existido un fuerte proceso migratorio. (Pimampiro, 2019)

## **Densidad poblacional**

La densidad poblacional actual de Pimampiro es de 29.7 habitantes por kilómetro cuadrado, superior a la densidad provincial de 7.7 hab./km<sup>2</sup>, e inferior a la nacional de 45 hab./km<sup>2</sup>. Esto significa que, en Pimampiro, por cada 100 has. Existen 29.7 habitantes, que es relativamente alto, constituyéndose en presión sobre los recursos naturales del cantón, lo que obliga a considerar la necesidad de planificar la ocupación del territorio. El promedio de personas por hogar es de 3.9 para el cantón; 3.6 para el área urbana; y, 4.1 para el área rural. (Pimampiro, 2019)

**Tabla 7****Principales datos físicos del cantón Pimampiro**

<b>VARIABLE</b>	<b>DATOS</b>
Ubicación	52 km al noroeste de Ibarra, Provincia de Imbabura
Altura	2.165 m.s.n.m
Clima	Templado Seco a frio
Temperatura Promedio	15 ° C
C. Extensión	442.50 km <sup>2</sup>
Precipitación	500-100 mm
Parroquias	Chugá, Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba y Matriz

FUENTE: GAD Pimampiro

Elaborado por: La autora

En la tabla 7 se hace referencia a los datos físicos del cantón Pimampiro, como son la ubicación, temperatura y parroquias que lo conforman estos nos servirán de referencia en la investigación de mercado.

#### 1.7.4. Aspectos tecnológicos

Para la adquisición de la maquinaria, equipo y utensilios se lo realizará en la página web de mercado libre a continuación, se procede a describir la maquinaria a utilizar para la elaboración de helados:

**Tabla 8****Tipo de maquinaria**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1	Cocina Industrial
1	Batidora Industrial
1	Congelador Vertical
1	Balanza
1	Licuada

Elaborado por: La autora

En la tabla anteriormente descrita se hace referencia a la maquinaria y equipo que se utilizará en la producción de los helados, tomando en cuenta a los básicos, en el estudio técnico se describirá las características y costo de cada uno.

## 1.8. Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

La identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos se los realizará basándose en los análisis de los aspectos legales, económicos, sociales y tecnológicos desarrollados anteriormente, de manera que se tomará de ellos los aspectos más relevantes los cuales darán la viabilidad para continuar con el estudio de factibilidad y desarrollar los siguientes capítulos.

**Tabla 9**

**Matriz AOOD - Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sra. Sonia Guerra</li> <li>• Proyecto Geoparque de Imbabura</li> <li>• Potenciales Vendedores, centros turísticos</li> <li>• Proveedores de frutas, agricultores</li> <li>• Entidades financieras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parroquias lejanas del cantón</li> <li>• Deslizamientos en las carreteras</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Clima, pisos climáticos</li> <li>• Se dispone del espacio físico para iniciar la microempresa</li> <li>• Experiencia necesaria para la elaboración del producto</li> <li>• Aporte al desarrollo y crecimiento del cantón debido al incremento de visitantes</li> <li>• Aprovechamiento de las frutas de la zona</li> <li>• Contacto con proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de gustos y preferencias de los clientes</li> <li>• Cambio de clima que afecte el consumo de helados</li> <li>• No es un producto de primera necesidad</li> </ul>

### **1.9. Identificación de la oportunidad de inversión.**

Luego de haber terminado la investigación diagnóstica y de realizar el análisis correspondiente, se puede observar a manera de balance, que la suma de aliados y oportunidades son mucho más potentes que los oponentes y riesgos identificados; por lo que, se tiene una mejor percepción y certidumbre acerca de las posibilidades para desarrollar la propuesta.

En estos momentos el municipio de Pimampiro está desarrollando su planificación para el desarrollo turístico del cantón, por lo que esto constituirá una posibilidad adicional que potencie la presente propuesta.

Quizá podría identificarse un problema en la falta de transformación de materia prima frutal, que vista desde esta investigación podría ser resuelta en buena parte con su transformación en helados.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Introducción**

En el marco teórico constan los elementos que fundamentan la investigación. Proporciona al lector conceptos para comprender de mejor manera el tema. Consta de conceptualizaciones sobre términos básicos y de otros que pudieran tener un interés en particular en desarrollarlos.

Hoy en día toda empresa busca implementar mecanismos o procedimientos para mejorar el desempeño, productividad e innovación; por lo tanto, el esclarecimiento de conceptos en el marco teórico es fundamental para facilitar la comprensión de la temática en desarrollo.

#### **2.2. Objetivo general**

Conceptualizar y fundamentar bibliográficamente los diferentes términos pertinentes a la investigación para facilitar la comprensión a los lectores de este documento.

#### **2.3. Objetivos específicos**

- Conceptualizar términos relacionados con emprendimientos familiares y producción de helados.
- Conceptualizar términos relacionados con procedimientos metodológicos de investigación.
- Conceptualizar términos relacionados con el estudio de mercado.
- Conceptualizar términos relacionados con el estudio técnico.
- Conceptualizar términos relacionados con evaluación económica de proyectos.
- Conceptualizar términos relacionados con la estructura organizacional.

#### **2.4. Conceptualización de términos relacionados con emprendimientos familiares y producción de helados.**

El mundo actual experimenta muchos cambios a una velocidad sorprendente, tener un empleo cada vez es más difícil, es por ello que los profesionales modernos deben estar

capacitados para emprender de forma segura y utilizando las herramientas que nos da la ciencia contable.

### **2.4.1. Emprendedor**

Desde sus inicios el emprendimiento se ha convertido en un medio para el desarrollo de la sociedad, de aquí nace la importancia de un emprendedor, ser uno no solo equivale a tener una empresa. “Emprendedor es una persona con visión estratégica, creativa e innovadora que aplica sus habilidades para satisfacer plenamente las necesidades de la sociedad mediante un producto-servicio” (Ross, 2014, pág. 18). Podemos decir que es aquella persona que convierte una necesidad en oportunidad aprovechando los recursos que dispone para lograr sus objetivos que le ayudarán a obtener réditos financieros, aportando al desarrollo económico y social.

### **2.4.3. Habilidades del emprendedor**

El emprendimiento de una idea o negocio puede realizarlo cualquier persona dependiendo de las habilidades que posea este, cabe destacar que un emprender puede ser innato o puede formarse en el transcurso del tiempo dependiendo de sus necesidades personales y del medio en donde se desenvuelve.

Chavarría (2019) menciona las siguientes capacidades imprescindibles de un emprendedor:

- Gestión de tiempo y planificación,
- Capacidad de innovación,
- Comunicación eficaz y disposición para negociar,
- Competencias emocionales,
- Manejos de las herramientas digitales, y,
- Dominio de idiomas.

De acuerdo con el mundo globalizado podemos definir al emprendedor moderno como aquel que se adapta a las nuevas tendencias de la época, haciendo uso de las herramientas que le ofrece la tecnología, así como su enfoque a dar soluciones a las necesidades sociales, económicas y ambientales.



### **2.4.5. Producción**

Económicamente, la producción contribuye a la generación de valor agregado a un determinado producto o servicio generando réditos económicos, en la parte social, involucra la generación de fuentes de empleo debido al uso de la mano de obra, de manera más concreta. “La producción consistirá en efectuar las operaciones que requiera el producto, lo que a su vez supondrá llevar a cabo los procesos productivos correspondientes, integrados por actividades” (Cuatrecasas Arbós, 2011, pág. 47). En sí, involucra el elemento humano, recursos financieros y tecnológicos para obtener un producto útil para la sociedad que cubra algún tipo de necesidad.

### **2.4.6. Procesos de producción**

Con la llegada de la era de la industrialización, cada vez se ha tratado de agilizar los procesos de producción para optimizar el uso de recursos disminuyendo el tiempo y costo sin afectar a la calidad del producto o servicio, todo esto como consecuencia directa del constante incremento en la demanda y la competencia. Según Betancourt & Ruiz (2018) menciona que todo proceso de producción o proceso productivo:

Está compuesto casi siempre por varios puestos de trabajo, donde se realizan operaciones tecnológicas, de inspección, control o de servicios al proceso por lo que una adecuada y óptima organización y servicio al puesto de trabajo, sea sumamente importante para mejorar el proceso en cuando a eficiencia y productividad se refiere. (pág. 14)

Los procesos de producción en sí, siguen una secuencia estandarizada con la finalidad de obtener un producto final de buena calidad que aporte a cubrir las necesidades de los individuos, esta es parte fundamental por las que pasa un producto para llegue a su destino.

### **2.4.7. Elementos de producción**

La elaboración de un producto o servicio implica la combinación de factores productivos y tecnológicos que involucran el factor humano y materia prima cuyo propósito es satisfacer una necesidad.

Arredondo (2015, pág. 47) menciona que los principales componentes del costo de producción son:

- Materiales directos,
- Mano de obra directa, y,
- Gastos indirectos de fabricación (GIF).

Al hablar de los elementos de producción, estamos diferenciando las partes que lo conforman para determinar su costo y a la vez facilitar la fabricación de los diferentes bienes o servicios que se desea producir, los cuales a su vez permiten satisfacer la demanda de los consumidores.

#### **2.4.8. Definición de helado**

El helado es un compuesto de diferentes elementos apreciados por las personas, que se lo sirve congelado y se caracterizan por su gran variedad de sabores, colores, texturas, presentaciones y precios.

Según Sastre & Polo (2017) dice:

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. (pág. 105)

Este es un producto de larga trayectoria que ha evolucionado al pasar del tiempo adaptándose a los procesos tecnológicos para su elaboración, lo que ha incrementado su variedad de presentaciones, facilitando su forma de producirlo y su comercialización.

#### **2.4.9. Tipos de helados**

En la actualidad existen diversos tipos de helado, siendo una tarea muy compleja su clasificación, pero se presentará las formas más conocidas:

##### **2.4.9.1. Helados con base cremosa**

Estos helados tienen una contextura cremosa ya que generalmente provienen de los derivados de la leche que puede ser de origen animal o vegetal. Según González (2018) dice que los helados de base cremosa son:

Aquellos que entre sus ingredientes y fórmulas integran elementos lipídicos o grasos, transmitidos tanto en la realización de la crema base como en los elementos complementarios. Entre ellos, destacan principalmente los elementos lácteos, sus derivados, los ovoproductos y las grasas, viéndose complementados con azúcares, chocolates y frutos secos. (pág. 82)

En la fabricación de este tipo de helado se requieren elementos grasos ya sean de procedencia natural o artificial, los cuales se los mezcla con frutas u otros ingredientes y sabores, los cuales hacen que sean deliciosos a la hora de consumirlos.

#### **2.4.9.2. Helados con base no cremosa**

Entre los helados de tipo no cremosos destacan los elaborados a base de agua y frutas o componentes artificiales, que se pueden encontrar en el mercado en forma de bolos o paletas, estos resultan más fáciles de solidificarse. En la definición de González, (2018) plantea que los helados de base no cremosa son:

También conocidos con el nombre de helados de hielo, no presentando entre sus ingredientes fórmulas con bases lipídicas. Este tipo de helados presenta un mayor rendimiento debido al gran contenido en agua que poseen, requiriendo un procesado previo a su servicio, con el fin de eliminar posibles cristales causados por la congelación. (págs. 86-87)

Estos helados de fácil preparación que generalmente los encontramos en todo tipo de lugares de expendio y no requieren procesos complicados en su elaboración son de bajo costo por lo tanto accesible a todos los que deseen deleitarse con este rico postre.

#### **2.5. Conceptualización de términos relacionados con procedimientos metodológicos de investigación.**

En este parte se mencionará los términos metodológicos que utilizaremos para la presente investigación.

### 2.5.1. Estudio de factibilidad

Cuando se desea poner en marcha un negocio es de suma importancia realizar un estudio de factibilidad que nos permita tener una idea acertada del comportamiento del mercado en el cual se desenvolverá sus actividades.

Pacheco & Pérez (2018) plantea que el estudio de factibilidad es:

Una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir, preguntar “qué”, lo cual una vez definido, verifica la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar. (pág. 16)

En el mundo empresarial moderno en donde los nichos de mercado cada vez son más estrechos, disponer de un estudio fiable que nos permita determinar las posibilidades de éxito para emprender de forma confiable que permitan tomar decisiones fundamentadas.

### 2.5.3. Tipos de investigación

Se conocen algunos tipos de investigación los mismos que nos permiten conceptualizar cuales son las herramientas para utilizar en el desarrollo de un estudio. Desde el punto de vista de Cuenca & Muyor (2017), se pueden establecer tres tipos de investigación conforme a los conocimientos previos sobre su objeto de estudio:

- Investigación exploratoria. - Las investigaciones exploratorias buscan ofrecer un primer contacto con un objeto de estudio que no ha sido apenas analizado con anterioridad, (fundamentalmente porque es un fenómeno nuevo...). Por esto, lo que se pretende es dar una visión general y aproximada.
- Investigación descriptiva. - se pretende describir la frecuencia, el alcance o las características de un fenómeno social. En otras palabras, se pretende precisar y medir cómo es, cómo se manifiesta o en qué medida se presenta un determinado problema. Se trataría de un paso intermedio entre la investigación exploratoria y la explicativa.
- Investigación explicativa. - Los estudios explicativos permiten un nivel de comprensión más profundo del objeto de estudio. Se centran en analizar las causas que explicarían por qué se produce, -o no-, ese fenómeno en concreto. (pág. 55)

Para la realización del presente estudio se tomará en cuenta la investigación exploratoria, descriptiva y explicativa que permitirá comprobar o descartar hipótesis mediante parámetros fiables de manera sostenida y comprobada que dará confiabilidad al proyecto a realizar.

#### **2.5.4. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)**

Para tener una idea acertada del mercado donde nos vamos a desenvolver es necesario conocer nuestras fortalezas y oportunidades, así como las debilidades y amenazas a las que nos enfrentamos, dos de estas son controladas internamente y las otras escapan a nuestro control. “El análisis DAFO, FODA o DOFA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto que analiza sus características internas (DEBILIDADES y FORTALEZAS) y su situación externa (AMENAZAS y OPORTUNIDADES) en una matriz cuadrada” (Martínez, 2016, pág. 33). Esta herramienta permite tener una visión general del entorno en el cual se desarrollará el proyecto o empresa, ya que se puede analizar la situación empresarial para poder definir las estrategias a seguir de acuerdo con las variables planteadas.

#### **2.5.5. Encuesta**

Cuando realizamos un estudio de mercado es de suma importancia que la encuesta este bien realizada debido a que nos permite tener una información precisa de lo que estamos investigando. “La encuesta proporciona una valiosa información si se ha diseñado un buen cuestionario. Igualmente hay que determinar la población que va a ser objeto de estudio y la muestra correcta. Se pueden utilizar medios como el teléfono, la web, presencial, etc.” (Martínez, 2016, pág. 38). Una encuesta bien elaborada utilizando cualquiera de los medios disponibles nos permitirá contar con un estudio fiable para recabar información confiable que sirva de base para la investigación o proyecto a desarrollar.

#### **2.5.6. Entrevista**

Entre los diferentes procedimientos para obtener información, tenemos a la entrevista que permite obtener datos en forma directa basada en cuestionamientos que son requeridas por quien realiza la entrevista. “La entrevista es una técnica en la que una persona solicita información de otra persona o de un grupo para obtener datos sobre un problema determinado” (Cuenca Piqueras & Muyor Rodríguez, 2017, p. 57). Esta es una manera rápida y sencilla para obtener la información de forma directa sobre un tema específico, permitiendo al entrevistador

interactuar con el entrevistado para recopilar datos que le permitan despejar las interrogantes propuestas.

## **2.6. Conceptualización de términos relacionados con el estudio de mercado**

En esta sección se dará la definición de los términos concernientes al estudio de mercado, relacionados con el proyecto a desarrollar.

### **2.6.1. Estudio de mercado**

Al realizar un estudio de factibilidad un factor importante que se debe tomar en cuenta es el estudio de mercado, porque servirá de fuente de información relacionada al mercado en el cual va a incursionar una organización dependiendo de las actividades productivas a las que se dedique. Según Pacheco & Pérez (2018) menciona que:

La importancia del estudio de mercado radica en que se evitan gastos, las decisiones se toman basadas en un mercado real, se conoce el ambiente donde la empresa realizará sus actividades económicas, permite trazar varios rumbos, se sabe si el proyecto va a satisfacer una necesidad real, ilustra sobre las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras y se conoce la parte sobre la que tiene control la competencia. (pág. 31)

El estudio de mercado es la base para que el plan de negocios tenga continuidad y puedan llevarse a cabo el estudio técnico, financiero, de viabilidad económica y los aspectos legales por lo cual debe aplicarse con eficiencia y eficacia.

### **2.6.2. Segmento de mercado**

La identificación del nicho de mercado es importante para las organizaciones o microempresas porque es a donde va dirigido el producto o servicio que se brindará, estos serán los posibles clientes que harán a un negocio exitoso. “El segmento de mercado es un grupo relativamente amplio y homogéneo de consumidores que tienen gustos parecidos, poder de compra, ubicación geográfica o hábitos de compra similares y que reaccionarán de forma similar ante las fluctuaciones del mercado” (Martínez , 2016, pág. 39). En sí, hablar del segmento de mercado es referirse a los clientes potenciales con gustos similares y que tendrán poder adquisitivo de un producto o servicio que será ofertado.

### **2.6.3. Mercado meta**

Es un segmento que se debe identificar en forma correcta, ya que, depende de las necesidades de este grupo de personas sobre un producto o servicio ofertado para obtener un valor organizacional. “El mercado meta es el conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes a los cuales la empresa decide servir” (Díaz, 2015, pág. 329). Este mercado hace referencia al destinatario final de un producto o servicio en función de sus necesidades y donde este se sienta satisfecho con lo obtenido.

### **2.6.4. Demanda**

Los seres humanos tenemos necesidades las cuales deseamos cubrir con un bien o servicio, el cual es ofrecido por una empresa que busca satisfacer a sus clientes. “La demanda refleja el comportamiento que tienen los consumidores frente al precio de un producto o servicio” (Moreno, 2016, pág. 109). Es decir, la demanda involucra una cantidad de bienes o servicios que se adquieren para satisfacer las necesidades de un consumidor, haciendo alusión al comportamiento de este sobre los precios y ofertas que tengan dichos productos en el mercado.

### **2.6.5. Oferta**

En la actualidad tener una buena oferta es de gran relevancia para posesionarse en el mercado de forma correcta, por lo tanto, es una cantidad de servicios o productos que las empresas brindan a la demanda. “La oferta es la relación entre la cantidad ofrecida y el precio al cual se ofrece en el mercado” (Estrella Suárez & González Vázquez, 2017, pág. 146). En consecuencia, se debe considerar que existen una cantidad de empresas que ofrecen sus productos o servicios que tienen similares características y que buscan satisfacer las necesidades del consumidor, a esto se le denomina oferta.

### **2.6.6. Producto**

Un producto es lo que las empresas ofertan en un mercado, siendo estos diversos y los servicios múltiples para poder llegar al mercado meta para el cual fue diseñado este. Según Pacheco & Pérez (2018, p. 33) definen al producto como: “Cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”. Toda empresa es en esencia una productora de bienes o servicios que busca darles

un valor agregado para que pueda satisfacer las necesidades de sus potenciales clientes, con la finalidad de obtener por medio de estos beneficios.

### **2.6.7. Precio**

El precio es el resultado de la suma de los costos de producción de un producto más al costo de comercialización, permitiendo tener una ganancia a quien elabora o comercializa un bien o servicio. Según Mora & Schupnik (2009), el precio es la:

Cantidad de dinero, que hay que pagar por la compra o alquiler de un determinado producto o servicio. También podríamos definir precio como el valor monetario, con base en el cual, quien ofrece en venta un bien o servicio estaría dispuesto a participar en un proceso de intercambio. (pág. 5)

Se debe recalcar que todo producto o servicio que será ofertado tiene un precio que va de acuerdo con las características de este y en función a la satisfacción de las necesidades de las personas que lo demanden, es decir el dinero que se pague representa el precio.

### **2.6.8. Comercialización**

Toda empresa realiza la comercialización de productos o servicios dependiendo de la razón social de las mismas, por lo que deben desarrollar estrategias para ser eficaces en la venta que van a desarrollar durante la vida de estas. De acuerdo con Cueva, Romero & Ramírez (2018):

La comercialización es clave para cualquier modelo de desarrollo, los precios deben ser justos, acorde a la calidad de los productos, logrando una distribución justa de las riquezas y evitándose de este modo las grandes diferencias económicas dentro de la sociedad. (pág. 21)

Al referirnos a comercialización se debe tomar en cuenta algunas acciones que se pondrá en marcha para mejorar la distribución de productos o servicios, aplicando estrategias que promocionen que den valor agregado a estos bienes y no pasen desapercibidos en el mercado en el cual van a ser ofertados.



## **2.7. Conceptualización de términos relacionados con el estudio técnico**

La terminología relacionada con el estudio técnico se abordará la ubicación de la planta y la ingeniería del proyecto.

### **2.7.1. Estudio técnico**

En el estudio técnico se contemplan aspectos relacionados con la adquisición de bienes de capital, operatividad de la planta, mediante la utilización eficiente de los recursos disponibles para la realización de los procesos productivos. “Consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macrolocalización del plan estratégico de negocios” (Cipriano Luna González, 2016, p. 132). El estudio técnico permite establecer los procedimientos que se van a realizar para el funcionamiento de la planta, aquí se contempla los recursos necesarios para ello.

### **2.7.2. Macro localización**

Se analiza el sector o lugar donde se instalará la planta, contrastando variables que permitan ahorrar recursos en sus operaciones. “La macrolocalización constituye la selección del área dentro de una región o ciudad, en la cual se localizará el proyecto, se denomina estudio de macro localización” (Araujo, 2015, pág. 65). Se realiza el análisis de los factores que inciden en el mercado de consumo, así como la fuente de materia prima para la ubicación de la planta de manera que se pueda ahorrar recursos.

### **2.7.3. Micro localización**

Es la ubicación exacta donde se pondrá en funcionamiento la planta, tomando en cuenta factores como transporte, materia prima, mano de obra calificada de tal forma que se optimice los recursos. De acuerdo con Galindo, (2015), la microlocalización de la empresa:

Posibilita analizar de una manera específica el área de influencia de la empresa, tomando en cuenta el sector y la dirección de la misma, se puede analizar también los factores locales que le permitirán evaluar la capacidad de éxito o de fracaso del proyecto. (pág. 14)

En la selección la región donde se ubicará el negocio se toma en cuenta la concentración de los consumidores, así como restricciones urbanísticas entre otros, después de a ver realizado el estudio de la macrolocalización.

#### **2.7.4. Capital de trabajo**

Cuando hablamos de capital de trabajo, se establece los recursos que permitirán la operatividad del proyecto, tal es así, que tiene mucha incidencia el tipo de proyecto que se va a efectuar, definiendo la correcta planeación del negocio cuando este inicia sus actividades. Según Cipriano (2014) el capital de trabajo se entiende como:

La diferencia o resta entre el activo circulante y el pasivo circulante, o dicho con otras palabras se refiere a los recursos requeridos por el negocio para funcionar en condiciones normales, es decir, pagar a los proveedores, pagar nóminas, la mercadotecnia, etc. (pág. 166)

El capital operacional garantiza el funcionamiento de la empresa, es por eso por lo que un adecuado estudio evitará tener contratiempos futuros como es la falta de recursos para cumplir con las obligaciones contraídas.

### **2.8. Conceptualización de términos relacionados con evaluación económica**

Se referirá a términos que permitirán establecer la situación financiera del proyecto a ejecutarse. Se debe llevar a cabo un proceso contable para tener información clara sobre las cuentas y el efectivo de una manera documentada, veraz y oportuna.

#### **2.8.1. Estado de situación financiera**

El Estado de Situación Financiera anteriormente conocido como Balance General es un estado básico primario que nos permite conocer la inversión de la empresa, debido a que se registran los activos, pasivos y patrimonio que posee la empresa, en un determinado periodo de tiempo. Según Cipriano (2014) el Estado de Situación Financiera es:

El informe contable fundamental, en el sentido de que toda transacción se registra con vistas a su efecto sobre el mismo. El balance general muestra el estado que guarda el negocio a una fecha determinada, con las limitaciones inherentes a las cifras que se usan. El balance general presenta la situación financiera del negocio, porque muestra

clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades y obligaciones, así como el valor del capital. (pág. 117)

Este documento refleja finalmente que posee en realidad la empresa mediante la ecuación patrimonial es decir activo = pasivo + patrimonio, en un tiempo determinado que servirá de base para la toma de decisiones y creación de estrategias empresariales.

### **2.8.2. Estado de resultados integral**

Es un estado financiero básico que nos muestra el retorno de la inversión, mediante la contrastación de la cuenta de ingresos con la de gastos y costos para el establecimiento de la utilidad o pérdida del ejercicio económico en un tiempo determinado. De acuerdo con Cipriano (2014) el estado de resultados integral es:

Un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio. Este estado forma parte de los estados financieros proforma; su objetivo principal es estimar la situación financiera del plan y calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo proyectados. (pág. 172)

Como consecuencia de las operaciones de una empresa, estas siempre deberán arrojar un resultado positivo (superávit) o negativo (déficit) en un periodo contable determinado que generalmente es de un año, es aquí donde básicamente se maneja la parte financiera de la empresa.

### **2.8.3. Estado de cambio en el patrimonio neto**

Se lo conoce también como Estado de Cambio en el Patrimonio, nos permite tener un oportuno conocimiento sobre el aporte de los accionistas, incremento del patrimonio por diversas causas, pago de dividendos, utilidades retenidas y otros dentro de un periodo contable. Como expresa Godoy (2018) el estado de cambio en el patrimonio:

Debe presentar una conciliación para cada componente del patrimonio al inicio y al final del período; detallando por separado los cambios resultantes de las utilidades, de cada partida del otro resultado integral y de las transacciones con los propietarios, mostrando por separado las contribuciones y distribuciones a estos. (pág. 208)

Es un documento que refleja el incremento o disminución en el patrimonio de una empresa en un determinado tiempo, de tal forma que un gerente, dueño o directivo empresarial podrá tomar decisiones acordes con la información verídica y oportuna que este estado proporciona.

#### **2.8.4. Estado de flujo de efectivo**

Este estado se lo realiza al final del periodo contable es de mucha importancia, porque permite tener un acertado conocimiento sobre el efectivo que la empresa obtiene de sus actividades en un periodo contable, para la elaboración de ese estado se debe tener realizado el Estado de Resultados Integral. Según Vilches (2019) el estado de flujo de efectivo:

Consiste en un informe contable-financiero básico que muestra una clasificación de los ingresos y egresos de efectivo producidos en un período determinado. Este estado contable se centra en los recursos líquidos (flujos de efectivo) y clasifica en mejor forma el origen y la aplicación de dichos recursos, en actividades operacionales, de inversión y de financiamiento. (pág. 154)

El estado de flujo de efectivo se lo puedo considerar como una herramienta, que nos permite evaluar el desempeño del efectivo en un periodo determinado o entre periodos, lo que permitirá tomar correctivos y creación de nuevas estrategias que ayuden a mejorar el desempeño del flujo de efectivo.

#### **2.8.5. Valor actual neto – VAN**

El VAN es un indicador de suma importancia dentro del estudio de un emprendimiento, debido a que, permite conocer la viabilidad de este, mediante la actualización de los flujos de efectivo a un valor actual. Según Cipriano (2014), el VAN:

Se entiende como el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; en otras palabras, consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un plan y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando esta equivalencia es mayor que la inversión inicial, entonces, es recomendable que el plan sea aceptado. (pág. 180)

El Valor Actual Neto, nos permite evaluar de forma primaria la factibilidad de ejecutar un proyecto, podríamos definirlo como un filtro (temprano) inicial que permite establecer la rentabilidad de una inversión, de esta forma podemos ir bosquejando el comportamiento que representa la misma en un determinado proyecto, por ende, si en el análisis de un emprendimiento el VAN es mayor a 0, entenderemos que es factible establecerlo.

### **2.8.6. Tasa interna de retorno – TIR**

Es considerada una herramienta financiera que permite evaluar los proyectos con gran efectividad, mostrando el comportamiento de una inversión en porcentaje de beneficio o pérdida. Según Cipriano (2014), el TIR:

Se entiende como la tasa de descuento por lo cual el VPN es igual a cero, también se interpreta como la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; en otras palabras, esta tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egreso. (pág. 182)

La tasa interna de retorno va de la mano con el valor actual neto, nos permite analizar porcentualmente la rentabilidad de un proyecto, algunos autores le consideran como la tasa de descuento que nos permite establecer un margen de ganancia o pérdida, midiendo si es viable de realizar dicho emprendimiento.

### **2.8.7. Costo beneficio**

Es un índice que establece la comparación directa de los beneficios sobre los costos del proyecto para determinar si es factible o no de ponerlo en marcha. “El costo beneficio es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto” (Estupiñán, 2014, pág. 210). Esta herramienta permite medir la relación costo - beneficio también conocido como índice neto de rentabilidad, se lo obtiene de la división del valor actual neto para la inversión o costos totales.

### **2.8.8. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

El PRI es un ratio financiero que permite establecer con precisión el tiempo en el cual se recupera la inversión realizada en un proyecto, lo cual dará una idea de si es factible de realizar o no la misma. “Es el tiempo que se requiere para que una inversión genere flujos de

efectivo suficientes para recobrar su costo inicial” (Ross, 2014, pág. 223). Es un indicador que mide en cuanto tiempo se recuperará la inversión a valor presente, dando a conocer con precisión los años, meses y días de su recuperación.

### **2.8.9. Punto de equilibrio**

El Punto de equilibrio permite determinar de acuerdo con sus ventas el punto donde los ingresos son iguales a los costos, se entendería que no se gana ni pierde. “Se define como la cantidad de producido que iguala los ingresos totales con los costos totales, lo que equivale a decir que es el volumen de producido para el cual el ingreso operacional es cero” (Toro, 2016, pág. 16). Este indicador muestra las cantidades o el dinero en el cual una empresa no pierde ni gana, al momento que se encuentra el nivel para cubrir los costos fijos o variable con los ingresos obtenidos por las ventas en un proyecto.

## **2.9. Conceptualización de términos relacionados con la estructura organizacional**

La estructura organizacional es parte de la función de organización, nos permite establecer niveles de responsabilidad, así como la filosofía empresarial de manera que se obtenga los objetivos propuestos.

### **2.9.1. Estructura organizacional**

Al referirnos a la estructura organizacional se estructura las tareas para alcanzar los objetivos establecidos por la organización. “La estructura organizacional se establece de manera inicial por medio del diseño de los principales componentes o subsistemas y luego por medio del establecimiento de patrones de relación entre estos subsistemas” (Martínez, 2016, pág. 140). Al momento de organizar y asignar las actividades que les corresponden a las personas que conforman una organización, estamos hablando de estructura organizacional, la misma que se grafica mediante un organigrama estructural.

### **2.9.2. Misión**

La misión es la visualización de los objetivos de la empresa en un corto plazo, lo cual cada uno de los trabajadores que conforman la organización tendrán que cumplir en todo momento para alcanzar el éxito. “De manera más simple, la misión es un vínculo entre las convicciones personales (los valores) y las experiencias profesionales que de algún modo se vislumbran” (Chavarría, 2019, pág. 61). Se puede afirmar que la misión es lo que nos motiva

a movernos (el porqué), enfocado en el presente, mediante ella justificamos lo que se está desarrollando en un momento determinado por el personal de un negocio.

### **2.9.3. Visión**

La visión representa lo que se desea hacer y hacia donde se va a llegar en un tiempo determinado. “La visión define las metas que queremos alcanzar como compañía. Dónde queremos estar en los próximos 2 o 5 años” (Gusó, 2017, pág. 44). En la visión se proyecta una imagen que la organización espera obtener a futuro, es decir, la expectativa ideal de lo que se desea que ocurra, pero debe ser realista sin dejar de ser ambiciosa, guiando y motivando al personal para que continúen trabajando.

### **2.9.4. Políticas**

Las políticas empresariales definen el modelo a seguir desde el punto de vista del CEO o Gerente, están ligadas a la administración. “Las políticas se establecen de manera inicial por medio del diseño de los principales componentes o subsistemas y luego por medio del establecimiento de patrones de relación entre estos subsistemas” (Moreno, 2016, pág. 100). Un director establece las reglas a seguir dentro de la organización que dirige, las cuales deben ser cumplidas por sus empleados para lograr un mejor desempeño por parte del personal, dichas normas marcan y alinean los procedimientos a seguir.

## **2.10. Conclusión del marco teórico**

Al finalizar la conceptualización de los términos organizados en los diferentes grupos planteados queda una sensación de aprendizaje significativo en la autora, porque ha sido necesario leer diferentes documentos y relacionar los conceptos con los momentos de aplicación y desarrollo de los componentes del presente trabajo de grado. Tener más claro en qué consisten los emprendimientos familiares, fundamentar técnicamente el procedimiento de helados artesanales y tener una mejor conciencia sobre la evaluación de proyectos antes de tomar la decisión de invertir, lo cual permite pasar de la incertidumbre del desconocimiento a la certidumbre de conocer el entorno.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

El estudio de mercado es una herramienta fundamental en los proyectos de inversión ya que ayuda a determinar la viabilidad de este, tomar decisiones, conocer el entorno y las condiciones en las que se quiere invertir.

Para el presente capítulo se considera establecer la descripción del producto a ofrecer, un análisis de la oferta y demanda, demanda insatisfecha, análisis de precios y la caracterización de las estrategias de comercialización y marketing en el mercado.

El estudio de mercado se lo realizó en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura. La encuesta se la aplicó a una muestra de la Población Económicamente Activa del cantón.

#### **3.2. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.2.1. Objetivo general**

Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado respecto a la producción y comercialización de helados en el cantón Pimampiro con la perspectiva de implementar una microempresa.

##### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar los productos a elaborar en la microempresa productora y comercializadora de helados.
- Analizar la oferta existente de helados fabricados y comercializados en el cantón Pimampiro.
- Estudiar la demanda del consumo de helados en el cantón Pimampiro.
- Analizar los precios de helados en el cantón Pimampiro.
- Caracterizar las estrategias de marketing y formas de comercialización de helados en Pimampiro.



### 3.3. Variable e indicadores

Se describirá las variables e indicadores en que se basará el estudio de mercado y se procederá a realizar el desarrollo de cada una de estas.

**Tabla 10**

**Variables e indicadores - Estudio de mercado**

VARIABLES	INDICADORES
Producto a ofertar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características</li> <li>• Descripción</li> <li>• Presentación</li> </ul>
Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores</li> <li>• Tipos de helados ofertados</li> <li>• Cantidad de helados ofertados</li> <li>• Lugar de compra</li> </ul>
Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmento de Mercado</li> <li>• Población</li> <li>• Muestra</li> <li>• Capacidad de compra</li> </ul>
Precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de distribución de la competencia</li> </ul>
Comercialización y Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de comercialización</li> <li>• Proveedores de insumos</li> <li>• Canales de Distribución</li> <li>• Estrategias de Promoción y marketing</li> <li>• Atención al Cliente</li> </ul>

**Elaborado por:** La autora

Con la especificación de variables e indicadores realizadas en la tabla anterior, se procederá al desarrollo de cada una de ellas mediante la utilización de metodologías de investigación y sus herramientas correspondientes que ayudarán a obtener un estudio de mercado idóneo para verificar si es factible de realizar el proyecto en este cantón.

### 3.4. Matriz de relación de variables e indicadores del estudio de mercado

Se detallará las variables e indicadores que corresponden a cada objetivo propuesto para el estudio de mercado en el presente estudio.

**Tabla 11**

**Matriz de relación del estudio de mercado**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE FUENTE	TÉCNICAS	FUENTE
Caracterizar los productos a elaborar en la microempresa productora y comercializadora de helados.	Características del producto a ofrecer	Características Descripción Presentación	Primaria	Ficha de observación	Sra. Sonia Guerra
Analizar la oferta existente de helados fabricados y comercializados en el cantón Pimampiro.	Oferta	Competidores Tipos de helados ofertados Cantidad de helados ofertados Lugar de compra	Primaria	Ficha de Observación	Propietarios de locales de heladerías del cantón Pimampiro.
Estudiar la demanda del consumo de helados en el cantón Pimampiro.	Demanda	Segmento de Mercado Población Muestra	Primaria	Encuesta	Ciudadanía Pimampireña
Analizar los precios de helados en el cantón Pimampiro.	Precios	Precio de distribución de la competencia	Primaria	Ficha de observación	Entorno del cantón Pimampiro
Caracterizar las estrategias de marketing y formas de comercialización de helados en Pimampiro.	Comercialización y Marketing	Estrategias de comercialización Proveedores de insumos Canales de Distribución Estrategias de Promoción y marketing Atención al Cliente	Primaria	Ficha de observación	Entorno del cantón Pimampiro

**Elaborado por:** La autora

### **3.5. Metodología para desarrollar el estudio de mercado**

En cuanto a caracterizar a los productos a ofrecer por la microempresa, se elabora una ficha con la descripción de cada uno de los helados que se pretende elaborar.

Para analizar la oferta se pretende realizar un trabajo de campo, identificando en qué lugares se comercializan helados similares o industrializados, con esto se busca conocer que variedad de productos ofrecen.

Para cumplir con la tercera variable, estudio de la demanda como factor fundamental de este proyecto se empezará determinando el segmento de mercado, se calculará la muestra y con esto se procederá a aplicar la encuesta en donde se obtendrá datos e información con respecto a la demanda potencial y la demanda insatisfecha.

Para analizar los precios de helados en Pimampiro se realizará un trabajo de campo y observación directa en cada establecimiento que comercializan helados.

Finalmente, en cuanto a caracterizar las estrategias de marketing y formas de comercialización se lo realizara mediante trabajo de campo aplicando la observación directa.

### **3.6. Desarrollo de la matriz de relación del estudio de mercado**

Se procederá a desarrollar los objetivos planteados en el estudio de mercado, mediante los resultados obtenidos con las herramientas utilizadas para tal efecto.

#### **3.6.1. Caracterización de los productos a ofrecer.**

Los productos a producir y distribuir en la microempresa son helados de crema, que están conformados por una mezcla homogénea de diversos ingredientes como son: principalmente la crema de leche, leche, frutas naturales y azúcar. Los ingredientes son de acuerdo a cada sabor, que proceden a ser mezclados para luego ser congelados para su posterior consumo, siendo un aditivo alimentario. Mismos que son elaborados de manera artesanal y con receta de autor, se caracterizan por no ser mantecosos.

En la microempresa se elaborará helados con frutas propias de la zona y de diferentes sabores:



**Figura 3 Sabores de helados a ofertar**

Fuente: Sonia Guerra  
Elaborado por: La autora

A continuación, se presenta las fichas descriptivas con cada uno de los helados en sus diferentes sabores que se ofrecerá en la microempresa.

## HELADO LUPINITO MARMOLADO

**Tabla 12**

**Ficha descriptiva - Lupinito Marmolado**

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
LUPINITO MARMOLEADO	CÓDIGO HLM-001
	<p><b>INGREDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Moras</li> <li>Vainilla</li> <li>Crema de Leche</li> <li>Leche</li> <li>Azúcar</li> </ul> <p><b>CARACTERÍSTICAS</b></p> <p>Helado Marmolado se caracteriza por ser de vainilla y estar mezclado con mermelada de mora en la cual van moras enteras pasadas por su debido proceso de cocción.</p>

Elaborado por: La autora

**HELADO LUPINITO DE MORA***Tabla 13**Ficha descriptiva - Lupinito de Mora*

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
LUPINITO DE MORA	CÓDIGO HLM-002

**INGREDIENTES**

Moras

Crema de Leche

Leche

Azúcar

**CARACTERÍSTICAS**

Helado de Mora, se caracteriza por estar elaborado en base de moras, que además de ser rica en vitaminas, fortalece el sistema inmunológico. Y lleva una uva congelada.

**HELADO LUPINITO DE CHOCOLATE***Tabla 14**Ficha descriptiva - Lupinito de Chocolate*

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
LUPINITO DE CHOCOLATE	<b>CÓDIGO HLCH-003</b>
	<b>INGREDIENTES</b>  Chocolate Crema de leche Crema Azúcar  <b>CARACTERÍSTICAS</b>  Helado Lupinito de Chocolate se caracteriza por su intenso sabor a chocolate y al final llevar galleta oreo molida.

Elaborado por: La autora

**HELADO LUPINITO DE FRESA***Tabla 15**Ficha descriptiva - Lupinito de Fresa*

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<p data-bbox="395 501 707 533" style="text-align: center;">LUPINITO DE FRESA</p> 	<p data-bbox="1023 501 1289 533" style="text-align: center;"><b>CÓDIGO HLF-004</b></p> <p data-bbox="1031 589 1281 620" style="text-align: center;"><b>INGREDIENTES</b></p> <p data-bbox="1134 660 1225 692">Fresas</p> <p data-bbox="1074 730 1289 761">Crema de Leche</p> <p data-bbox="1134 801 1225 833">Leche</p> <p data-bbox="1134 873 1230 904">Azúcar</p> <p data-bbox="999 958 1313 990" style="text-align: center;"><b>CARACTERÍSTICAS</b></p> <p data-bbox="927 1032 1388 1283">Helado Lupinito de Fresa, es un helado cremoso que en el centro tiene fresa picada, dando un sabor diferente al momento de deleitarse de este producto.</p>



**HELADO LUPINITO DE OVO***Tabla 16**Ficha descriptiva - Lupinito de Ovo*

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
LUPINITO DE OVO	<b>CÓDIGO</b> HLM-001
	<p><b>INGREDIENTES</b></p> <p>Ovo</p> <p>Crema de Leche</p> <p>Leche</p> <p>Azúcar</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS</b></p> <p>Helado Lupinito de Ovo, cremoso y con mucho sabor a la fruta original sin utilizar saborizantes artificiales</p>

**Elaborado por:** La autora

En las fichas de observación sobre la descripción de los helados a ofertarse en la microempresa, se detalla los ingredientes que serán parte de cada uno en su elaboración, tomando en cuenta que el ingrediente que cambia es el sabor que se desea degustar, además se da una caracterización de cada producto, que son similares entre ellos, por esta razón se mostrará una tabla con el resto de los productos indicando la presentación que tendrá.



*Tabla 17*  
*Presentación de helados Lupinito*

---

**PRESENTACIÓN DE HELADOS LUPINITO**

---



Se puede observar los cinco sabores restantes que no constan en las fichas de observación, pero llevan los mismos ingredientes a excepción de la fruta o sabor del helado Lupinitos, es decir por ejemplo el de coco lleva leche, crema de leche y azúcar, el resto igual.

### 3.6.2. Análisis de la Oferta

La oferta se identificó en base a una investigación de campo, utilizando la observación directa, realizada en el cantón Pimampiro a los diferentes establecimientos en los cuales se ofertan diferentes tipos de helados entre ellos se pudo observar: helados industrializados, de crema y de paila (Anexo 1).

**Tabla 18**

*Establecimiento en donde se ofertan helados en el cantón Pimampiro*

<b>TIPO DE OFERTA (HELADOS)</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Helados Industrializados	17	80%
Helados de Paila	2	10%
Helados de Crema	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

Mediante esta observación se puede constatar que en Pimampiro se oferta más helados industrializados de la marca de Helados Topsy, Helados Jota Erre y Helados Pingüino de los cuales hay una variedad en promedio de 20 diferentes presentaciones de los cuales en cada establecimiento se venden aproximadamente 30 helados diarios, es decir se venden 18.900 helados mensuales, al año serian aproximadamente 226.800 helados de los cuales el 10% son helados de crema es decir 22.680 helados.

### Proyección de la Oferta

Para la proyección de la Oferta se lo hace de acuerdo al porcentaje de crecimiento de las tiendas que se dedican a vender helados en el cantón, para este caso del 20%.

**Tabla 19****Proyección de la Oferta a 5 años**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA DE PRODUCTOS</b>
2019 (año base)	22.680
2020	27.216
2021	32.659
2022	39.191
2023	47.029
2024	56.435

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

Con los resultados obtenidos sobre la proyección de la oferta se elaborará un gráfico que demuestre su crecimiento.

### **3.6.3. Análisis de la Demanda**

Para determinar la demanda se tomó en cuenta la Población Económicamente Activa de Pimampiro, que permitirá obtener el cálculo de la muestra, para realizar las encuestas que nos permitirá tener un conocimiento sobre la opinión de los potenciales clientes sobre el producto ofertado.

#### **Población**

La población de Pimampiro, que es objeto de estudio correspondiente al Censo del INEC año 2010, es de 12.970 habitantes, de los cuales 5.614 representan a la Población Económicamente Activa, para el cálculo de la muestra se tomará a la población ocupada que es de 5.478 personas.

#### **Cálculo de la muestra**

Para calcular la muestra se aplica la fórmula para muestra finita con un nivel de confianza del 95%.

$$n = \frac{N * Z^2 * \delta^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

*Donde:*

$n$ = Tamaño de la muestra

$N$ = Población o Universo = 5478

$Z$ = Nivel de Confianza (0,95% = 1,96)

$e$  = Error de estimación máximo aceptado = 0,05

$\bar{O}$ = Varianza constante = 0,05

$$n = \frac{5.478 * 1,96^2 * 0,05^2}{0,05^2 (5.478 - 1) + 1,96^2 * 0,05^2}$$

$$n = \frac{5261,07}{14,65}$$

$$n = 359 \text{ personas}$$

Además del cálculo de la muestra para el estudio de la demanda en la parroquia de Pimampiro se debe tomar en cuenta factores que nos brinden una idea de los deseos de los posibles clientes referente al producto a ofertar y la propuesta, esto se conseguirá mediante la aplicación de la encuesta a la muestra de la población económicamente activa.

### **3.7. Tabulación y análisis de resultados**

Se aplicó 359 encuestas en el cantón Pimampiro y sus diferentes parroquias, los resultados de la aplicación buscan conocer información relacionada al consumo de helados.

### P1. ¿Con qué frecuencia consume usted helado?

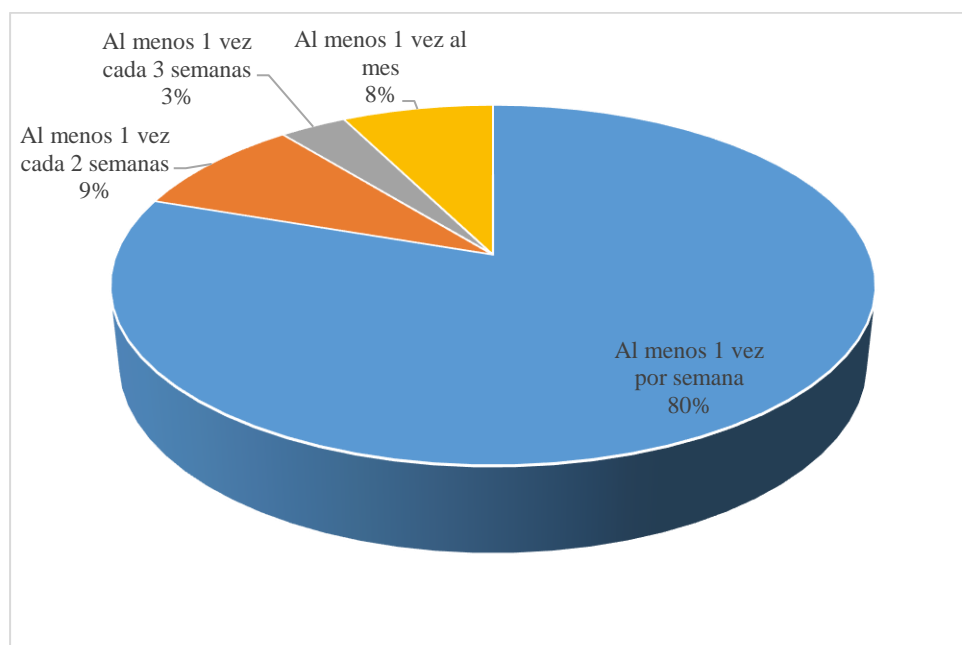
**Tabla 20**

**Frecuencia de consumo de helados**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Al menos 1 vez por semana	288	80,22
Al menos 1 vez cada 2 semanas	32	8,91
Al menos 1 vez cada 3 semanas	12	3,34
Al menos 1 vez al mes	27	7,52
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora



**Figura 4 Consumo de helado**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos es evidente que la mayoría de los encuestados consumen al menos un helado por semana y los demás lo consumen en otro lapso de tiempo, lo que significa que los helados tienen gran acogida para ser consumidos.

## P2. ¿Qué característica es la más importante al momento de consumir helados?

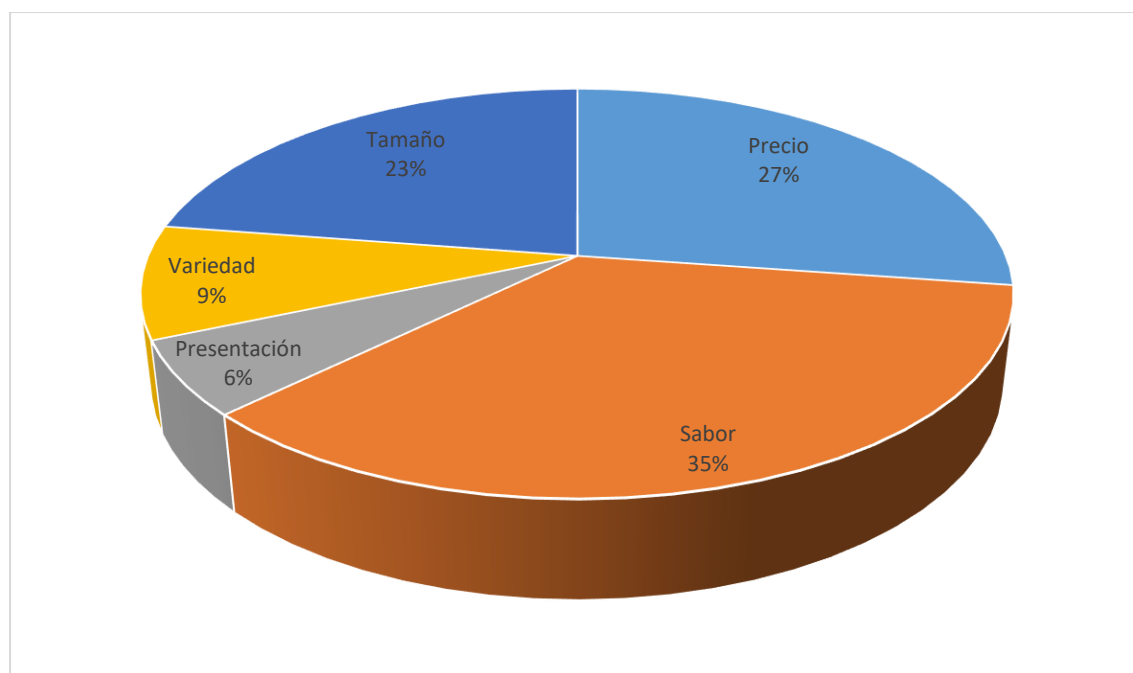
**Tabla 21**

### *Característica al momento de consumir helado*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Precio	98	27,30
Sabor	127	35,38
Presentación	21	5,85
Variedad	32	8,91
Tamaño	81	22,56
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora



**Figura 5** *Característica al momento de consumir helado*

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

### **Análisis**

Con respecto a la característica que se considera más importante al momento de consumir helado es el sabor seguido del precio respectivamente. Podemos evidenciar que todo depende del sabor del producto para que tenga acogida y prefieran consumirlo.

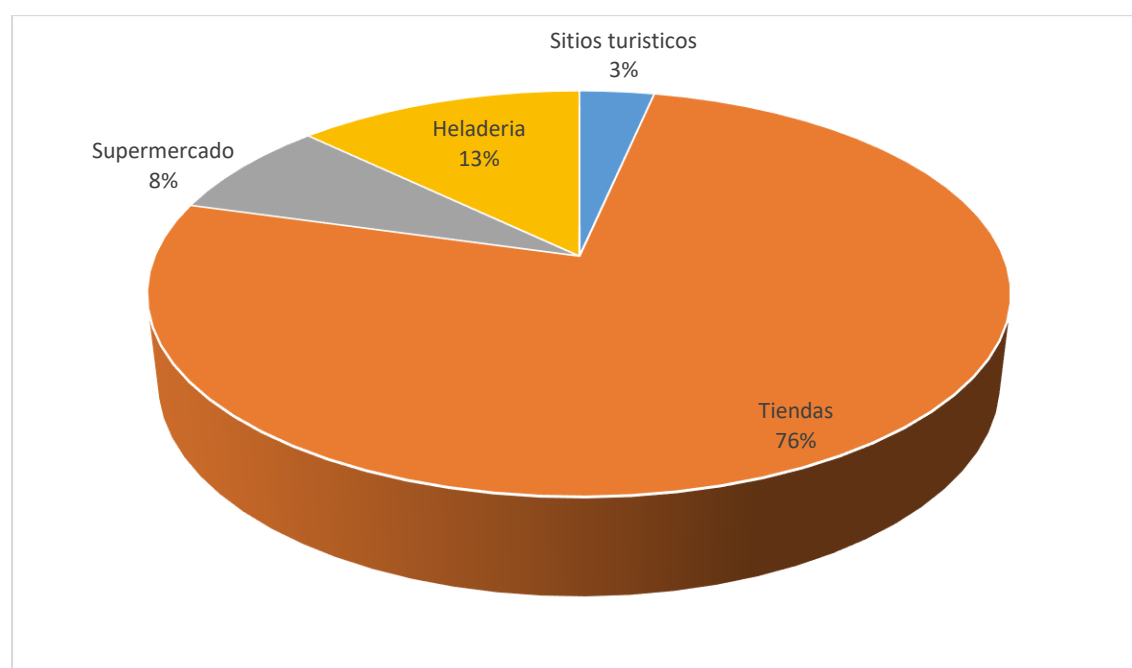
### P3. En qué lugar prefiere consumir helados regularmente.

*Tabla 22*

*Lugar de preferencia para consumir helado*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Sitios turísticos	12	3,34
Tiendas	273	76,04
Supermercado	28	7,80
Heladería	46	12,81
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora



*Figura 6 Consumo de Helado*

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### Análisis

Respecto a la preferencia de los encuestados en el lugar que compran los helados tenemos una gran cantidad que lo consume en las tiendas, puesto que estos puntos de venta son de rápido acceso.

#### P4. ¿Qué presentación de helado es la de su preferencia?

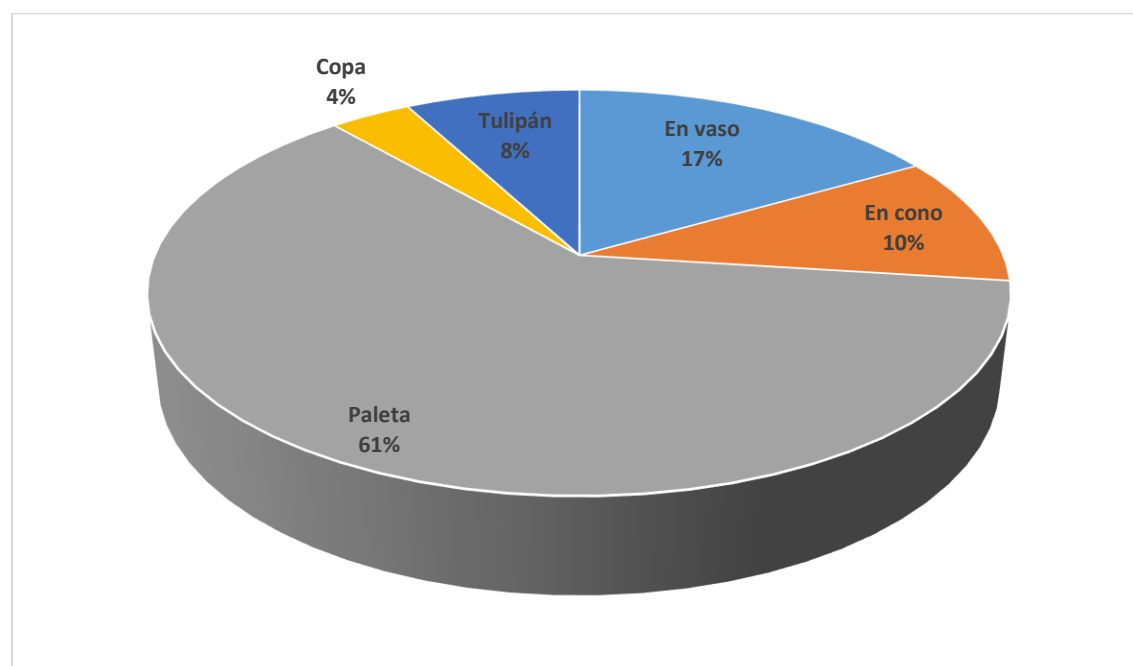
**Tabla 23**

**Presentación de helado**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
En vaso	60	16,71
En cono	37	10,31
Paleta	221	61,56
Copa	13	3,62
Tulipán	28	7,80
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora



**Figura 7 Presentación de helado**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

#### Análisis

La presentación de los helados que más prefieren los encuestados es en paleta seguido de la presentación en cono, en vaso, tulipán respectivamente y como menor preferencia esta la copa.

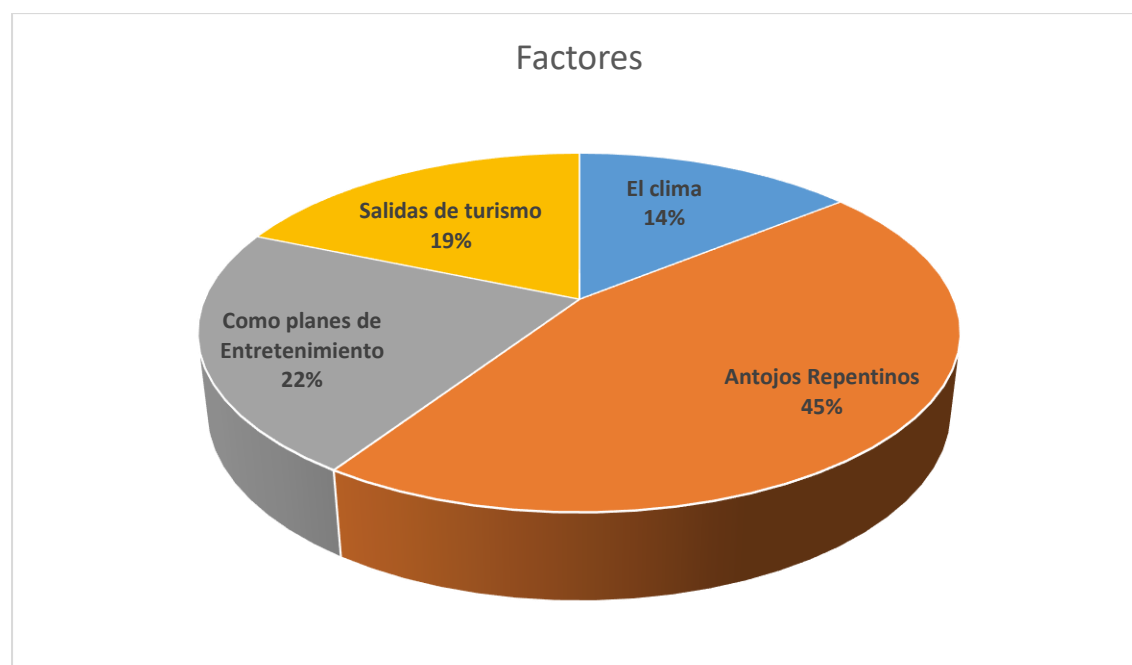


## P5. ¿Qué factores condicionan la compra de un helado?

**Tabla 24**  
*Factores que condicionan la compra*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
El clima	51	14,21
Antojos Repentinos	162	45,13
Como planes de Entretenimiento	79	22,01
Salidas de turismo	67	18,66
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora



**Figura 8** *Factores que condiciona la compra de un helado*

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### Análisis

Con relación a los factores que inciden al momento de consumir un helado la mayoría de los consumidores lo hacen por antojos repentinos y se les apetece deleitar de un helado a cualquier hora del día, seguido de esto tenemos que los consumen como planes de entretenimiento, salidas de turismo y la menor parte de la población encuestada lo consume de acuerdo a como este el clima.

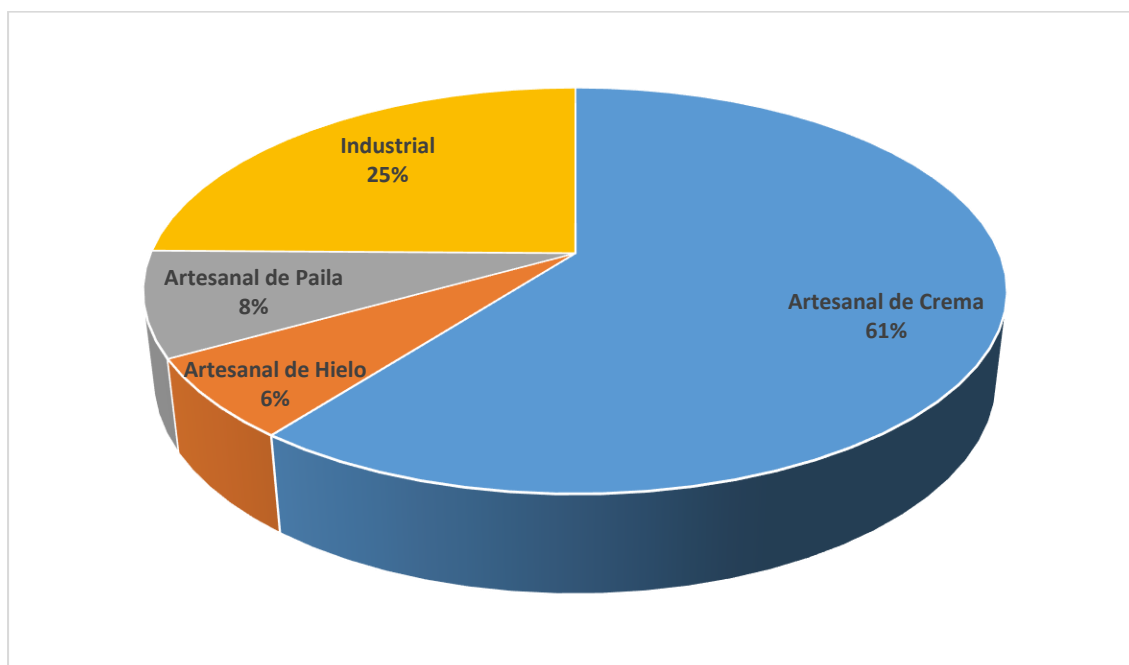
## P6. ¿Qué tipo de helado prefiere?

**Tabla 25**

### *Tipo de helado*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Artesanal de Crema	217	60,44
Artesanal de Hielo	23	6,41
Artesanal de Paila	30	8,36
Industrial	89	24,79
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora



**Figura 9 Tipo de Helado**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La autora

### **Análisis**

Con los resultados de la encuesta se obtiene que los consumidores en su mayoría si prefieren los helados artesanales de crema, seguido de los helados industrializados esto se debe a que en el cantón hay algunos lugares en los cuales se los oferta este tipo de helados.

## P7. ¿Cuál es el sabor de su preferencia?

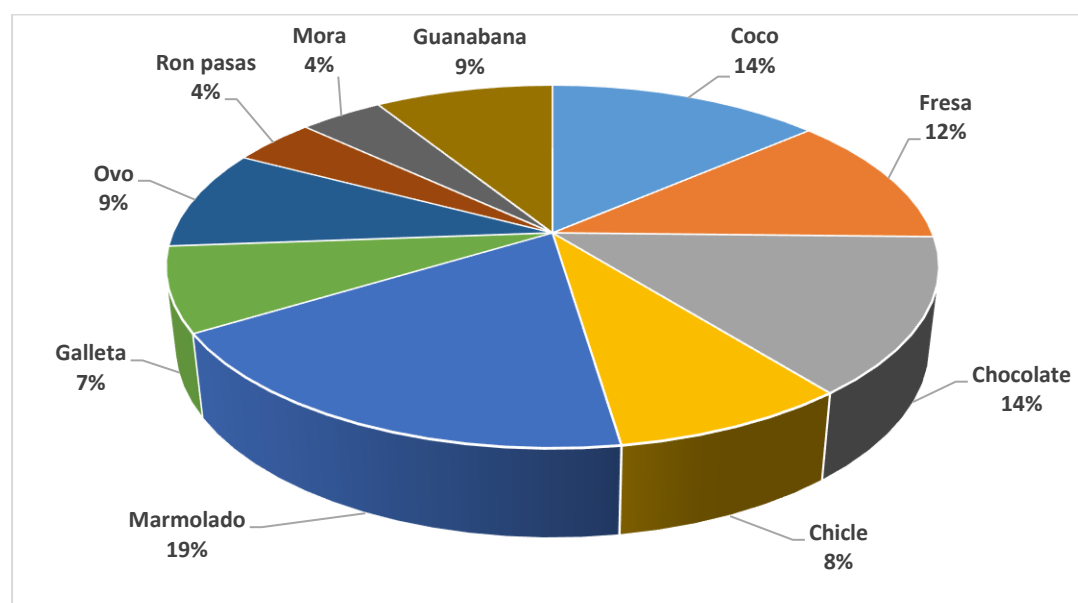
**Tabla 26**

### *Sabor de preferencia*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Coco	49	13,65
Fresa	42	11,70
Chocolate	50	13,93
Chicle	30	8,36
Marmolado	67	18,66
Galleta	27	7,52
Ovo	32	8,91
Ron pasas	15	4,18
Mora	15	4,18
Guanábana	32	8,91
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora



**Figura 10 Sabores**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

## **Análisis**

De la muestra seleccionada y de acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a sabores de preferencia, los encuestados manifestaron que prefieren algunos sabores sin embargo el que

más acogida tiene y les gusta es el marmolado debido a su combinación de sabores y la fruta misma en el helado.

### **P8. ¿Con que producto le gustaría complementar el helado?**

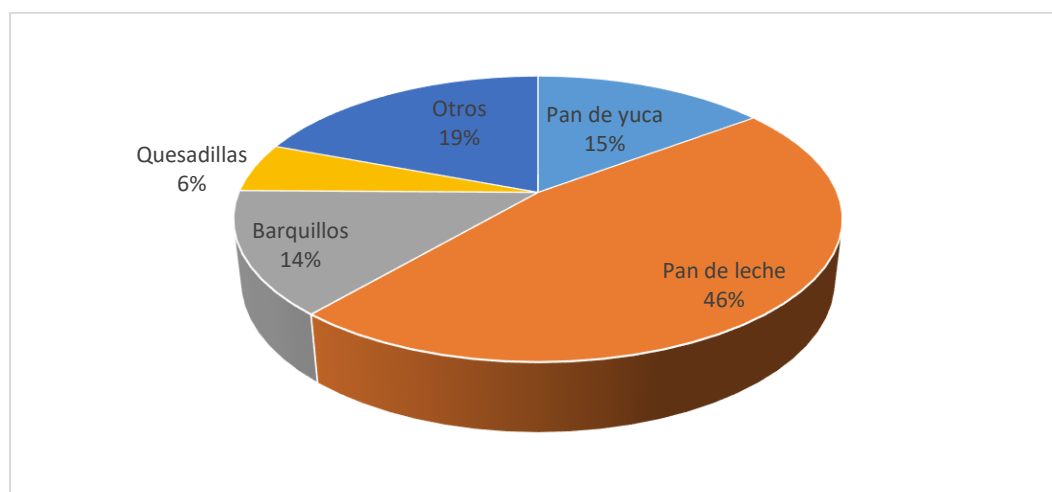
**Tabla 27**

**Tipo de helado**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Pan de yuca	53	14,76
Pan de leche	167	46,52
Barquillos	50	13,93
Quesadillas	20	5,57
Otros	69	19,22
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora



**Figura 11 Acompañar el helado**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

### **Análisis**

El consumidor encuestado manifiesta que le gustaría acompañar el helado con pan de leche dándonos una idea de lo que podrían ofrecer en nuestros puntos de venta y así aumentar más las ventas de este producto; así como también prefieren acompañarlo con pan de yuca, barquillos, quesadillas y entre otros.

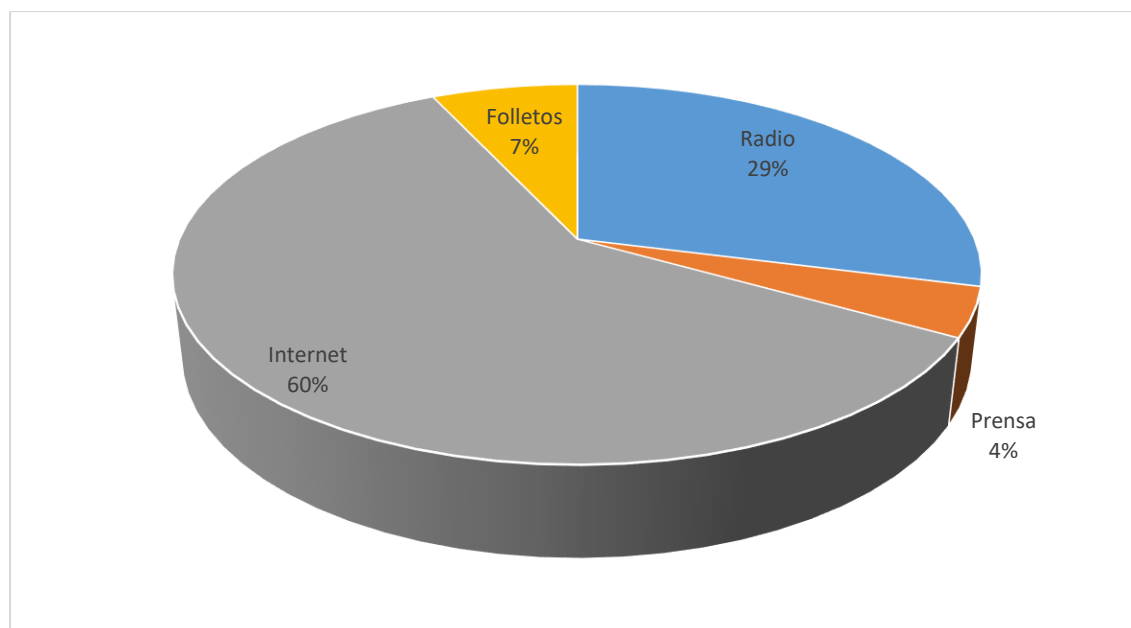
**P9. ¿Cuál considera que es el mejor medio de comunicación para obtener información sobre una nueva marca de helado?**

**Tabla 28**

**Medio para obtener información**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Radio	104	28,97
Prensa	15	4,18
Internet	215	59,89
Folletos	25	6,96
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La autora



**Figura 12 Medios de Información**

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La autora

### **Análisis**

Respecto a los medios de información que los encuestados consideran mejor para obtener información sobre un nuevo producto, se obtiene una preferencia por el internet debido a que la mayoría de personas le dedican más tiempo a redes sociales y es más fácil saber por este medio, otro porcentaje considerable de los encuestados prefieren por la radio debido a que Pimampiro en las parroquias rurales de cantón no disponen de buena señal para estar conectados y lo que prefieren en menor cantidad es por medio de la prensa y folletos.

### 3.7.1. Determinación del mercado demandante

Luego de haber obtenido los datos de la encuesta se procederá a realizar el establecimiento de la demanda actual, además de establecer la demanda insatisfecha que es a donde va orientado el proyecto.

### 3.7.2. Demanda actual

En el cantón Pimampiro en la actualidad se produce y comercializa muy poco los helados de crema, la demanda actual se la obtiene de la pregunta seis de la encuesta aplicada, donde el 60,44% prefieren helados de crema.

Demanda actual = el 60% de 5.478 personas

Demanda actual = 3.287 personas

De acuerdo a la pregunta uno de la encuesta tenemos que la frecuencia de compra de helados equivale a 15.120 helados al año en la muestra que se aplicó.

Muestra 359 personas = 15.120 helados

60% PEA 3.287 personas = 138.439 helados

### 3.7.3. Proyección de la demanda

Para establecer la demanda proyectada a 5 años se tomó en cuenta la pregunta uno de la encuesta aplicada a los posibles clientes, y el crecimiento turístico del 45%.

**Tabla 29**

#### *Proyección de la demanda a cinco años*

AÑO	DEMANDA (Nº productos)
2019 (año base)	138.439
2020	200.737
2021	291.068
2022	422.049
2023	611.970
2024	887.357

Fuente: Investigación  
Elaborado por: La autora

Queda identificado la demanda existente en el cantón Pimampiro de helados de crema, esto servirá de base para el cálculo de la demanda insatisfecha.

### 3.7.4. Demanda insatisfecha

Para el establecimiento de la demanda insatisfecha se procede a realizar la ecuación de la demanda que es afecta menos demanda.

**Tabla 30**

#### *Balance oferta - demanda*

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA
	PROYECTADA	PROYECTADA	INSATISFECHA
	Nº de productos	Nº de productos	Nº de productos
2019	22.680	138.439	115.759
2020	27.216	200.737	173.521
2021	32.659	291.068	258.409
2022	39.191	422.049	382.858
2023	47.029	611.970	564.941
2024	56.435	887.357	830.922

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

En la tabla Balance oferta – demanda queda establecido la demanda insatisfecha proyectada a 5 años.

### 3.7.5. Mercado meta

**Segmento de mercado:** El Segmento de Mercado es la Población Económicamente activa de Pimampiro con preferencia de consumo de helados, además captar el flujo de turistas que ingresan al cantón.

**Mercado Meta:** El mercado meta constituye a la Población Económicamente Activa de Pimampiro que tienen preferencia a consumir helados de crema y de acuerdo a la investigación realizada mediante la encuesta, el 60,44% prefiere este tipo de helados.

### 3.7.6. Análisis y determinación de precios

En el cantón Pimampiro mediante la observación e investigación de campo realizada en cada establecimiento que vende helados podemos observar que se ofertan los siguientes tipos de helados:

**Tabla 31**

**Precio de helados en el cantón Pimampiro**

TIPO DE HELADO	NOMBRE DEL HELADO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Pinguino	Mini yog Fresa	Paleta	30 ml	\$ 0,20
	Polito	Paleta	55 ml	\$ 0,25
	Pinta lengua	Paleta	60 ml	\$ 0,25
	Fresko fresa y limón	Paleta	60 ml	\$ 0,25
	Gemelos	Paleta	100 ml	\$ 0,50
	Choco empastado	Paleta	80 ml	\$ 0,50
	Crema real gigante	Paleta	85 ml	\$ 0,60
	Sanduche	Envuelto	135 ml	\$ 0,80
	Casero	Paleta	90 ml	\$ 0,80
	Cornetto	Cono	110 ml	\$ 1,00
	Magnum	Paleta	100 ml	\$ 1,30
	Casero	Frasco	900 ml	\$ 4,50
	Festival torta	Torta	2500 ml	\$ 17,50
Jotaerre	Agualin	Paleta	45g	\$ 0,15
	Heladino	Paleta	45g	\$ 0,25
	Puntitos	Paleta	40g	\$ 0,25
	Pepito	Paleta	55 ml	\$ 0,25
	Cono Beso	Paleta	75g	\$ 0,60
	Chicos	Paleta	70g	\$ 0,60
	Vasito	Vaso	60g	\$ 0,60
Topsy	Topsy choc	Paleta	60 ml	\$ 0,25
	Baloncito	Paleta	70 ml	\$ 0,25
Artesanal de crema	Helado de crema	Paleta	70 ml	\$ 0,75
Artesanal de paila	Helado de paila	Vaso	100g	\$ 1,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora



Mediante el análisis realizado de la tabla sobre los precios existentes en la zona de los diferentes tipos de helado ofertados, se puede determinar que el precio establecido para la venta del producto se encuentra dentro de los rangos establecidos.

### **3.7.7. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad de los helados**

En cuanto a la comercialización de helados en el cantón Pimampiro, la estrategia que utilizan los proveedores de este producto es entregarlo en cada punto de venta sin que el propietario del negocio haga mayor esfuerzo, además se prestará un congelador para exhibir los productos entregados mediante un contrato de préstamo de uso de equipos de congelación (Anexo 6), la distribución adecuada permite que el producto llegue de acuerdo al pedido que lo realizan con anterioridad y la publicidad de helados industrializados se ve reflejado en que cada marca de helado tiene sus propios congeladores y en las paredes de los negocios dejan pegando afiches con los productos que ofrecen.

### **3.8. Conclusión del Estudio de mercado**

Los productos que se elaborará en la microempresa productora y comercializadora serán únicamente helados de crema en diferentes sabores y para iniciar se elaborará de acuerdo a la preferencia de sabores que se aplicó en la encuesta.

Para la proyección de la oferta de helados se tomó en consideración el número de tiendas que existen en el cantón y se dedican a vender helados. De acuerdo con la investigación de campo se obtiene en promedio un crecimiento del 20% de tiendas que deciden vender en sus negocios algún tipo de helado.

Para la proyección de la demanda se tomó datos del flujo de turistas de Santagua Termas de Chachimbiro ya que es un lugar turístico cercano a Pimampiro. El mismo que está potenciando su nivel turístico con atractivos propios de la zona y se espera que en un futuro Pimampiro tenga el mismo flujo de turistas o más, Con esta estimación promedio se obtiene que el flujo turístico crece en un 45%.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Introducción**

El estudio técnico contiene un análisis previo de la macro y micro localización del proyecto, así como también el tamaño, la capacidad instalada y operativa para la producción y comercialización de helados. Además, se determina las características del producto, la maquinaria que se va a utilizar, el equipo necesario para el área administrativa y de producción. También la infraestructura física y presupuesto técnico y todo lo relacionado a los aspectos técnicos y operativos para el funcionamiento y puesta en marcha de la microempresa.

#### **4.2. Objetivos del estudio técnico**

##### **4.2.1. Objetivo general**

Conocer la viabilidad en base al estudio de los diferentes factores técnicos que se requieren caracterizar previo a la implantación del proyecto.

##### **4.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar la localización óptima para la microempresa productora y comercializadora de helados.
- Determinar el tamaño, la capacidad instalada y operativa de la microempresa.
- Realizar un estudio de la ingeniería del proyecto definiendo las características del producto, la maquinaria, equipos, infraestructura, presupuesto técnico, talento humano y operatividad que requiere la unidad productiva.
- Presentar el resumen de inversión necesaria para la implantación del proyecto.

#### **4.3. Localización del proyecto**

Los aspectos relacionados son la Macro y Micro localización.

##### **4.3.1. Macro localización**

El proyecto se localiza en el país Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Pimampiro.

Con información del PDyOT 2014-2019, el cantón cuenta con recurso natural y productivo debido a los diversos tipos de clima, tipos de suelo y pisos ecológicos; además es rico en diversidad agrícola facilitando el cultivo de diversos frutales.



**Figura 13** Macro localización de la microempresa

Fuente: Pimampiro es tu destino (2017)

#### 4.3.2. Micro localización

Para determinar la micro localización de la microempresa productora y comercializadora de helados, se tomó en consideración algunos factores como:

- Ubicación Apropiada
- Tamaño y dimensiones del establecimiento
- Precio del arriendo
- Factores socio económicos

Para la ubicación de la microempresa se toma en consideración tres alternativas: 1) Barrio San Isidro, calle Bolívar y Velasco; 2) Sector El Boliche y 3) Parque Central.

Para determinar el sitio más apropiado del proyecto, el método utilizado es el de Evaluación Cuantitativa por puntos, en el cual se procede a un peso a cada factor relevante de la localización, sumados los mismos dan como resultado uno (1,00).

La calificación de cada factor relevante está en una escala de 1 a 10. La calificación ponderada se la obtiene de la multiplicación del peso por cada uno de los factores relevantes asignados en cada uno de los lugares que se los hizo de una manera subjetiva y utilizando información directa de cada uno de los tres sitios.

**Tabla 32**

**Evaluación cuantitativa para determinar micro localización de la microempresa**

MÉTODO CUANTITATIVO POR PUNTOS							
FACTOR RELEVANTE	PESO	BARRIO SAN ISIDRO		SECTOR EL BOLICHE		PARQUE CENTRAL	
		Calif.	Calif. Pond	Calif.	Calif. Pond	Calif.	Calif. Pond
Ubicación apropiada	0,3	9	2,7	9	2,7	8	2,4
Tamaño y dimensiones del establecimiento	0,3	7	2,1	8	2,4	7	2,1
Precio del arriendo	0,2	7	1,4	10	2,0	8	1,6
Factores socio económico	0,2	8	1,6	9	1,8	8	1,6
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>7,8</b>	<b>36</b>	<b>8,9</b>	<b>31</b>	<b>7,7</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis, la mejor opción para la micro localización de la microempresa productora y comercializadora de helados es en el Barrio Monserrat, sector El Boliche, calle Oriental. La ubicación geográfica de la planta de producción es la siguiente:



**Figura 14 Ubicación geográfica de la planta de producción**

Fuente: Maps s.f.

#### **4.4. Tamaño del proyecto**

La determinación del tamaño del proyecto se lo realiza con el estudio de la capacidad instalada y operativa del proyecto.

##### **4.4.1. Capacidad instalada**

La capacidad instalada del proyecto es para 4.000 helados semanales, siendo la cantidad máxima de producción anual de 192.000 helados.

#### **4.5. Ingeniería del proyecto**

Con el fin de estandarizar el proceso de los productos, la microempresa establecerá procesos para lo cual se utilizará diagramas, se implementará la distribución de la planta determinando las áreas necesarias para iniciar las actividades a las que se dedicará.

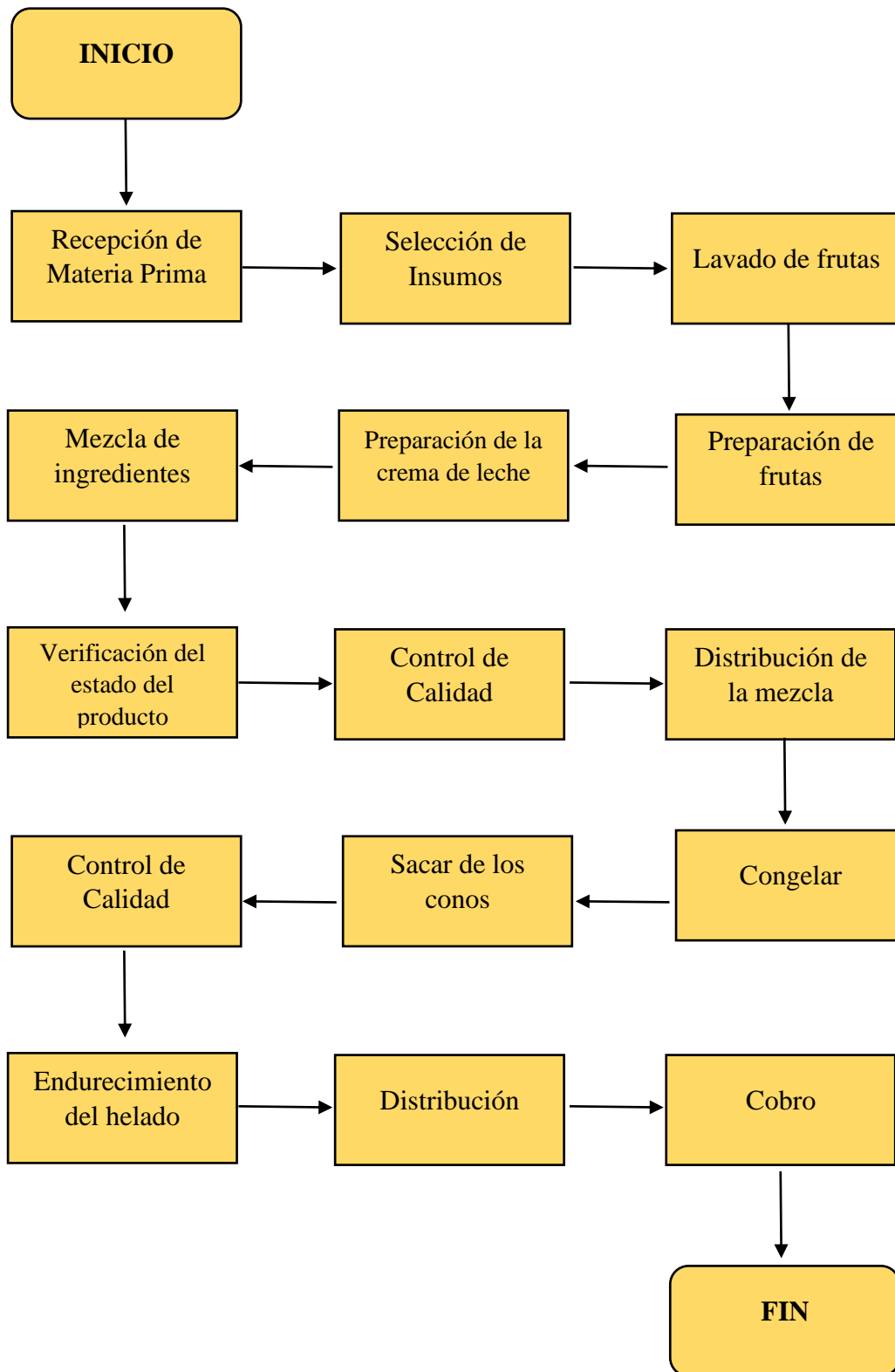
##### **4.5.1. Procesos de producción**

La elaboración de helados de paleta requiere un proceso para llegar a obtener el producto terminado y de calidad, cumpliendo con las normas de sanitarias exigidas por los entes reguladores, esto ayudará a satisfacer las necesidades y perspectivas de los consumidores.

#### **Diagrama de procesos**

Los procesos necesarios para la producción de los helados se detallan a continuación:

1. Se empieza con la recepción de materia prima y los insumos correspondientes para la elaboración de los helados.
2. Se lava las frutas para luego prepararlas junto con la crema de leche, incorporándolas en una sola mezcla, durante este proceso se controla la calidad del producto.
3. Una vez preparada la mezcla se lo vierte en los conos (moldes) para llevarlos al congelador, antes que la mezcla endurezca se debe insertar la paleta para dejarlo endurecer completamente.
4. Cuando ya estén listos desmoldar con agua o con un trapo húmedo, realizar el control de calidad y colocar en los recipientes para endurecerlos hasta su distribución a los diferentes lugares.



**Figura 15** *Flujograma del proceso de fabricación y comercialización de helados de crema.*

**Fuente:** Investigación directa. Entrevista Sra. Sonia Guerra.

**Elaborado por:** La autora

## **Descripción de subprocesos (empresa - cliente)**

### **Recepción del pedido**

Se procede a visitar a los diferentes establecimientos a los cuales se distribuirá los helados para tomar su pedido en cantidad y sabores que el cliente requiere para comercializar.

### **Producción del producto**

Se continúa con la elaboración de los diferentes sabores de helados y todo el proceso necesario para que el producto esté listo.

### **Empacado**

Se procede a preparar el pedido, la constatación y ubicarlos en termos para ser transportados hasta el lugar del pedido.

### **Distribución**

Se entrega del producto y se deja colocando el pedido de helados en el congelador para su exhibición y venta del mismo.

### **Cobro**

Una vez entregado el pedido se procede al cobro dependiendo de las condiciones pactadas con nuestros clientes

## **4.5.2. Requerimientos del proyecto**

Al referirnos a requerimiento del proyecto se debe tomar en cuenta todo lo que abarca el proyecto en si en cuanto a maquinaria, insumos, muebles, vehículo, utensilios y personal, es decir todo lo que se necesitará para poner en marcha el negocio.

### **Requerimientos de Maquinaria y equipos**

Se describirá todo lo que usará la microempresa para la producción de los helados de crema.

- **Cocina industrial:** Se adquirirá una cocina industrial de dos quemadores grandes, para la cocción de algunas frutas como por ejemplo la mora y además para la desinfección de los conos que serán esterilizados mediante altas temperaturas de agua.



*Figura 16 Cocina industrial*

Fuente: Investigación de campo

**Tabla 33**

*Características de la cocina industrial*

PARÁMETROS	DETALLE
<b>Dimensiones</b>	58 X 88 X 87 CMS de altura
<b>Capacidad</b>	Para recipientes de hasta 60 cmts
<b>Marca</b>	Metálicas Vaca
<b>Precio</b>	\$ 95,00
<b>Mueble</b>	Acero inoxidable
<b>Incluye</b>	Cilindro de gas

Fuente: Proforma Metálicas Vaca



- **Batidora industrial:** Se la utilizará para mezclar la leche, crema de leche, frutas con los demás ingredientes, y se necesita una industrial por la cantidad a elaborar.



*Figura 17 Batidora industrial*

Fuente: Investigación directa

*Tabla 34*

*Características de la batidora industrial*

PARÁMETROS	DETALLE
Marca	Tramontina
Modelo	BS30
Poder	1 HP
Capacidad	30 litros
Velocidad	3
Voltaje	110 V.
Peso máquina	98 kg
Dimensiones	53 X 42 X 78 CM
Precio	\$ 840,00

Fuente: Investigación directa

- **Congelador vertical:** Se pondrá a endurecer la mezcla que conformará todos los ingredientes de nuestro producto a ofertar, utilizando unos conos o moldes para que obtengan una forma cónica.



*Figura 18 Congelador vertical panorámico*

Fuente: Investigación directa

*Tabla 35*

*Características del congelador vertical panorámico*

PARÁMETROS	DETALLE
Marca	Indurama
Modelo	CVI 520
Capacidad	419 litros
Dimensiones	73 X 169 X 69 CM
Sistema	Frost
Indicador de temperatura	Digital
Color	Blanco
Precio	\$ 929,00

Fuente: Investigación directa

- **Licadora industrial:** Es muy importante tener esta máquina en la microempresa, porque servirá para mezclar las frutas con leche o con cualquier otro ingrediente que se deba preparar.



*Figura 19 Licadora industrial*

Fuente: Investigación directa

*Tabla 36*

*Características de la licadora industrial*

PARÁMETROS	DETALLE
Marca	METALBRASSGN
Capacidad	16 litros
Voltaje	110 V
Velocidad	3
Precio	\$ 600,00

Fuente: Investigación directa

- **Congeladores pequeños:** Estos congeladores se los repartirá a los clientes dueños de los negocios, para exhibir el producto a ofertar, manteniendo una buena conservación del mismo para que llegue al consumidor en buen estado y satisfaga su necesidad.



*Figura 20 Congelador pequeño*

Fuente: Investigación directa

*Tabla 37*

*Características del congelador pequeño*

PARÁMETROS	DETALLE
Marca	Continental
Capacidad	168 litros
Tamaño	5,9 pies
Puerta	Vidrio o panorámica
Precio	\$ 230,00

Fuente: Investigación directa

- **Hielera:** Servirá para transportar los helados de la microempresa a los clientes o negocios, de tal manera que permitirá la conservación de la calidad del producto y por ende garantizará su conservación.



*Figura 21 Hielera para trasladar los helados*

Fuente: Investigación directa

*Tabla 38*

*Caracterización de la hielera*

PARÁMETROS	DETALLE
Marca	Camry
Capacidad	11 lb / 5 kg
Modelo	EK3252
Batería	2 X 1,5V AAA (excluded)
Precio	\$ 20,00

Fuente: Investigación directa

- **Balanza digital:** Será utilizada para pesar los gramos de azúcar y otros ingredientes que van a formar parte de los helados de crema.



*Figura 22 Balanza digital*

Fuente: Investigación directa

*Tabla 39*

*Características de la balanza digital*

PARÁMETROS	DETALLE
Marca	Camry
Capacidad	11 lb / 5 kg
Modelo	EK3252
Batería	2 X 1,5V AAA (excluded)
Precio	\$ 20,00

Fuente: Investigación directa

**Requerimiento para el área de producción**

Para el buen funcionamiento de la planta de producción es necesario la adquisición de muebles y enseres, además del menaje que sirve para tener una eficiente productividad, estos artículos se detallan a continuación:

**Tabla 40****Muebles y enseres para la producción**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>
Mesas	U	2
Estanterías	U	2
Extintor	U	1

**Fuente:** Investigación directa

Se detalla los muebles y enseres que se ocupará en la producción de los helados de crema LUPINITOS, los cuales serán distribuidos de acuerdo con las necesidades de la microempresa. Seguidamente se detallará el menaje que se ocupará:

**Tabla 41****Menaje para la producción de helados**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>
Olla Grande	U	2
Colador de malla metal	U	3
Jarras medidoras	U	2
Tazones acero inoxidable	U	2
Cucharones	U	2
Cuchara medidora ajustable	U	1
Baldes con tapa	U	2
Cuchillo	U	3
Paleta de madera	U	1
Conos de aluminio	U	40
Otros	U	1

**Fuente:** Investigación directa

Se ha tomado en cuenta los utensilios que servirán para la elaboración de helados en el área de producción, considerando los implementos necesarios para un eficiente trabajo en la misma. Además, se debe considerar los implementos y materiales de aseo que servirán para el mantenimiento de la limpieza en esta área.

**Tabla 42****Implementos y materiales de aseo área de producción**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
Basurero grande	U	1
Jabón lava platos	U	1
Esponja estrella	U	1
Franela	Mt	2
Detergente (15 Kg)	Funda	1
Fundas medianas para basura	Paquete	1
Fundas pequeñas para basura	Paquete	1
Balde plástico para limpieza	U	1
Guantes	Par	1
Atomizador	U	1

Fuente: Investigación directa

Se realiza una lista de implementos y materiales que serán utilizados en el departamento de producción, complementándose con los del departamento administrativo para mantener limpia la microempresa y cumplir con las normativas de sanidad vigentes.

**Requerimientos para el área administrativa**

La oficina del administrador debe estar equipada con los muebles, suministros y equipos necesarios que permitan un desenvolvimiento adecuado de las actividades que se realicen dentro de ellas, como se detalla:

**Tabla 43****Muebles y enseres área administrativa**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>
Escritorios	U	1
Silla giratoria	U	1
Silla de espera	U	2
Archivadores	U	1
Basurero	U	1
Teléfonos	U	1

Fuente: Investigación directa



Al elegir los muebles y enseres del área administrativa, se lo hizo analizando que necesidades que tendrá el gerente para realizar sus funciones de manera adecuada. De la misma manera se detallará los suministros de oficina:

**Tabla 44**

**Suministros de oficina**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>
Resma de papel	U	1
Grapadora	U	1
Grapas	U	2
Perforadora	U	1
Esferos	Caja	1
Carpetas	U	6
Tinta para impresora	U	4

**Fuente:** Investigación directa

Estos suministros se los adquirirá para que sirvan de apoyo en el desempeño de las funciones que realizará el gerente en la microempresa, para complementar se detallará el equipo de cómputo a adquirir:

**Tabla 45**

**Equipo de cómputo**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>
Computador de escritorio	U	1
Impresora	U	1

**Fuente:** Investigación directa

Se procederá a la adquisición de este equipo de cómputo que servirá de base fundamental para llevar un registro automatizado de las diferentes actividades que se realice en la microempresa. También se debe tomar en cuenta los implementos y materiales de aseo utilizados en esta área, los cuales se describen a continuación:

**Tabla 46****Implementos y materiales de aseo área administrativa**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
Papel higiénico	Paquete	1
Jabón de manos	Paquete	1
Cepillo de inodoro	U	1
Escoba	U	1
Trapeador	U	1
Lustre	U	1
Guantes para lavar el baño	Par	1
Basurero pequeño baño	U	1
Recogedor de basura	U	1
Cloro	U	1

**Fuente:** Investigación directa

Se describe los materiales e implementos de aseo más indispensables para el mantenimiento de áreas limpias y seguras, cumpliendo de esta forma con los estándares de bioseguridad vigentes a la fecha de elaborar el proyecto.

**Requerimiento de vehículo**

El vehículo será adquirido para la transportación de los materiales e insumos para la elaboración de los helados, así como la distribución del producto terminado a sus diferentes destinos para su respectiva venta.

**Figura 23 Vehículo**

**Fuente:** Investigación directa

**Tabla 47****Vehículo**

<b>PARÁMETROS</b>	<b>DETALLE</b>
<b>Marca</b>	Great Wall
<b>Modelo</b>	Deer
<b>Año</b>	2010
<b>Color</b>	Blanco
<b>Combustible</b>	Gasolina
<b>Precio</b>	\$ 10.000,00

Fuente: Investigación directa

En la tabla vehículo se detalló las características que tiene este, por lo cual se lo adquirió para que sirva de apoyo en las actividades empresariales a realizar en la implementación del estudio.

**Requerimiento del personal**

El personal que requerirá la microempresa será distribuido en el área de producción, administrativa y de ventas, cada uno deberá cumplir con las funciones y responsabilidades delegadas.

**Tabla 48****Talento humano para la operatividad de la microempresa**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Gerente	1
Contador	1
Jefe de Producción	1
Vendedor	1

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Para iniciar la microempresa productora y comercializadora helados LUPINITO, se hace necesario contar con un Gerente quien sea quien guíe a la empresa y tome decisiones importantes, un contador que será contratado por servicios profesionales y será el encargado de llevar en orden todas las cuentas y todo lo necesario referente a la parte financiera, un jefe de producción que se encargara de la elaboración y todos los procesos de los helados y un vendedor quien será el encargado de receptor pedidos, distribuir y cobrar del producto entregado.

### 4.5.3. Infraestructura

Para que la construcción sea lo suficientemente adecuada, se hace necesario que todas y cada una de las partes de la estructura posea un diseño específico y cuenten con un espacio suficiente para realizar correctamente todas las operaciones y permitir la circulación interna del personal y de los materiales. Este espacio debe pensarse previendo el buen funcionamiento y flexibilidad en la ubicación de los diferentes equipos, en caso de requerir cambios en los sistemas de procesado o incorporación de nuevas tecnologías, debiéndose tomar en cuenta que:

**Los pisos:** Deben carecer de grietas y estar elaborados con materiales impermeables, no absorbentes, lavables, antideslizantes, de fácil limpieza y desinfección.

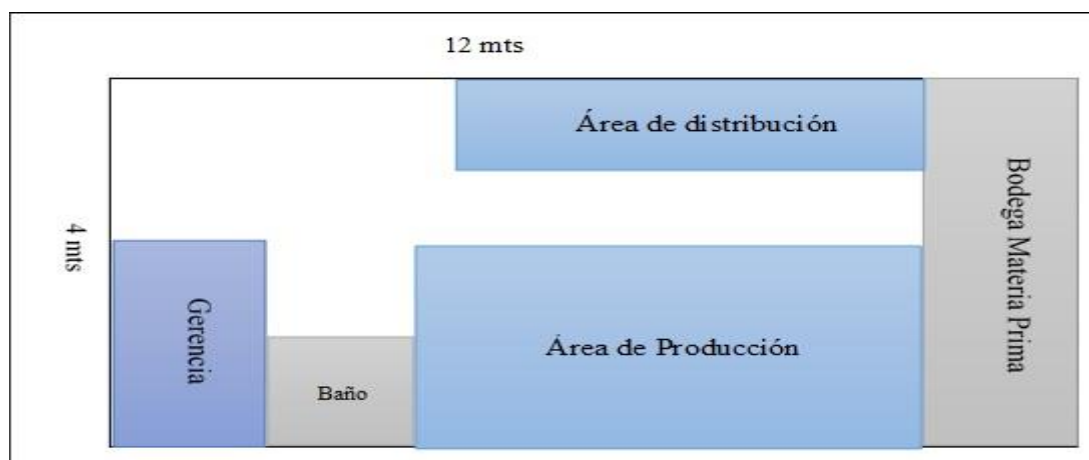
**Las Paredes:** Las paredes deben estar construidas o revestidas con materiales no absorbentes, lisos, lavables y de color claro. Deben ser de fácil limpieza y desinfección.

**Los Techos:** Deben estar contruidos y acabados que permitan efectuar la limpieza de manera sencilla, capaces de evitar la acumulación de suciedad.

**Las Ventanas:** Deben estar de manera tal de que se evite la acumulación de suciedad y facilite la limpieza

### Distribución física de la microempresa

La microempresa LUPINITO cuenta con una superficie de 48m<sup>2</sup>, la cual se distribuirá de la siguiente manera:



**Figura 24** Distribución física de la microempresa

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

El local que ocupará la microempresa estará adecuado con áreas específicas para que los trabajadores puedan realizar sus actividades y funciones que tengan a su cargo en un clima laboral adecuado y cumpliendo con las normativas legales que exigen para su funcionamiento.

#### 4.5.4. Financiamiento

El financiamiento para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados se lo hará con un préstamo en BAN Ecuador que asciende a 10.000,00 USD y lo demás con aporte propio.

#### 4.6. Presupuesto técnico

En esta parte del proyecto se describirá el importe de la inversión fija, diferida y el capital de trabajo que se realizará en la implementación y puesta en marcha de la microempresa.

##### 4.6.1. Inversiones Fijas

Las inversiones fijas requeridas para el proyecto se describen como aquellos que se van a realizar una sola vez al poner en marcha el negocio, es decir, son aquellos con los cuales el emprendimiento va a poder funcionar sin ninguna dificultad, como son los siguientes:

La maquinaria y equipos para la producción de helados de crema se detallan a continuación:

**Tabla 49**

***Detalle de maquinaria y equipo para área de producción***

DETALLE	UNIDAD	CANT	P. UNIT	P. TOTAL
Batidora industrial	U	1	\$840,00	\$840,00
Licuada industrial	U	1	\$600,00	\$600,00
Cocina industrial	U	1	\$95,00	\$95,00
Congelador vertical	U	2	\$929,00	\$1.858,00
Congeladores pequeños	U	8	\$230,00	\$1.840,00
Hielera	U	2	\$290,38	\$580,76
Balanza digital	U	1	\$20,00	\$20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.004,38</b>	<b>\$5.833,76</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Con la adquisición de esta maquinaria y equipo se pondrá en marcha el negocio, y se realizarán las depreciaciones respectivas, de donde se considera que durarán diez años, y luego deberán ser cambiadas o realizar mantenimiento en ellos. Además, se debe contar con el menaje para la elaboración de los helados de crema, los cuales se mencionan en la siguiente tabla:

**Tabla 50**

**Detalle del menaje para el área de producción**

DETALLE	UNIDAD	CANT.	P. UNIT	P. TOTAL
Olla Grande	U	2	\$66,00	\$132,00
Colador de malla metal	U	3	\$7,55	\$22,65
Jarras medidoras	U	2	\$2,00	\$4,00
Tazones acero inoxidable	U	2	\$12,83	\$25,66
Cucharones	U	2	\$7,00	\$14,00
Cuchara medidora ajustable	U	1	\$4,00	\$4,00
Baldes con tapa	U	2	\$4,80	\$9,60
Cuchillo	U	3	\$2,50	\$7,50
Paleta de madera	U	1	\$7,00	\$7,00
Conos de aluminio	U	40	\$6,50	\$260,00
Otros	U	1	\$30,00	\$30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$150,18</b>	<b>\$516,41</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El menaje son todos los utensilios que servirán para la elaboración de los helados de crema en la microempresa, se pretende tengan una duración de diez años, pero se consideró el ítem otros para la reposición de alguno de ellos en caso se dañen o se rompan. A continuación, se describirá los muebles y enseres que servirán para el área de producción.

**Tabla 51**

**Detalle de muebles y enseres del área de producción**

DETALLE	UNIDAD	CANT	P. UNIT	P. TOTAL
Mesa	U	2	\$150,00	\$300,00
Estanterías	U	2	\$160,00	\$320,00
Extintor	U	1	\$23,77	\$23,77
<b>TOTAL</b>			<b>\$333,77</b>	<b>\$643,77</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Se utilizará mesas para colocar la batidora y los implementos para la elaboración del producto, así como para llenar los conos o moldes con el líquido preparado antes de llevarlos a refrigeración, las estanterías servirán para guardar el menaje, materia prima y otros implementos. Seguidamente se describirá el costo del vehículo que será utilizado para la distribución del producto en las tiendas y restaurantes, compra de materiales para la producción.

**Tabla 52**

**Detalle vehículo**

DETALLE	UNIDAD	CANT	P. UNIT	P. TOTAL
Camioneta doble cabina	U	1	\$10.000,00	\$10.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$10.000,00</b>	<b>\$10.000,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El vehículo que se adquirirá será de segunda mano, doble cabina que servirá para tener una mejor movilidad al momento de vender los productos. Se realizará una descripción de los muebles y enseres que serán utilizados en el área administrativa de la microempresa.

**Tabla 53**

**Detalle de muebles y enseres área administrativa**

DETALLE	UNIDAD	CANT	P. UNIT	P. TOTAL
Escritorios	U	1	\$130,00	\$130,00
Silla giratoria	U	1	\$75,00	\$75,00
Silla de espera	U	2	\$35,00	\$70,00
Archivadores	U	1	\$55,00	\$55,00
Basurero	U	1	\$2,50	\$2,50
Teléfono	U	1	\$49,99	\$49,99
<b>TOTAL</b>			<b>\$347,49</b>	<b>\$382,49</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Los muebles y enseres descritos anteriormente serán adquiridos para la implementación del área administrativa que será utilizada por el Gerente dentro del negocio. Para complementar está se adquirirá equipo de cómputo o informático que se detalla a continuación:

**Tabla 54****Equipos informáticos**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>P. TOTAL</b>
Computador de escritorio	U	1	\$700,00	\$700,00
Impresora	U	1	\$235,00	\$235,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$935,00</b>	<b>\$935,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Para la ejecución de las funciones del Gerente se adquirió el equipo informático detallado en la tabla con el mismo nombre, este servirá de apoyo y respaldo de información referente a las actividades realizadas por la microempresa.

**Resumen de la inversión fija**

Se presentará un resumen de las inversiones fijas que se van a realizar en la implementación y para el adecuado desenvolvimiento de las áreas administrativas, productivas, comercialización y bodega de la microempresa, así como la adquisición de un vehículo que mediante proformas respectivas los costos son los siguientes:

**Tabla 55****Resumen de las inversiones fijas**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Maquinaria y equipo	\$5.833,76
Menaje	\$516,41
Muebles y enseres para la producción	\$643,77
Muebles y enseres administrativos	\$382,49
Equipo de computación	\$935,00
Vehículo	\$10.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$18.311,43</b>

**Fuente:** Tablas 49, 50, 51, 52, 53, 54.

**Elaborado por:** La autora

Los rubros mencionados en la tabla resumen de las inversiones son la recopilación de los datos investigados sobre los costos de los diferentes equipos, maquinaria, muebles y enseres que servirán al negocio para un buen desempeño de sus actividades.



#### 4.6.2. Costo de producción

El costo de producción de cada uno de los productos a ofertar, se debe establecer la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación que servirán para complementar los cálculos en forma segura y precisa.

Antes de dar a conocer el costo unitario de cada uno de los sabores se debe establecer el pago de la mano de obra directa mensual y los costos indirectos de fabricación:

#### Mano obra directa o MOD

En la mano de obra directa se encuentra el jefe de producción el cual es el encargado de la producción de cada uno de los helados de distintos sabores, el sueldo anual se calcula tomando en cuenta los beneficios de ley que le corresponden calculados en base a su sueldo mensual.

**Tabla 56**

#### *Sueldo mensual jefe de producción*

<b>PERSONAL</b>	<b>MES</b>
Jefe de Producción	\$450,00
Aporte Personal 9,45%	\$42,53
<b>MENSUAL</b>	<b>\$450,00</b>
Vacaciones	\$18,75
Aporte Patronal 12,15%	\$54,68
Fondos de Reserva	\$0,00
Décimo Tercero	\$37,50
Décimo Cuarto	\$33,33
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$594,26</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Cabe señalar que el primer año no ganan los fondos de reserva, además que los componentes salariales se hacen en base a los 450,00 dólares americanos que gana cada mes y que para el cálculo de la mano de obra directa en los costos de producción se suman el sueldo más todos los beneficios salariales dando un total de \$594,26 dólares americanos mensuales, porque se debe cargar a cada helado el costo del jefe de personal en forma total.

### Costos indirectos de fabricación o CIF

Para realizar el cálculo de estos costos se debe tomar en cuenta los implementos y materiales de aseo que se ocuparan en el área de producción que se detallan a continuación:

**Tabla 57**

**Detalle de los implementos y materiales de aseo - área de producción**

DETALLE	UNIDAD	CANT	P. UNIT.	P. TOTAL	AÑO
Basurero grande	U	1	\$4,50	\$4,50	\$4,50
Jabón lava platos	U	1	\$1,35	\$1,35	\$16,20
Esponja estrella	U	1	\$1,20	\$1,20	\$14,40
Franela	Mt	2	\$1,50	\$3,00	\$3,00
Detergente (15 Kg)	Funda	1	\$15,50	\$15,50	\$15,50
Fundas medianas para basura	Paquete	1	\$0,40	\$0,40	\$4,80
Fundas pequeñas para basura	Paquete	1	\$0,25	\$0,25	\$1,00
Balde plástico para limpieza	U	1	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Guantes	Par	1	\$1,53	\$1,53	\$18,36
Atomizador	U	1	\$2,12	\$2,12	\$2,12
<b>TOTAL</b>				<b>\$32,85</b>	<b>\$82,88</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

Los implementos y materiales como el basurero, balde plástico para limpieza, el atomizador, la franela, el detergente se los adquirirá una vez al año dando un total de 28,12 dólares americanos, las fundas pequeñas de basura se adquirirá un paquete cada tres meses dando un total de 1,00 dólar y el resto se comprará cada mes dando un total de 53,76 dólares americanos, se suman estos rubros y nos da 82,88 dólares americanos al año.

El consumo de luz se establecerá de 2 Kwh por cada sabor de helado elaborada en una hora de trabajo, es así que cada kwh costará \$0,092 centavos de dólar americano, las paletas se tomaran en cuenta 10 extras de cada uno del total por sabor producido, en una hora de trabajo, debido a que muchas veces estos se rompen o se dañan y ya no son útiles para colocarlos y ser expendidos. Con estas aclaraciones se procede a realizar un resumen de los otros costos indirectos de fabricación que se tomarán en cuenta.

**Tabla 58****Otros costos indirectos de fabricación**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL	UNIDADES PRODUCIR	V. UNIT. HELADO
Consumo de gas	U	24,00	\$2,50	\$60,00	115.752	\$0,0005183
Agua Potable	M3	3,74	\$1,30	\$58,38	115.752	\$0,0005043
Implementos y materiales de aseo	U	1,00	\$82,88	\$82,88	115.752	\$0,0007160
Combustibles y lubricantes	U	1,00	\$600,00	\$600,00	115.752	\$0,0051835
Mantenimiento/Repuestos varios	U	1,00	\$1.300,00	\$1.300,00	115.752	\$0,0112309
Depreciaciones producción	U	1,00	\$629,45	\$629,45	115.752	\$0,0054380
<b>TOTAL CIF</b>			<b>\$2.616,13</b>	<b>\$2.730,71</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$0,0235911</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Se tomará en cuenta el total del año de los costos indirectos de fabricación para dividir para la cantidad de helados proyectados y así obtener el valor unitario que le corresponde a cada producto es decir  $\$2.730,71 / 115.752$  unidades es igual 0,0235911 centavos de dólar americano por unidad que se producirá.

**Materia prima directa o MPD, Mano de obra directa y CIF**

Al ser un solo producto, pero varios los sabores que se van a ofertar en el presente proyecto se realizará una descripción de cada uno de los materiales que se utilizarán para la elaboración individual de cada helado según el sabor.

El primer sabor de helado es el marmolado y se lo detalla en la siguiente tabla, con la descripción de todos los costos de producción.

**Tabla 59****Costo de producción helado marmolado (parte 1)**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	25	ml	\$0,00250	\$0,0625000
Leche	37,5	ml	\$0,00080	\$0,0300000
Azúcar	14,17	gr	\$0,00088	\$0,0125000
Vainilla	0,16	ml	\$0,03000	\$0,0046875
Moras	11,34	gr	\$0,00110	\$0,0125000
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1221875</b>

**Tabla 60****Costos de producción helado de marmolado (parte 2)**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT.	P. TOTAL
Energía eléctrica	0,025	kwh	\$0,09200	\$0,0023000
Paletas	1,125	U	\$0,00600	\$0,0067500
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0326411</b>
Mano de obra directa	0,0125	hora	\$4,92854	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2164353</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El costo unitario de producción del helado marmolado es de 0,2164353 centavos de dólar americano, en una hora de trabajo se elaborarán 80 helados. El segundo sabor es el helado de chicle el cual se describirá en la siguiente tabla.

**Tabla 61****Costo de producción helado de chicle**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	26,67	ml	\$0,002500	\$0,0666667
Leche	40	ml	\$0,000800	\$0,0320000
Azúcar	12,10	gr	\$0,000882	\$0,0106667
Saborizante	0,27	ml	\$0,030000	\$0,0080000
Colorante	0,01	Porción	\$0,250000	\$0,0033333
Chicles	1,13	Unidades	\$0,007000	\$0,0079333
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1286000</b>
Energía eléctrica	0,027	kwh	\$0,09200	\$0,0024533
Paletas	1,133	U	\$0,00600	\$0,0068000
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0328444</b>
Mano de obra directa	0,013	hora	\$4,62050	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2230511</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El cálculo del valor unitario de producción del helado de chicle es de \$ 0,2230511 que redondeando da un valor de \$0,22 centavos por unidad, en una hora de trabajo se fabricarán 75

helados. El tercer sabor es el helado de ron pasas que se procede a realizar la descripción de cada costo:

**Tabla 62**

**Costo de producción helado de ron pasas**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	26,67	ml	\$0,00250	\$0,0666667
Leche	40	ml	\$0,00080	\$0,0320000
Azúcar	12,10	gr	\$0,00088	\$0,0106667
Saborizante	0,17	ml	\$0,03000	\$0,0050000
Colorante	0,01	Porción	\$0,25000	\$0,0033333
Pasas	6,05	gr	\$0,00331	\$0,0200000
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1376667</b>
Energía eléctrica	0,027	kwh	\$0,09200	\$0,0024533
Paletas	1,133	U	\$0,00600	\$0,0068000
Otros Costos Indirectos F.	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0328444</b>
Mano de obra directa	0,013	hora	\$4,62050	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2321178</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El costo unitario de producción por unidad en el helado de ron pasas es de \$0,2321178, redondeando es de 0,23 centavas de dólar americano, de este sabor de helado se elaborarán 75. El cuarto sabor por describir es el helado de chocolate y se describe en la siguiente tabla:

**Tabla 63**

**Costo de producción helado de chocolate (parte 1)**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	25	ml	\$0,00250	\$0,0625000
Leche	37,5	ml	\$0,00080	\$0,0300000
Azúcar	11,3	gramos	\$0,00088	\$0,0100000
Chocolate en polvo	5,5	gramos	\$0,00568	\$0,0312500
Galletas oreo	0,04	Unidades	\$0,35000	\$0,0131250
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,146875</b>

**Tabla 64****Costo de producción helado de chocolate (parte 2)**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Energía eléctrica	0,025	kwh	\$0,09200	\$0,0023000
Paletas	1,125	U	\$0,00600	\$0,0067500
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0326411</b>
Mano de obra directa	0,0125	hora	\$4,92854	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2411228</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El valor unitario de producción del helado de chocolate es de 0, 2411228 centavos de dólar americano y se elaboran 80 unidades en una hora de trabajo. El quinto sabor es el de ovo, se describe en la siguiente tabla los costos unitarios:

**Tabla 65****Costo de producción helado de ovo**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	22,22	ml	\$0,00250	\$0,0555556
Leche	33,33	ml	\$0,00080	\$0,0266667
Azúcar	10,08	gr	\$0,00088	\$0,0088889
Ovo	15,12	gr	\$0,00220	\$0,0333333
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1244444</b>
Energía eléctrica	0,022	kwh	\$0,09200	\$0,0020444
Paletas	1,111	U	\$0,00600	\$0,0066667
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0323022</b>
Mano de obra directa	0,011	hora	\$5,54460	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2183533</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El costo unitario de producción del helado de ovo es de 0,2183533 centavos de dólar americano, redondeando 0, 22 centavos de dólar americano, se elaborarán 90 unidades en una hora de trabajo. El sexto sabor para detallar su materia prima es del helado de galleta, con los ingredientes propuestos y costos.

**Tabla 66****Costo de producción del helado de galleta**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD M.</b>	<b>P. UNIT</b>	<b>P. TOTAL</b>
Crema de leche	26,67	ml	\$0,00250	\$0,0666667
Leche	40,00	ml	\$0,00080	\$0,0320000
Azúcar	12,10	gr	\$0,00088	\$0,0106667
Vainilla	0,17	ml	\$0,03000	\$0,0050000
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1143333</b>
Energía eléctrica	0,027	kwh	\$0,09200	\$0,0024533
Paletas	1,133	U	\$0,00600	\$0,0068000
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0328444</b>
Mano de obra directa	0,013	hora	\$4,62050	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2087844</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El valor unitario de producción del sabor de galleta es de 0,21 centavos de dólar americanos en forma redondeada, y se producirán 75 unidades en una hora de trabajo. El séptimo sabor es de coco, a continuación, se detalla:

**Tabla 67****Costo de producción helado de coco**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD M.</b>	<b>P. UNIT</b>	<b>P. TOTAL</b>
Crema de leche	25	ml	\$0,0025	\$0,0625000
Leche	37,5	ml	\$0,0008	\$0,0300000
Azúcar	11,3	gr	\$0,0009	\$0,0100000
Cocos	0,025	Unidad	\$1,5000	\$0,0375000
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1400000</b>
Energía eléctrica	0,025	kwh	\$0,09200	\$0,0023000
Paletas	1,125	U	\$0,00600	\$0,0067500
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0326411</b>
Mano de obra directa	0,0125	hora	\$4,92854	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2342478</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El costo unitario de producción del helado de coco es de 0,24 centavos de dólar americanos en forma redondeada, se producirán 80 unidades en una hora de trabajo. El siguiente sabor es de mora, los materiales y costos se describen a continuación:

**Tabla 68**

**Costo de producción helado de mora**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	25	ml	\$0,00250	\$0,0625000
Leche	37,5	ml	\$0,00080	\$0,0300000
Azúcar	11,3	gr	\$0,00088	\$0,0100000
Mora de Castilla	17,0	gr	\$0,00176	\$0,0300000
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,1325000</b>
Energía eléctrica	0,025	kwh	\$0,09200	\$0,0023000
Paletas	1,125	U	\$0,00600	\$0,0067500
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0326411</b>
Mano de obra directa	0,0125	hora	\$4,92854	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2267478</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El costo de producción unitario del helado de mora es de 0, 23 centavos de dólar en forma redondeada, se elaborará 80 unidades en una hora de trabajo. A continuación, se describirá los materiales y costos del helado de frutilla:

**Tabla 69**

**Costo de producción helado de frutilla (parte 1)**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD M.	P. UNIT	P. TOTAL
Crema de leche	25	ml	\$0,0025	\$0,062500
Leche	37,5	ml	\$0,0008	\$0,030000
Azúcar	11,34	gr	\$0,0009	\$0,010000
Frutilla	17,01	gr	\$0,0018	\$0,030000
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,13250</b>
Energía eléctrica	0,025	kwh	\$0,09200	\$0,0023000
Paletas	1,125	U	\$0,00600	\$0,0067500
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0326411</b>



**Tabla 70****Costo de producción helado de frutilla (parte 2)**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD M.</b>	<b>P. UNIT</b>	<b>P. TOTAL</b>
Mano de obra directa	0,0125	hora	\$4,92854	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2267478</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Se puede observar que el valor unitario del helado de mora con el de frutilla son iguales, debido a que se gasta la misma cantidad de ingredientes y se elabora la misma cantidad del producto con la materia prima en una hora de trabajo. El último sabor es el de guanábana, se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 71****Costo de producción helado de guanábana**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD M.</b>	<b>P. UNIT</b>	<b>P. TOTAL</b>
Crema de leche	23,53	ml	\$0,0025	\$0,058824
Leche	35,29	ml	\$0,0008	\$0,028235
Azúcar	10,67	gr	\$0,0009	\$0,009412
Guanábana	0,01	Unidad	\$3,5000	\$0,041176
<b>COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA</b>				<b>\$0,137647</b>
Energía eléctrica	0,024	kwh	\$0,09200	\$0,0021647
Paletas	1,118	U	\$0,00600	\$0,0067059
Otros Costos Indirectos F	1	U	\$0,02359	\$0,0235911
<b>COSTO UNITARIO CIF</b>				<b>\$0,0324617</b>
Mano de obra directa	0,0118	hora	\$5,23657	\$0,0616067
<b>COSTO UNITARIO MOD</b>				<b>\$0,0616067</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>				<b>\$0,2317154</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El costo unitario de producción del helado de guanábana es de 0,2317154 centavos de dólar americanos o de 0,23 centavos de dólar americano se fabricarán en la microempresa 85 unidades en una hora de trabajo. A continuación, se presenta un resumen de los costos de producción por sabor de cada uno de los helados.

**Tabla 72****Resumen de costo de materia prima**

DETALLE	MES			TRIMESTRE
	CANT	COSTO U.	TOTAL	TOTAL
Helado de marmolado	1.800	\$0,12	\$219,94	\$659,81
Helado de chicle	806	\$0,13	\$103,65	\$310,95
Helado de ron con pasas	403	\$0,14	\$55,48	\$166,44
Helado de chocolate	1.343	\$0,15	\$197,25	\$591,76
Helado de ovo	860	\$0,12	\$107,02	\$321,07
Helado de galleta	725	\$0,11	\$82,89	\$248,68
Helado de coco	1.317	\$0,14	\$184,38	\$553,14
Helado de mora	403	\$0,13	\$53,40	\$160,19
Helado de frutilla	1.129	\$0,13	\$149,59	\$448,78
Helado de guanábana	860	\$0,14	\$118,38	\$355,13
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>9.646</b>		<b>\$1.271,98</b>	<b>\$3.815,95</b>

Fuente: Tablas 59, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68,69,71

Elaborado por: La autora

Se realiza un resumen haciendo constar cada uno de los sabores que se va a vender con la cantidad mensual a producir, dando un total mensual de mil doscientos setenta y uno con 98/100 dólares americanos, y en el trimestre tres mil ochocientos quince con 95/100 dólares americanos.

**Tabla 73****Resumen de Costos indirectos de fabricación**

PRODUCTO	MES			TRIMESTRE
	CANT	COSTO U.	TOTAL	TOTAL
Helado de marmolado	1.800	\$0,03	\$58,75	\$176,26
Helado de chicle	806	\$0,03	\$26,47	\$79,42
Helado de ron pasas	403	\$0,03	\$13,24	\$39,71
Helado de chocolate	1.343	\$0,03	\$43,84	\$131,51
Helado de ovo	860	\$0,03	\$27,78	\$83,34
Helado de galleta	725	\$0,03	\$23,81	\$71,44
Helado de coco	1.317	\$0,03	\$42,99	\$128,96
Helado de mora	403	\$0,03	\$13,15	\$39,46
Helado de frutilla	1.129	\$0,03	\$36,85	\$110,56
Helado de guanábana	860	\$0,03	\$27,92	\$83,75
<b>TOTAL CIF</b>			<b>\$314,80</b>	<b>\$944,41</b>

Fuente: Tablas 60, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 68,69,71

Elaborado por: La autora

Los costos indirectos de fabricación calculados para el mes son de trescientos catorce con 80/100 dólares americanos y para el trimestre es de novecientos cuarenta y cuatro con 41/100 dólares americanos, existe una variación en la multiplicación de la cantidad con el valor unitario debido a que este precio de cada sabor arrastra decimales y se toman en cuenta cada uno de ellos para la operación realizada.

#### 4.6.3. Inversiones diferidas

La inversión diferida para la implementación del proyecto se denota por los siguientes gastos pre-operativos en los que incurrirá la microempresa para empezar sus actividades.

**Tabla 74**

#### *Inversiones diferidas*

INVERSIONES DIFERIDAS	VALOR TOTAL
RUC	\$5,00
Permiso de C. Bomberos	\$12,00
Ordenanza Municipal	\$35,00
R. Sanitario	\$100,00
Constitución de la empresa	\$200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$352,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

En la tabla de inversión diferida se considera los rubros que permitirán el funcionamiento de la microempresa cumpliendo con la normativa legal establecida para el efecto.

#### 4.6.3. Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos se va a considerar el sueldo con los beneficios de ley del gerente y de los servicios profesionales que se pagará a la contadora, debido a que la microempresa no está obligada a llevar contabilidad de acuerdo con la Ley de Régimen Tributario Interno, además de los costos de suministros de oficina, servicios básicos, seguridad, implementos y materiales de aseo para el área administrativa.

Se describirá el sueldo con los beneficios de ley que le corresponden al gerente en forma mensual y el total anual que se debe pagar.

**Tabla 75****Sueldo Administrativo Gerente**

<b>PERSONAL</b>	<b>MES</b>
Gerente	\$550,00
Aporte Personal 9.45%	\$51,98
<b>MENSUAL</b>	<b>\$550,00</b>
Vacaciones	\$22,92
Aporte Patronal 12.15%	\$66,83
Fondos de Reserva	\$0,00
Décimo Tercero	\$45,83
Décimo Cuarto	\$33,33
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$718,91</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$8.626,90</b>

**Fuente:** Ministerio de trabajo

**Elaborado por:** La autora

Se debe considerar que al sumar el total del mes se tiene algunos decimales en el décimo cuarto sueldo (\$33,33333333) que afectará luego al total del año a pagar en una diferencia de \$0.04 centavos de diferencia, por lo que se procede a redondearla. El sueldo mensual de los servicios profesionales de la contadora será de 150,00 dólares americanos cada mes dando un total al año de 1.800,00 dólares americanos.

El área administrativa también necesita de suministros de oficina los cuales se detallarán en la siguiente tabla.

**Tabla 76****Detalle de suministros de oficina**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>P. TOTAL</b>
Resma de papel	U	1	\$3,00	\$3,00
Grapadora	U	1	\$3,75	\$3,75
Grapas	U	2	\$0,85	\$1,70
Perforadora	U	1	\$2,50	\$2,50
Esferos	Caja	1	\$4,20	\$4,20
Carpetas	U	6	\$0,40	\$2,40
Tinta para impresora	U	4	\$2,40	\$9,60
<b>TOTAL</b>				<b>\$27,15</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Para sacar el costo trimestral de los suministros de oficina se considera la misma cantidad que para el mensual, aunque en la tabla anterior se describen algunos suministros que tienen una duración de un año, la resma de papel para tres meses, la tinta para impresora para seis meses, se lo consideró de esa forma por los imprevistos que puedan presentarse.

Además, en el área administrativa también se debe tener en cuenta los implementos y materiales de aseo que servirán para cumplir con la normativa de sanidad vigente, y tener una buena presentación del negocio.

**Tabla 77**

***Detalle de implementos y materiales de aseo área administrativa***

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>P. TOTAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>	<b>AÑO</b>
Papel higiénico	Paquete	1	\$11,98	\$11,98	\$11,98	\$47,92
Jabón de manos	Paquete	1	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$12,00
Cepillo de inodoro	U	1	\$2,50	\$2,50	\$2,50	\$2,50
Escoba	U	1	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50
Trapeador	U	1	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Lustre	U	1	\$1,00	\$1,00	\$3,00	\$12,00
Guantes para lavar el baño	Par	1	\$1,53	\$1,53	\$3,06	\$12,24
Basurero pequeño baño	U	1	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50
Recogedor de basura	U	1	\$2,50	\$2,50	\$2,50	\$2,50
Cloro	U	1	\$1,20	\$1,20	\$3,60	\$14,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$29,71</b>	<b>\$35,64</b>	<b>\$109,56</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

En la tabla de implementos y materiales de aseo se considera que el papel higiénico, el jabón de manos se comprará cuatro veces en todo el año; el cepillo de inodoro, la escoba, trapeador, basurero para el baño y recogedor de basura se comprará una solo vez cada año; el cloro, lustre se adquirirá uno cada mes y guantes para lavar el baño dos pares cada tres meses.

Dentro de los gastos administrativos también tenemos a los servicios básico los cuales se describirán a continuación:

**Tabla 78****Detalle de servicios básicos generales**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>P. TOTAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>
Agua potable	M3	5,67	\$1,30	\$7,37	\$22,11
Energía eléctrica	KW	320	\$0,09	\$29,44	\$88,32
Teléfono CNT	Global	1	\$40,00	\$40,00	\$120,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$76,81</b>	<b>\$230,43</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

De los valores detallados en la tabla de servicios básicos generales, se realizó un análisis de la cantidad que se necesitaría para cada área, en el agua potable se considerará el 34% para los gastos administrativos y el 66% para el área de producción, la energía eléctrica se tomará el 25% para administración y el 75% para la producción y el teléfono con internet todo para el área administrativa.

Al ser la seguridad una parte importante para que la microempresa funcione y cumpla con la normativa legal se consideró lo más indispensable para el efecto.

**Tabla 79****Detalle de seguridad**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>P. TOTAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>
Extintor	U	1	\$23,77	\$23,77	\$23,77
Señaléticas	kit	1	\$44,27	\$44,27	\$44,27
<b>TOTAL</b>				<b>\$68,04</b>	<b>\$68,04</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Al inicio de las funciones del negocio se realizará la compra de un extintor y las señaléticas para cumplir con lo exigido por la ley, por lo tanto, el valor de 68,04 dólares americanos se considera para el primero año, pero para el segundo año solo se tendrá en cuenta el valor de la carga del extintor (\$6,00) para el área administrativa y el de las señaléticas (\$44,27) con el incremento del 1,648% de inflación dando un total de 51,00 dólares americanos.

**4.6.4. Gastos de venta**

Dentro de los gastos de venta se describirán los gastos de publicidad y la remuneración del vendedor con los beneficios de ley que le corresponden cada mes y el total anual.

**Tabla 80****Gasto publicidad**

<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO</b>
Publicidad	\$50,00	\$600,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$600,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Se ha presupuestado que se gastará en publicidad 600,00 dólares anuales, dentro de los cuales se considerará repartición de trípticos a nuestros clientes, letrero del local y otros.

Los gastos de remuneración por pago al vendedor se los describe en la siguiente tabla:

**Tabla 81****Sueldo y beneficios de ley vendedor**

<b>PERSONAL</b>	<b>MES</b>
Vendedor	\$400,00
Aporte Personal 9,45%	\$37,80
<b>MENSUAL</b>	<b>\$400,00</b>
Vacaciones	\$16,67
Aporte Patronal 12,15%	\$48,60
Fondos de Reserva	\$0,00
Décimo Tercero	\$33,33
Décimo Cuarto	\$33,33
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$531,93</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$6.383,20</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

El total del año difiere en decimales con la multiplicación directa del mes que es \$531,93 por doce meses a pagar, debido a los decimales que se conserva del décimo cuarto sueldo, décimo tercer sueldo y de las vacaciones.

**4.6.5. Capital de trabajo**

Se presentará un resumen del capital de trabajo que se necesitará para poner en marcha el negocio, en forma mensual y la proyección para 3 meses, que se estima es la adecuada en este tipo de negocio.

**Tabla 82**  
**Capital de trabajo inicial**

<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>
<b>COSTOS DE PRODCUCCIÓN</b>		
Materia prima directa	\$1.271,98	\$3.815,95
Mano de obra directa	\$594,26	\$1.782,78
Costos indirectos de fabricación	\$314,80	\$944,41
<b>Sub total</b>	<b>\$2.181,04</b>	<b>\$6.543,13</b>
<b>GATOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldo administrativo	\$718,91	\$2.156,73
Contador (Servicios profesionales)	\$150,00	\$450,00
Suministros de oficina	\$27,15	\$27,15
Mantenimiento de Equipo de Computo	\$50,00	\$50,00
Implementos y materiales de aseo	\$29,71	\$35,64
Seguridad	\$68,04	\$68,04
Servicios Básicos	\$49,87	\$149,60
Arriendo	\$200,00	\$600,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Publicidad	\$50,00	\$150,00
Remuneración de ventas	\$531,93	\$1.595,80
<b>Sub total</b>	<b>\$1.875,61</b>	<b>\$5.282,95</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$4.056,65</b>	<b>\$11.826,08</b>

**Fuente:** Tablas 56, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81

**Elaborado por:** La autora

En el capital de trabajo se consideró los Implementos y materiales de aseo de la siguiente manera para el trimestral: El papel higiénico para tres meses un valor de \$11,98, el paquete de jabón de manos uno para los tres meses la cantidad de \$3,00, el lustre uno por mes es \$3,00, el cloro uno por mes \$3,60; los implementos como cepillo para inodoro, escoba, trapeador y basurero pequeño adquiere al año dando un total de \$11,00 y los guantes para lavar el baño se compran dos pares a los tres meses con un costo de \$3,06, sumando da los 35,64 dólares americanos.



#### 4.5.6. Inversión total del proyecto

Se presentará un resumen de la inversión fija, diferida y capital de trabajo total para la implementación del proyecto.

**Tabla 83**  
**Inversiones totales**

DETALLE	MONTO	%
Inversión fija	\$18.311,43	60,06%
Inversión diferida	\$352,00	1,15%
Capital de trabajo	\$11.826,08	38,79%
<b>TOTAL</b>	<b>\$30.489,51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

La inversión total para inicial las actividades del proyecto es de treinta mil cuatrocientos ochenta y nueve con 51/100 dólares americanos de los cuales el 67,20% corresponde a capital propio y el 32,80% será capital financiado obtenido a través de una institución financiera.

#### Resumen

En el desarrollo del estudio técnico se estableció que la maquinaria y equipo se la puede adquirir con facilidad en el medio donde funcionará la microempresa, que los procesos de productividad no son complicados de realizar, que son manuales y artesanales por lo que no se requiere de experiencia alguna para ello. Que la materia prima e insumos se los encuentra en la zona, que la capacidad de la planta es adecuada y va acorde con la planificación realizada.

## **CAPÍTULO V**

### **EVALUACIÓN ECONÓMICA**

#### **5.1. Introducción**

La evaluación financiera - económica permite obtener y determinar la información económica necesaria en base al estudio de mercado y estudio técnico, permitiendo conocer los ingresos y costos para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados.

Se realiza las proyecciones para 5 años; tanto de ingresos, costos como de gastos utilizando el índice de inflación promedio del 1,64% según informes del Banco Central del Ecuador. Además, se establece en gastos financieros un crédito microempresarial en BAN Ecuador a una tasa del 9,76%.

Se establece la estructura de los diferentes estados financieros y se realiza los respectivos cálculos de los indicadores financieros para percibir un mejor panorama en cuanto a la parte financiera del proyecto a ponerlo en marcha.

#### **5.2. Objetivos de la evaluación económica**

##### **5.2.1. Objetivo general**

Evaluar económica y financieramente las condiciones planteadas de la propuesta para determinar ingresos, egresos, costos y gastos previos para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados.

##### **5.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar el presupuesto de costos variables
- Establecer el estado de situación financiera inicial
- Calcular ingresos actuales y proyectados
- Calcular los egresos, gastos y costos actuales y proyectados
- Establecer los egresos del personal de un mes, anual y proyectados a cinco años.
- Cuantificar la depreciación de los equipos y maquinarias.

- Calcular los indicadores financieros: TIR, VAN, C/B, Periodo de Recuperación de la Inversión y Punto de Equilibrio.

### 5.3. Estado de situación financiera

Este estado resume los activos, pasivos y el patrimonio que posee la microempresa al momento de iniciar sus actividades.

#### Tabla 84

#### Estado de situación financiera

<b>HELADOS LUPINITO</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	<b>\$10.000,00</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Capital de trabajo	\$11.826,08	Préstamo por pagar	\$10.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$20.489,51</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		Capital	\$20.489,51
Muebles y enseres	\$1.026,26		
Maquinaria y equipo	\$5.833,76		
Menaje	\$516,41		
Vehículo	\$10.000,00		
Equipo de computo	\$935,00		
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
Gastos constitución	\$352,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$30.489,51</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>\$30.489,51</b>

Fuente: Estudio técnico – tablas 55, 74

Elaborado por: La autora

Los activos suman la cantidad de treinta mil cuatrocientos ochenta y nueve con 51/100 (\$30.489,51) dólares americanos, de los cuales el capital es veinte mil cuatrocientos ochenta y nueve con 51/100 (\$20.489,51) dólares americanos; para cubrir la inversión necesaria se realizará un préstamo a BAN Ecuador de diez mil (\$10.000,00) dólares americanos.

#### 5.4. Determinación de los ingresos proyectados

Para la determinación de los ingresos proyectados podemos observar que al producto se le agrega un precio mínimo y un máximo que este podría llegar a costar, obteniendo un promedio y siendo la base para nuestras proyecciones en este capítulo.

**Tabla 85**

**Precio de venta promedio**

PRECIO	HELADO MARMOLADO	HELADO DE CHICLE	HELADO DE RON PASAS	HELADO DE CHOCOLATE	HELADO DE OVO
Precio mínimo	\$0,4	\$0,4	\$0,4	\$0,4	\$0,4
Precio máximo	\$0,8	\$0,8	\$0,8	\$0,8	\$0,8
<b>PROMEDIO</b>	<b>\$0,6</b>	<b>\$0,6</b>	<b>\$0,6</b>	<b>\$0,6</b>	<b>\$0,6</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Para los cinco sabores restantes se toma en cuenta el mismo promedio de \$0,60 centavos de dólar, que es el precio de venta al público, a continuación, se presenta la proyección de venta del primer año con la estimación de helados de la demanda insatisfecha realizada en el estudio de mercado, tomando en cuenta el precio del helado sin IVA.

**Tabla 86**

**Venta de helados primer año**

PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO	CANT	PRECIO TOTAL
Helado de marmolado	0,54	21.600	\$11.664,00
Helado de chicle	0,54	9.672	\$5.222,88
Helado de ron con pasas	0,54	4.836	\$2.611,44
Helado de chocolate	0,54	16.116	\$8.702,64
Helado de ovo	0,54	10.320	\$5.572,80
Helado de galleta	0,54	8.700	\$4.698,00
Helado de coco	0,54	15.804	\$8.534,16
Helado de mora	0,54	4.836	\$2.611,44
Helado de frutilla	0,54	13.548	\$7.315,92
Helado de guanábana	0,54	10.320	\$5.572,80
<b>TOTAL</b>		<b>115.752</b>	<b>\$62.506,08</b>

Fuente: Tabla 85

Elaborado por: La autora

Tomando de base los datos de la tabla de ventas para el primer año se procede a realizar la proyección de los precios a 5 años, utilizando la tasa de inflación anual promedio del Banco Central del Ecuador con respecto al aumento de precios en los productos y el crecimiento de la cantidad de helados del 1,56%.

**Tabla 87**

**Proyección de ingresos a 5 años**

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PRECIO TOTAL	PRECIO TOTAL	PRECIO TOTAL	PRECIO TOTAL	PRECIO TOTAL
Helado de marmolado	\$11.664,00	\$12.041,20	\$12.430,46	\$12.832,68	\$13.247,66
Helado de chicle	\$5.222,88	\$5.391,84	\$5.566,06	\$5.746,26	\$5.932,05
Helado de ron con pasas	\$2.611,44	\$2.695,64	\$2.783,03	\$2.873,13	\$2.966,02
Helado de chocolate	\$8.702,64	\$8.983,83	\$9.274,16	\$9.573,89	\$9.883,28
Helado de ovo	\$5.572,80	\$5.753,01	\$5.939,33	\$6.131,35	\$6.329,82
Helado de galleta	\$4.698,00	\$4.850,07	\$5.007,00	\$5.168,91	\$5.335,96
Helado de coco	\$8.534,16	\$8.810,38	\$9.095,06	\$9.389,00	\$9.692,47
Helado de mora	\$2.611,44	\$2.695,64	\$2.783,03	\$2.873,13	\$2.966,02
Helado de frutilla	\$7.315,92	\$7.552,30	\$7.796,72	\$8.048,85	\$8.308,90
Helado de guanábana	\$5.572,80	\$5.753,01	\$5.939,33	\$6.131,35	\$6.329,82
<b>TOTAL</b>	<b>\$62.506,08</b>	<b>\$64.526,94</b>	<b>\$66.614,18</b>	<b>\$68.768,56</b>	<b>\$70.992,00</b>

Elaborado por: La autora.

La proyección de ingresos nos servirá para el establecimiento de la utilidad o pérdida del ejercicio, en el momento de realizar el estado de resultados integral, además nos permite tener un conocimiento de cuantos serán nuestros ingresos en los cinco años.

#### **5.4. Determinación de costos y gastos proyectados**

Los costos y gastos que se proyectarán serán los que se necesitan para la elaboración del producto y lo que respecta al funcionamiento normal de la microempresa.

##### **5.4.1. Costos de producción – Materia prima directa**

Se especificará todos los valores de la materia prima utilizada para el proceso productivo de los helados de crema según su sabor y tomando de base el estudio técnico establecido.

**Tabla 88****Costos de materia prima proyectados**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
helado de marmolado	\$2.639,25	\$2.724,60	\$2.812,68	\$2.903,69	\$2.997,59
helado de chicle	\$1.243,82	\$1.284,06	\$1.325,55	\$1.368,46	\$1.412,71
helado de ron con pasas	\$665,76	\$687,22	\$709,50	\$732,47	\$756,15
helado de chocolate	\$2.367,04	\$2.443,52	\$2.522,49	\$2.604,01	\$2.688,16
helado de ovo	\$1.284,27	\$1.325,80	\$1.368,73	\$1.412,99	\$1.458,72
helado de galleta	\$994,70	\$1.026,90	\$1.060,12	\$1.094,41	\$1.129,77
helado de coco	\$2.212,56	\$2.284,17	\$2.357,98	\$2.434,19	\$2.512,86
helado de mora	\$640,77	\$661,43	\$682,87	\$704,98	\$727,77
helado de frutilla	\$1.795,11	\$1.853,11	\$1.913,09	\$1.974,95	\$2.038,76
helado de guanábana	\$1.420,52	\$1.466,45	\$1.513,95	\$1.562,89	\$1.613,48
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.263,79</b>	<b>\$15.757,26</b>	<b>\$16.266,95</b>	<b>\$16.793,03</b>	<b>\$17.335,99</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 74

Elaborado por: La autora

Para los cálculos de los años proyectados se debe considerar que el total de helados se realiza una proyección de crecimiento del 1,56% en cantidad y del costo del helado un crecimiento inflacionario del 1,648%, así para los cinco años.

**5.4.2. Mano de obra directa (MOD)**

El sueldo del jefe de producción será proyectado a cinco años, tomando en cuenta los beneficios de ley que le corresponden.

**Tabla 89****Proyección del sueldo mensual de cada año**

<b>SUELDO MENSUAL POR AÑO</b>					
<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Jefe de Producción	\$450,00	\$457,42	\$464,95	\$472,62	\$480,41
Aporte Personal 9,45%	\$42,53	\$43,23	\$43,94	\$44,66	\$45,40
<b>ANUAL</b>	<b>\$5.400,00</b>	<b>\$5.488,99</b>	<b>\$5.579,45</b>	<b>\$5.671,40</b>	<b>\$5.764,86</b>

Fuente: Código de trabajo

Elaborado por: La autora

Se da a conocer el sueldo mensual que recibirá el jefe de producción cada mes, con respecto a los cinco años de proyección, seguidamente se realizará el cálculo de los beneficios de ley.

**Tabla 90**

**Mano de obra directa proyectada**

<b>COMPONENTES SALARIALES</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Salario Básico Unificado	\$5.400,00	\$5.488,99	\$5.579,45	\$5.671,40	\$5.764,86
Vacaciones	\$225,00	\$228,71	\$232,48	\$236,31	\$240,20
Aporte Patronal	\$656,10	\$666,91	\$677,90	\$689,08	\$700,43
Fondos de Reserva	\$0,00	\$457,23	\$464,77	\$472,43	\$480,21
Décimo Tercero	\$450,00	\$457,42	\$464,95	\$472,62	\$480,41
Décimo Cuarto	\$400,00	\$406,59	\$413,29	\$420,10	\$427,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.131,10</b>	<b>\$7.705,85</b>	<b>\$7.832,85</b>	<b>\$7.961,93</b>	<b>\$8.093,14</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 56

Elaborado por: La autora

Lo que cancelará la microempresa por mano de obra directa al jefe de producción quien será el encargado de la elaboración de los helados y del control de calidad del producto, se lo estima en la tabla mano de obra directa.

### 5.4.3. Costos indirectos de fabricación (CIF)

Los costos indirectos de fabricación para la elaboración de helados de crema se los proyecta a cinco años, estos están basados en el estudio técnico realizado.

**Tabla 91**

**Costos indirectos de fabricación proyectados (parte 1)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Helado marmolado	\$705,05	\$727,85	\$751,38	\$775,69	\$800,77
helado de chicle	\$317,67	\$325,92	\$336,45	\$347,34	\$358,57
helado de ron con pasas	\$158,84	\$162,94	\$168,22	\$173,67	\$179,29
helado de chocolate	\$526,04	\$543,04	\$560,59	\$578,71	\$597,41
helado de ovo	\$333,36	\$347,75	\$359,01	\$370,62	\$382,62

Fuente: Estudio técnico – tabla 73

Elaborado por: La autora

**Tabla 92****Costos indirectos de fabricación proyectados (parte 2)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Helado de galleta	\$285,75	\$293,17	\$302,66	\$312,44	\$322,54
Helado de coco	\$515,86	\$532,56	\$549,76	\$567,53	\$585,87
Helado de mora	\$157,85	\$162,94	\$168,22	\$173,67	\$179,29
Helado de frutilla	\$442,22	\$456,51	\$471,28	\$486,52	\$502,24
Helado de guanábana	\$335,00	\$347,75	\$359,01	\$370,62	\$382,62
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.777,64</b>	<b>\$3.900,2</b>	<b>\$4.026,59</b>	<b>\$4.156,81</b>	<b>\$4.291,21</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 73

Elaborado por: La autora

Para la proyección de los costos indirectos de fabricación se tomaron en cuenta los materiales indirectos que se utilizan al terminar el producto, además para su respectiva distribución y aseo de la planta de producción.

**5.4.4. Proyección de gastos administrativos**

Para los gastos administrativos se toma en cuenta el sueldo del gerente, los servicios profesionales de la contadora y todos los gastos del área administrativa. Se procede a la proyección a cinco años del sueldo del gerente.

**Tabla 93****Sueldo y beneficios de ley proyectados del gerente**

<b>SUELDO MENSUAL PROYECTADO POR AÑO</b>					
<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gerente	\$550,00	\$559,06	\$568,28	\$577,64	\$587,16
Aporte Personal 9,45%	\$51,98	\$52,83	\$53,70	\$54,59	\$55,49
<b>ANUAL</b>	<b>\$6.600,00</b>	<b>\$6.708,77</b>	<b>\$6.819,33</b>	<b>\$6.931,71</b>	<b>\$7.045,95</b>
<b>COMPONENTES SALARIALES</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Salario Básico Unificado	\$6.600,00	\$6.708,77	\$6.819,33	\$6.931,71	\$7.045,95
Vacaciones	\$275,00	\$279,53	\$284,14	\$288,82	\$293,58
Aporte Patronal 12,15%	\$801,90	\$815,12	\$828,55	\$842,20	\$856,08
Fondos de Reserva	\$0,00	\$558,84	\$568,05	\$577,41	\$586,93
Décimo Tercero	\$550,00	\$559,06	\$568,28	\$577,64	\$587,16
Décimo Cuarto	\$400,00	\$406,59	\$413,29	\$420,10	\$427,03
<b>Total</b>	<b>\$8.626,90</b>	<b>\$9.327,91</b>	<b>\$9.481,64</b>	<b>\$9.637,89</b>	<b>\$9.796,73</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 75

Elaborado por: La autora



En la tabla de sueldo del gerente se describe cada uno de los beneficios de ley que le corresponden y recibirá cada año según lo estipula la ley. Seguidamente se realizará la proyección de los otros gastos administrativos que se generarán en la puesta en marcha del estudio.

**Tabla 94**

**Resumen de los gastos administrativos proyectados**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de oficina	\$108,60	\$110,39	\$112,21	\$114,06	\$115,94
Arriendo	\$2.400,00	\$2.439,55	\$2.479,76	\$2.520,62	\$2.562,16
Gastos de Constitución	\$352,00				
Materiales de aseo	\$109,56	\$111,37	\$113,20	\$115,07	\$116,96
Mantenimiento de Equipo de					
Computo	\$50,00	\$50,82	\$51,66	\$52,51	\$53,38
Servicios Básicos	\$598,39	\$608,26	\$618,28	\$628,47	\$638,83
Seguridad	\$68,04	\$51,00	\$51,84	\$52,69	\$53,56
Servicios Profesionales					
Contador	\$1.800,00	\$1.829,66	\$1.859,82	\$1.890,47	\$1.921,62
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.486,59</b>	<b>\$5.201,05</b>	<b>\$5.286,76</b>	<b>\$5.373,89</b>	<b>\$5.462,45</b>

**Fuente:** Estudio técnico – tablas 74, 76, 77, 78, 79

**Elaborado por:** La autora

En la tabla de resumen se describe el arriendo que se pagará 200,00 dólares americanos mensuales, que se deben multiplicar por doce meses que tiene el año, el mantenimiento de equipo de cómputo que se presupuesta 50,00 dólares para el primer año, todos estos valores se les realiza un crecimiento inflacionario de 1,648% según el Banco Central del Ecuador.

#### **5.4.5. Proyección gastos de venta**

Dentro de los gastos de venta se consideran a los realizados por pago de sueldo al vendedor y la publicidad que la microempresa realice para darse a conocer, incrementar la salida del producto para obtener mayores ingresos.

**Tabla 95****Proyección gasto publicidad**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	\$600,00	\$609,89	\$619,94	\$630,16	\$640,54
<b>TOTAL</b>	<b>\$600,00</b>	<b>\$609,89</b>	<b>\$619,94</b>	<b>\$630,16</b>	<b>\$640,54</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 80

Elaborado por: La autora

Todo recurso presupuestado en la publicidad dará sus frutos al incrementarse las ventas de la microempresa y darse a conocer a los clientes, brindando un producto de calidad y con todas las normativas de sanidad que exigen la ley.

El sueldo y beneficios de ley que le corresponden al vendedor que contratará la microempresa LUPINITOS se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 96****Sueldo y beneficios proyectados del vendedor**

SUELDO MENSUAL PROYECTADO POR AÑO					
PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	\$400,00	\$406,59	\$413,29	\$420,10	\$427,03
Aporte Personal 9,45%	\$37,80	\$38,42	\$39,06	\$39,70	\$40,35
<b>ANUAL</b>	<b>\$4.800,00</b>	<b>\$4.879,10</b>	<b>\$4.959,51</b>	<b>\$5.041,24</b>	<b>\$5.124,32</b>
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	\$4.800,00	\$4.879,10	\$4.959,51	\$5.041,24	\$5.124,32
Vacaciones	\$200,00	\$203,30	\$206,65	\$210,05	\$213,51
Aporte Patronal 12,15%	\$583,20	\$592,81	\$602,58	\$612,51	\$622,61
Fondos de Reserva	\$0,00	\$406,43	\$413,13	\$419,94	\$426,86
Décimo Tercero	\$400,00	\$406,59	\$413,29	\$420,10	\$427,03
Décimo Cuarto	\$400,00	\$406,59	\$413,29	\$420,10	\$427,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.383,20</b>	<b>\$6.894,82</b>	<b>\$7.008,45</b>	<b>\$7.123,95</b>	<b>\$7.241,35</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 81

Elaborado por: La autora

El vendedor se encargará de realizar la distribución del producto a la vez que receptorá los pedidos de los clientes y se encargará de cobrar según las condiciones otorgadas en cada

venta realizada. Los valores que se proyectan son estimados bajo el Código de trabajo y con una inflación anual del 1,648% emitida por el Banco Central del Ecuador.

#### 5.4.6. Gastos financieros

La microempresa Helados LUPINITOS para iniciar sus actividades, se financiará con un crédito del Banco Pichincha por la cantidad de \$10.000,00 USD a una tasa del 11,20% en cuotas mensuales.

<b>Monto</b>	\$10.000,00
<b>Años Plazo</b>	5
<b>Número de pagos / año</b>	12
<b>Número de cuotas</b>	60
<b>Tasa de interés</b>	7,76%
<b>Valor a amortizar</b>	\$10.000,00
<b>Valor Cuota fija</b>	211,29

*Tabla 97*

*Resumen de tabla de amortización cada año*

<b>NRO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>	<b>SALDO ADEUDADO</b>
0				\$10.000,00
12	\$2.535,50	\$904,31	\$1.631,19	\$8.368,81
24	\$2.535,50	\$737,79	\$1.797,71	\$6.571,11
36	\$2.535,50	\$554,27	\$1.981,23	\$4.589,88
48	\$2.535,50	\$352,01	\$2.183,49	\$2.406,39
60	\$2.535,50	\$129,11	\$2.406,39	\$0,00

Fuente: BAN Ecuador

Elaborado por: La autora

Cuando se realiza un crédito, siempre nos dan una tabla de amortización esta es la que se presenta en la anterior tabla, pero en resumen cada año, lo que servirá para verificar los intereses que se deben cancelar cada periodo al igual que su capital.

**Tabla 98****Interés y pago de capital anual de crédito financiero**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Interés	\$904,31	\$737,79	\$554,27	\$352,01	\$129,11	\$2.677,49
Capital	\$1.631,19	\$1.797,71	\$1.981,23	\$2.183,49	\$2.406,39	\$10.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.535,50</b>	<b>\$2.535,50</b>	<b>\$2.535,50</b>	<b>\$2.535,50</b>	<b>\$2.535,50</b>	<b>\$12.677,49</b>

Fuente: BAN Ecuador

Elaborado por: La autora

Los intereses que se debe cancelar por el préstamo adquirido son \$2.677,49 USD al final del crédito que es para cinco años, el capital se cancela juntamente con los intereses cada año, como se indica en la tabla de interés y pago de capital anual de crédito financiero. También se debe tomar en cuenta el seguro de desgravamen en los créditos como se muestra a continuación:

**Tabla 99****Tabla de seguro de desgravamen**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Seguro	\$29,14	\$23,65	\$17,60	\$10,93	\$3,58	\$84,91
<b>TOTAL</b>	<b>\$29,14</b>	<b>\$23,65</b>	<b>\$17,60</b>	<b>\$10,93</b>	<b>\$3,58</b>	<b>\$84,91</b>

Fuente: BAN Ecuador

Elaborado por: La autora

El seguro de desgravamen es de suma importancia contratarlo debido a que si fallece la persona que realizó el crédito, sus familiares estarán exentos de pagar el mismo.

**5.4.7. Depreciación**

En todo negocio se realiza las depreciaciones de sus activos fijos, para esto se basará en la NIIFS 16 y 17 donde indica que para efectuar alguna depreciación se debe tomar en cuenta el valor de rescate, valor residual o valor de salvamento que es el monto por el cual al terminar su vida útil se va a recuperar el bien, este valor puede ser cero, pero también lo puede determinar el área administrativa.

Para efectuar la depreciación también se debe tomar en cuenta la vida útil que tendrá el bien, que es el tiempo que se estima que se utilizará el mismo; tomando en cuenta estas tres variables como son: el valor total, el valor de rescate y la vida útil se puede calcular el valor a depreciar.

**Tabla 100**  
**Activos fijos de la microempresa**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>SALVAMENTO</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>
Vehículo	\$10.000,00	\$1.000,00	5
Maquinaria y equipos de producción	\$5.833,76	\$583,38	10
Menaje	\$516,41	\$51,64	10
Muebles y enseres producción	\$643,77	\$64,38	10
Muebles y enseres administración	\$382,49	\$38,25	10
Equipos informáticos	\$935,00	\$93,50	3
<b>TOTAL</b>	<b>\$18.311,43</b>	<b>\$1.831,14</b>	

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas y NIIFS 16 y 17

**Elaborado por:** La autora

Para el valor residual se calculará el 10% sobre el costo total del activo fijo para depreciarlo, los años de vida útil se encuentra estipulado en el artículo 28 inciso 6 del Reglamento del Régimen Tributario Interno. Se realizará un cuadro del valor a depreciar.

**Tabla 101**  
**Valor a depreciar**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>SALVAMENTO</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
Maquinaria y equipo	\$5.833,76	\$583,38	\$5.250,38
Menaje	\$516,41	\$51,64	\$464,77
Muebles y enseres producción	\$643,77	\$64,38	\$579,39
<b>Subtotal</b>	<b>\$6.993,94</b>	<b>\$699,39</b>	<b>\$6.294,55</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Muebles y enseres administración	\$382,49	\$38,25	\$344,24
Equipo de computación	\$935,00	\$93,50	\$841,50
Vehículo	\$10.000,00	\$1.000,00	\$9.000,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$11.317,49</b>	<b>\$1.131,75</b>	<b>\$10.185,74</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$18.311,43</b>	<b>\$1.831,14</b>	<b>\$16.480,29</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** La autora

Cuando se utiliza el método de línea recta, con un valor de rescate lo primero que se debe realizar es sacar el valor a depreciar restando del valor total del bien el porcentaje que el área administrativa lo considere como valor de salvamento. Luego se procede a realizar la depreciar dividiendo para los años de vida útil que tenga cada activo fijo.

**Tabla 102**

**Depreciación de los activos fijos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>					
Maquinaria y equipo	\$525,04	\$525,04	\$525,04	\$525,04	\$525,04
Menaje	\$46,48	\$46,48	\$46,48	\$46,48	\$46,48
Muebles y enseres producción	\$57,94	\$57,94	\$57,94	\$57,94	\$57,94
<b>Subtotal</b>	<b>\$629,45</b>	<b>\$629,45</b>	<b>\$629,45</b>	<b>\$629,45</b>	<b>\$629,45</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>					
Muebles y enseres administración	\$34,42	\$34,42	\$34,42	\$34,42	\$34,42
Equipo de computación	\$280,50	\$280,50	\$280,50	\$0,00	\$0,00
Vehículo	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$2.114,92</b>	<b>\$2.114,92</b>	<b>\$2.114,92</b>	<b>\$1.834,42</b>	<b>\$1.834,42</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.744,38</b>	<b>\$2.744,38</b>	<b>\$2.744,38</b>	<b>\$2.463,88</b>	<b>\$2.463,88</b>

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La autora

Al final se sumará las depreciaciones de cada año como sigue vehículo \$9.000,00 USD, maquinaria y equipo de producción \$2.625,20 USD, menaje \$232,40 USD, muebles y enseres producción \$289,70 USD, muebles y enseres administración \$172,10 USD, Equipo de cómputo \$841,50 USD, con estos valores se puede establecer el saldo en libros.

**Tabla 103**

**Saldo en libros (parte 1)**

DETALLE	VALOR	TOTAL DEPRECIACIÓN	SALDO EN LIBROS
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
Maquinaria y equipo	\$5.833,76	\$2.625,20	\$3.208,57
Menaje	\$516,41	\$232,40	\$284,03
Muebles y enseres producción	\$643,77	\$289,70	\$354,07
<b>Subtotal</b>	<b>\$6.993,94</b>	<b>\$2.147,27</b>	<b>\$3,846.67</b>

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La autora

**Tabla 104****Saldo en libros (parte 2)**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>SALDO EN LIBROS</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Muebles y enseres administración	\$382,49	\$172,12	\$210,37
Equipo de computación	\$935,00	\$841,50	\$93,50
Vehículo	\$10.000,00	\$9.000,00	\$1.000,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$11.317,49</b>	<b>\$10.013,62</b>	<b>\$1.303,87</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$18.311,43</b>	<b>\$13.160,89</b>	<b>\$5.150,54</b>

**Fuente:** Investigación de campo y análisis financiero

**Elaborado por:** La autora

Para establecer el saldo en libros se resta el valor total del bien con la suma de los cinco años de depreciación dando un saldo en libros de cinco mil ciento cincuenta con 54/100 (\$5.150,54) dólares americanos.

#### **5.4.8. Resumen de costos y gastos de operación**

Se realizará el detalle de los costos y gastos en los que incurrirá la microempresa de helados LUPINTOS.

**Tabla 105****Resumen de costos y gastos de operación**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materia Prima Directa	\$15.263,79	\$15.757,26	\$16.266,95	\$16.793,03	\$17.335,99
Mano de obra Directa	\$7.131,10	\$7.705,85	\$7.832,85	\$7.961,93	\$8.093,14
Costos Indirectos de Fabricación	\$3.148,18	\$3.270,97	\$3.397,13	\$3.527,36	\$3.661,76
Depreciación activos de producción	\$629,45	\$629,45	\$629,45	\$629,45	\$629,45
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$26.172,53</b>	<b>\$27.363,54</b>	<b>\$28.126,39</b>	<b>\$28.911,78</b>	<b>\$29.720,34</b>
Gastos Administrativos	\$13.761,49	\$14.528,96	\$14.768,40	\$15.011,78	\$15.259,18
Gastos de constitución	\$352,00				
Gasto de ventas	\$6.983,20	\$7.504,71	\$7.628,39	\$7.754,11	\$7.881,89
Depreciación activos administración	\$2.114,92	\$2.114,92	\$2.114,92	\$1.834,42	\$1.834,42
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$23.211,62</b>	<b>\$24.148,60</b>	<b>\$24.511,71</b>	<b>\$24.600,31</b>	<b>\$24.975,49</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$49.384,14</b>	<b>\$51.512,14</b>	<b>\$52.638,10</b>	<b>\$53.512,09</b>	<b>\$54.695,84</b>
Costos de financiamiento préstamo	\$933,45	\$761,44	\$571,87	\$362,94	\$132,69
<b>TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$933,45</b>	<b>\$761,44</b>	<b>\$571,87</b>	<b>\$362,94</b>	<b>\$132,69</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$50.317,60</b>	<b>\$52.273,58</b>	<b>\$53.209,97</b>	<b>\$53.875,03</b>	<b>\$54.828,52</b>

Fuente: Tablas 88, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 98, 99

Elaborado por: La autora

En la tabla resumen de costos y gastos de operación se realiza la recopilación de los datos proyectados de todos los rubros concernientes a la puesta en marcha de la microempresa, con la finalidad de tener en forma precisa y sustentada lo que se va a invertir.

## 5.5. Estados financieros proyectados

Estos estados son el producto de las proyecciones de las diferentes áreas para obtener un presupuesto a cinco años de las actividades que desarrolle la microempresa, permitiendo estimar si un proyecto es viable de realizar.

### 5.5.1. Estado de resultado integral

Al elaborar el estado de resultados integral proyectado se establecerá la situación económica de la microempresa, para los cinco años.



**Tabla 106**  
**Estado de resultados integral**

<b>HELADOS LUPINITOS</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS PROYECTADAS</b>					
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>\$62.506,08</b>	<b>\$64.526,94</b>	<b>\$66.614,18</b>	<b>\$68.768,56</b>	<b>\$70.992,00</b>
<b>(-) Costos de Producción</b>	<b>\$26.172,53</b>	<b>\$27.363,54</b>	<b>\$28.126,39</b>	<b>\$28.911,78</b>	<b>\$29.720,34</b>
Materia prima directa	\$15.263,79	\$15.757,26	\$16.266,95	\$16.793,03	\$17.335,99
Mano de obra directa	\$7.131,10	\$7.705,85	\$7.832,85	\$7.961,93	\$8.093,14
Costos indirectos de fabricación	\$3.777,64	\$3.900,42	\$4.026,59	\$4.156,81	\$4.291,21
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$36.333,55</b>	<b>\$37.163,40</b>	<b>\$38.487,79</b>	<b>\$39.856,78</b>	<b>\$41.271,66</b>
<b>GASTOS ADMINISTRACION</b>	<b>\$14.113,49</b>	<b>\$14.528,96</b>	<b>\$14.768,40</b>	<b>\$15.011,78</b>	<b>\$15.259,18</b>
Sueldos Administrativos	\$8.626,90	\$9.327,91	\$9.481,64	\$9.637,89	\$9.796,73
Suministros de oficina	\$108,60	\$110,39	\$112,21	\$114,06	\$115,94
Arriendo	\$2.400,00	\$2.439,55	\$2.479,76	\$2.520,62	\$2.562,16
Gastos de Constitución	\$352,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mantenimiento de Equipo y					
Computo	\$50,00	\$50,82	\$51,66	\$52,51	\$53,38
Materiales de aseo	\$109,56	\$111,37	\$113,20	\$115,07	\$116,96
Servicios Básicos	\$598,39	\$608,26	\$618,28	\$628,47	\$638,83
Seguridad	\$68,04	\$51,00	\$51,84	\$52,69	\$53,56
Servicios Profesionales Contador	\$1.800,00	\$1.829,66	\$1.859,82	\$1.890,47	\$1.921,62
<b>GASTOS VENTAS</b>	<b>\$6.983,20</b>	<b>\$7.504,71</b>	<b>\$7.628,39</b>	<b>\$7.754,11</b>	<b>\$7.881,89</b>
Sueldos de Ventas	\$6.383,20	\$6.894,82	\$7.008,45	\$7.123,95	\$7.241,35
Publicidad	\$600,00	\$609,89	\$619,94	\$630,16	\$640,54
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>\$2.114,92</b>	<b>\$2.114,92</b>	<b>\$2.114,92</b>	<b>\$1.834,42</b>	<b>\$1.834,42</b>
Depreciaciones activos adm.	\$2.114,92	\$2.114,92	\$2.114,92	\$1.834,42	\$1.834,42
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$13.121,94</b>	<b>\$13.014,80</b>	<b>\$13.976,08</b>	<b>\$15.256,47</b>	<b>\$16.296,17</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$933,45</b>	<b>\$761,44</b>	<b>\$571,87</b>	<b>\$362,94</b>	<b>\$132,69</b>
Gastos Intereses	\$904,31	\$737,79	\$554,27	\$352,01	\$129,11
Seguro de desgravamen	\$29,14	\$23,65	\$17,60	\$10,93	\$3,58
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>\$12.188,48</b>	<b>\$12.253,36</b>	<b>\$13.404,21</b>	<b>\$14.893,53</b>	<b>\$16.163,48</b>
Participación trabajadores 15 %	\$1.828,27	\$1.838,00	\$2.010,63	\$2.234,03	\$2.424,52
<b>UTILIDADES ANTES DE</b>					
<b>IMPUESTOS</b>	<b>\$10.360,21</b>	<b>\$10.415,36</b>	<b>\$11.393,58</b>	<b>\$12.659,50</b>	<b>\$13.738,96</b>
Impuesto a la Renta	\$0,00	\$0,00	\$4,18	\$67,47	\$121,45
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$10.360,21</b>	<b>\$10.415,36</b>	<b>\$11.389,40</b>	<b>\$12.592,02</b>	<b>\$13.617,51</b>

Fuente: Tablas 88, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 98, 99 y análisis financiero

Elaborado por: La autora

La microempresa a pesar de que se dedica a la labor artesanal mediante la elaboración de sus helados debe cancelar la participación a sus trabajadores ya que no pertenece al grupo de los artesanos calificados. La utilidad obtenida en el primer año es de diez mil trescientos


sesenta con 21/100 (\$10.360,21) dólares americanos, lo que le permitirá a la propietaria tener una ganancia mensual de ochocientos sesenta y tres con 35/100 (\$863,35) dólares americanos.

### 5.5.2. Flujo de efectivo proyectado

El estado de flujo de efectivo representa tener un conocimiento sobre los movimientos y las variaciones del dinero en un periodo determinado, generalmente es de un año, se debe tomar en cuenta que las proyecciones de ingresos y egresos no siempre son lo real que se va a obtener.

*Tabla 107*

#### *Estado de flujo de efectivo proyectado*

 <b>HELADOS LUPINITOS</b>						
<b>ESTADO FLUJO DE EFECTIVO</b>						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Capital propio</b>	\$20.489,51					
<b>Capital Financiado</b>	\$10.000,00					
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>\$30.489,51</b>					
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		<b>\$10.360,21</b>	<b>\$10.415,36</b>	<b>\$11.389,40</b>	<b>\$12.592,02</b>	<b>\$13.617,51</b>
(+) Depreciaciones		\$2.744,38	\$2.744,38	\$2.744,38	\$2.463,88	\$2.463,88
(+) Amortización de diferidos		\$352,00				
(+) Valor de rescate						\$1.831,14
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$13.456,59</b>	<b>\$13.159,74</b>	<b>\$14.133,78</b>	<b>\$15.055,90</b>	<b>\$17.912,53</b>
<b>Egresos</b>						
Pago de deuda		\$1.631,19	\$1.797,71	\$1.981,23	\$2.183,49	\$2.406,39
Reinversión						
<b>(-) TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$1.631,19</b>	<b>\$1.797,71</b>	<b>\$1.981,23</b>	<b>\$2.183,49</b>	<b>\$2.406,39</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$30.489,51</b>	<b>\$11.825,40</b>	<b>\$11.362,03</b>	<b>\$12.152,55</b>	<b>\$12.872,41</b>	<b>\$15.506,14</b>

Fuente: Estudio financiero – tabla 98, 102, 106.

Elaborado por: La autora

El valor de rescate de las depreciaciones se consideró un valor residual de los activos fijos tanto del área de producción y administrativo. Este valor de rescate se utilizará en la compra del equipo de cómputo en caso de ser necesaria su adquisición, ya que es relevante contar con un archivo de los inventarios y toda la información financiera de la microempresa.

## 5.6. Evaluación financiera

La factibilidad de emprender con la microempresa de producción y comercialización Helados LUPINITOS se establece con la evaluación financiera.

### 5.6.1. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad permite la evaluación de la rentabilidad que obtendrá la inversión en el mercado, es necesario tener conocimiento de la tasa activa y pasiva para realizar el cálculo, así como del capital propio y financiado con el cual funcionará la microempresa.

**Tabla 108**

#### *Detalle del capital (K)*

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	\$20.489,51	67,20
Préstamo	\$10.000,00	32,80
<b>TOTAL</b>	<b>\$30.489,51</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Estudio técnico – tabla 83

Elaborado por: La autora

El capital que posee la empresa para poder iniciar sus actividades representa el 67,20%, mientras que el crédito que se realizará a BAN Ecuador representa el 32,80% del total a invertir, es bueno contar con el mayor porcentaje de capital propio porque no tendrá cuotas altas que cancelar al banco.

**Tabla 109**

#### *Costo de oportunidad*

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	TASA PONDERADA
Inversión propia	\$20.489,51	67,20	10,21%	6,86%
Inversión financiera	\$10.000,00	32,80	9,76%	3,20%
<b>TOTAL</b>	<b>\$30.489,51</b>	<b>100,00</b>	<b>19,97%</b>	<b>10,06%</b>

Nota: En la tasa ponderada se acarrea decimales por lo que varía la sumatoria total y se redondea.

Fuente: Estudio financiero – tabla 108

Elaborado por: La autora

**Costo de oportunidad = 10,06%**, tasa ponderada que se utilizará para obtener la tasa de rendimiento medio y es lo que debe rendir como mínimo la heladería LUPINITOS en condiciones óptimas.

### 5.6.2. Tasa de rendimiento medio

Para el cálculo de la tasa de rendimiento medio se toma como base el costo de oportunidad que es de 10,06% y la tasa de inflación que es de 1,648% dando como resultado del promedio de los cinco últimos años de tasas inflacionarias emitidas por el Banco Central del Ecuador, la fórmula a aplicar es:

$$TRM = (1+IF) * (1+CK)-1$$

**Donde:**

**TRM**= Tasa de rendimiento medio

**IF**= Índice inflacionario

**CK**= Costo de oportunidad

$$TRM = (1+0,01648) * (1+0,1006)-1$$

$$TRM = 11,88\%$$

**TRM = 11,88%** representa la rentabilidad mínima de la heladería LUPINITOS al empezar sus actividades en condiciones normales.

### 5.6.3. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es traer los flujos monetarios de caja a valores presentes mediante la utilización de la tasa de rendimiento medio, esto se realiza mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+i)^n}$$

Tabla 110

## VAN - Valor actual neto

AÑO	FLUJOS NETOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN (1+r) ^ (n)	FLUJOS CAJA ACTUALIZADOS
1	\$11.825,40	1,1188	\$10.570,08
2	\$11.362,03	1,2516	\$9.077,79
3	\$12.152,55	1,4003	\$8.678,68
4	\$12.872,41	1,5666	\$8.216,91
5	\$15.506,14	1,7526	\$8.847,37
	<b>\$63.718,53</b>		<b>\$45.390,83</b>

Elaborado por: La autora

$VAN = \sum$  de los Flujos de Caja Actualizados – Inversión.

$$VAN = \$45.390,83 - \$30.489,51$$

$$VAN = \$ 14.901,32$$

**Valor actual neto = \$ 14.901,32** valor positivo mayor a cero, lo que significa que es factible de realizar la inversión.

## 5.6.4. Tasa interna de retorno (TIR)

Para calcular la tasa interna de retorno se actualizan los flujos a una tasa mayor que la tasa de rendimiento medio y la fórmula que se utiliza es:

$$T.I.R. = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

Tabla 111

## TIR - Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO NETO	Flujo Neto Actualizado 1,1188	Flujo Neto Actualizado 1,292512
1	\$11.825,40	\$10.570,08	\$9.149,16
2	\$11.362,03	\$9.077,79	\$6.801,22
3	\$12.152,55	\$8.678,68	\$5.628,12
4	\$12.872,41	\$8.216,91	\$4.612,34
5	\$15.506,14	\$8.847,37	\$4.298,64
	<b>TOTAL</b>	<b>\$45.390,84</b>	<b>\$30.489,49</b>

Elaborado por: La autora

$$\text{TIR} = 11,88 + (29,25 - 11,88) \frac{14.901,32}{14.901,32 - (-0.03)}$$

$$\text{TIR} = 29,25\%$$

La tasa interna de retorno del proyecto es **29,25%**, valor mayor a la tasa de descuento lo que significa que existe rentabilidad en el proyecto y es factible de realizar.

### 5.6.5. Costo beneficio

Para establecer la relación costo – beneficio se realiza la división entre la sumatoria de los flujos netos actualizados para la inversión inicial.

*Tabla 112*

#### *Costo Beneficio*

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS 1,1188
1	\$11.825,40	\$10.570,08
2	\$11.362,03	\$9.077,79
3	\$12.152,55	\$8.678,68
4	\$12.872,41	\$8.216,91
5	\$15.506,14	\$8.847,37
<b>TOTAL</b>	<b>\$63.718,53</b>	<b>\$45.390,84</b>

Elaborado por: La autora

$$\text{B/C} = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{B/C} = \frac{45.390,84}{30.489,51}$$

$$\text{B/C} = 1,49$$

El resultado obtenido del beneficio / costo es de 1,49 lo que significa que por cada dólar invertido se recupera 0,49 centavos de dólar y demuestra que el proyecto es factible porque supera de uno.

### 5.6.6. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Es un indicador que permite saber en qué tiempo se recuperará la inversión realizada en el estudio, tomando de basa los flujos netos actualizados.

**Tabla 113****Periodo de recuperación de la inversión**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS</b>
1	\$11.825,40	\$10.570,08	\$10.570,08
2	\$11.362,03	\$9.077,79	\$19.647,87
3	\$12.152,55	\$8.678,68	\$28.326,55
4	\$12.872,41	\$8.216,91	\$36.543,46
5	\$15.506,14	\$8.847,37	\$45.390,84
	<b>\$63.718,53</b>	<b>\$45.390,84</b>	

Elaborado por: La autora

Se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = a + \frac{(\text{Io} - b)}{\text{Ft}}$$

**a** = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

**Io**= Inversión Inicial

**b** = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

**Ft** = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\text{PRI} = 3 + \frac{(30.489,51 - 28.326,55)}{12.872,41}$$

$$\text{PRI} = 3 + \frac{2.162,96}{12.872,41}$$

**PRI= 3,17**

El periodo de recuperación es de 3 años, 2 meses y 1 día aproximadamente, lo que se deduce que nuestra inversión se recuperará en un periodo comprendido en el mediano plazo.

### 5.6.7. Punto de equilibrio

Es un indicador que nos permite saber cuándo la empresa no pierde ni gana en la realización de la inversión, es decir que las ventas pueden cubrir los costos totales del proyecto, esto se lo puede realizar en dólares y en cantidades de venta del producto. La fórmula para el punto de equilibrio en dólares americano y en unidades es:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}} \qquad PEQ = \frac{\text{Costos Fijos}}{PVP - CVUP}$$

**Tabla 114**

**Punto de equilibrio**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
<b>INGRESOS</b>	
VENTAS	\$62.506,08
<b>COSTOS FIJOS</b>	
Remuneraciones ventas	\$6.383,20
Remuneraciones Administrativos	\$8.626,90
Mano de Obra Directa	\$7.131,10
Gastos de ventas	\$600,00
Gastos Administrativos	\$5.486,59
Gastos financieros	\$933,45
Depreciación	\$2.744,38
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>\$31.905,63</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Materia Prima Directa	\$15.263,79
Costos Indirectos Producción	\$3.777,64
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>\$19.041,43</b>

Elaborado por: La autora

Se presenta un resumen de los ingresos, costos fijos y variables que son indispensables para el cálculo del punto de equilibrio en dólares. En la siguiente tabla se establece el resultado:

$$PE (\$) = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{\$31.905,63}{\$0,70} = \$45.883,16$$



El punto de equilibrio general en dólares es cuarenta y cinco mil ochocientos treinta y tres con 16/100 (\$45.833,16) dólares americanos, en base a este total se realizará el cálculo del punto de equilibrio para cada sabor en dólares y en cantidad.

**Tabla 115**

***Punto de equilibrio por producto en cantidad y en dólares***

DESCRIPCION	PORCENTAJE	PUNTO	PUNTO
		EQUILIBRIO DÓALRES	EQUILIBRIO CANTIDAD
Helado de marmolado	18,66%	\$8.562,07	15.856
Helado de chicle	8,36%	\$3.833,90	7.100
Helado de ron con pasas	4,18%	\$1.916,95	3.550
Helado de chocolate	13,92%	\$6.388,25	11.830
Helado de ovo	8,92%	\$4.090,76	7.575
Helado de galleta	7,52%	\$3.448,61	6.386
Helado de coco	13,65%	\$6.264,58	11.601
Helado de mora	4,18%	\$1.916,95	3.550
Helado de frutilla	11,70%	\$5.370,32	9.945
Helado de guanábana	8,92%	\$4.090,76	7.575
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$45.883,16</b>	<b>84.968</b>

Elaborado por: La autora

Se describió en la tabla la cantidad de producto que se debe vender como mínimo para que los ingresos puedan cubrir los costos fijos y variables de la inversión realizada, es decir en dinero debe vender como mínimo \$45.883,16 y en unidades 84.968 para que la microempresa no tenga ni pérdida ni ganancia.

### **5.6.8. Resumen de la evaluación financiera**

El estudio de la evaluación financiera nos permite analizar la viabilidad económica del proyecto mediante los indicadores financieros que se ha ejecutado para comprobar si es factible de iniciar las actividades de la microempresa helados LUPINITOS. De esta forma mediante el análisis académico se ha determinado que es un proyecto ejecutable en vista de los resultados obtenido que a continuación se demuestra:

**Tabla 116****Resumen de indicadores financieros**

<b>INDICADOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
Costo de Oportunidad	10,06%	Este indicador financiero permite conocer que el proyecto es viable de realizar, porque el costo de oportunidad es mayor a la tasa pasiva que ganaría la inversión en una entidad financiera.
Tasa de rendimiento media	11.88%	De acuerdo con el porcentaje obtenido nos da un valor positivo el cual servirá como tasa de descuento para el cálculo del VAN y TIR.
Valor actual neto	\$14.901,32	Este resultado demuestra que la inversión es rentable de realizar debido a que su actualización de flujos indica que crecerá en cinco años.
Tasa interna de retorno	29,25%	Con este porcentaje estamos determinando que la inversión es rentable en vista que obtuvo una tasa mayor a la de descuento.
Costo – Beneficio	1,49	Este ratio indica que por cada dólar invertido se obtendrá 0,49 centavos de dólar de ganancia, dando como conclusión la viabilidad de ejecutar el negocio.
Periodo de recuperación	3,17	Indica que el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión es a un plazo mediano y razonable porque se recuperará en 3 años, 2 meses y 1 día.
Punto de equilibrio		
En unidades	84.968	Con esta cantidad en unidades se conoce cuantos helados se debe vender para obtener ingresos que permitan recuperar la inversión.
En dólares	\$45.883,16	Se determina el valor en dólares para que la empresa no pierda ni gane.

**Elaborado por:** La autora

En conclusión, se puede determinar que el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de helados es viable de ejecutar, de acuerdo con los resultados obtenidos en la evaluación financiera que indican que es mejor realizar esta inversión a tener el dinero en alguna institución financiera o realizar otras inversiones. Además, que se generará fuentes de trabajo en el sector ayudando a mejorar la economía local.

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. Introducción**

La estructura organizacional tiene como finalidad determinar el nombre o razón social de la microempresa, los requisitos legales para su funcionamiento, la filosofía empresarial, el organigrama estructural, además se establece las funciones que desempeñaran los colaboradores que laboraran en la microempresa para que las actividades se lleven de manera eficiente y eficaz con el fin de alcanzar las metas propuestas.

#### **6.2. Objetivos de la estructura organizacional**

##### **6.2.1. Objetivo general**

Definir la estructura organizacional pertinente a la implementación de la propuesta para la eficiente administración de recursos material, tecnológico y talento humano a intervenir en el proyecto.

##### **6.2.2. Objetivos específicos**

- Establecer el nombre o razón social de la microempresa productora y comercializadora de helados.
- Identificar los requisitos legales para la puesta en marcha del proyecto
- Detallar los aspectos filosóficos de la microempresa
- Diseñar la estructura organizacional
- Caracterizar los puestos necesarios con sus correspondientes funciones

#### **6.3. La empresa**

##### **6.3.1. Nombre o razón social**

El nombre o razón social definido para la microempresa productora y comercializadora de helados es: HELADOS LUPINITOS.

### 6.3.2. Logotipo de la empresa



*Figura 25 Logo de la microempresa*

### 6.3.3. Tipo de empresa

La microempresa productora y comercializadora de helados, será bajo la figura de persona natural, cumpliendo con los requisitos legales para obtener el RUC, permisos necesarios y pertinentes y cumpliendo con las obligaciones laborales. De acuerdo al posicionamiento y crecimiento de la microempresa se considera la posibilidad de conformar una compañía de responsabilidad limitada o la que corresponda según las circunstancias.

### Desarrollo de actividades de la empresa

Las actividades para desarrollar por la microempresa son de producción y comercialización de helados específicamente de crema.

### Domicilio

La microempresa de producción y comercialización de helados, LUPINITOS, estará domiciliado en el Barrio Monserrat, sector Mercado Mayorista del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura.

### 6.3.4. Requisitos legales para su funcionamiento

Los requisitos legales para el funcionamiento de la microempresa productora y comercializadora HELADOS LUPINITOS son los siguientes:

## **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

Es necesario la emisión del número de RUC, el cual se obtiene en el Servicio de Rentas Internas. En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos de acuerdo a lo señalado por la entidad tributaria.

Para lo cual debe registrarse con la presentación de los siguientes documentos:

- Formulario 01A y 01B
- Originales y copias de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante legal.
- Originales y copias de los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías.
- Copia de Escrituras de constitución de la microempresa
- Copia del Nombramiento del Representante legal
- Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

## **Patentes Municipales**

En el Art. 547 del Código Orgánico de Organización Territorial se establece que toda persona natural, jurídica, sociedades nacionales o extranjeras con domicilio o establecimiento en jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan actividades comerciales y de cualquier orden económico están obligados a obtener la patente (2015, pág.218). Para ello se debe presentar:

- Formulario de solicitud y declaración de patente.
- Recibo de pago del Impuesto Predial de la ubicación de la microempresa.
- Copia de RUC
- Copia de la Escritura de Constitución.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.

## **Cuerpo de Bomberos**

Todo establecimiento que inicie una actividad económica está obligado a obtener el certificado otorgado por la institución. Para ello es necesario:

- Original y copia de compra del extintor en el año vigente.

- Copia del RUC.
- Inspección del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de cedula y papeleta de votación del Representante legal.
- Señalar dimensiones de la planta.

### **Permiso de Funcionamiento**

Solicitud para permiso de funcionamiento.

- Planilla de inspección.
- Lista de productos a elaborar.
- Categorización otorgada por el MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad).
- Planos de la planta.
- Croquis de la ubicación de la microempresa.
- Copia del certificado de salud ocupacional de los trabajadores emitido por el Centro de Salud.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Copia del RUC
- Copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos

### **Requisitos Permiso Sanitario**

- Registro único de contribuyentes (RUC) / RISE.
- Cédula de identidad y papeleta de votación.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Fotocopia de escrituras, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).

### **Requisitos Permiso ARCSA (Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)**

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA permisos funcionamiento.controlsanitario.gob.ec, con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse.

- Una vez registrado, podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: IE-B.3.1.8-PF-01 Obtención Permiso de funcionamiento.
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, se imprime y posterior a 24 horas de haberse generado la orden de pago se debe proceder a cancelar su valor.

### 6.3.5. Filosofía empresarial

#### Misión

Satisfacer los gustos del mercado consumidor de helados mediante un sistema de producción y comercialización con criterios de buenas prácticas en calidad, identidad local, conservación del entorno y sostenibilidad.

#### Visión a Diciembre 2024

Helados LUPINITOS, es una microempresa reconocida y posicionada en el mercado local de Pimampiro por el desarrollo de sus buenas prácticas empresariales y de responsabilidad social.

### 6.3.6. Principios y valores

Los valores constituyen una guía de acción que enmarca la dirección hacia donde se dirige la unidad productiva.

- **Trabajo en equipo.** Para propiciar la confianza en el equipo y el trabajo colaborativo entre actores internos y externos de Helados Lupinitos.
- **Responsabilidad Social.** Para expresar y practicar el compromiso corporativo con el desarrollo local, la conservación del entorno y la dinámica económica de Pimampiro.
- **Puntualidad.** Es fundamental para la entrega responsable y puntual de los pedidos y asegura el cumplimiento oportuno de actividad planificadas en tiempos determinados con sus colaboradores internos y aliados externos.
- **Calidad.** En cuanto a la selección de las mejores frutas e insumos, desarrollo de procesos, trato a sus colaboradores, relación con sus aliados externos y buenas prácticas de comercialización.

## **Políticas**

- **Política de calidad**

La microempresa busca satisfacer las necesidades de los clientes al producir helados de crema a base de frutas naturales producidas en el cantón Pimampiro, garantizando su calidad, sabor y frescura al momento de ser consumidos, buscando preservar la salud y bienestar de nuestros clientes.

- **Política de producción**

Helados LUPINITOS, mantendrá como política de producción, la calidad en sus procesos, utilizando materia prima fresca e insumos de marcas reconocidas.

- **Política de comercialización**

Se procura tener muy buenas relaciones con los distribuidores oficiales en una filosofía de ganar ganar. Se impulsarán campañas periódicas para el mejor posicionamiento de Helados LUPINITOS.

### **6.3.7. Estrategias**

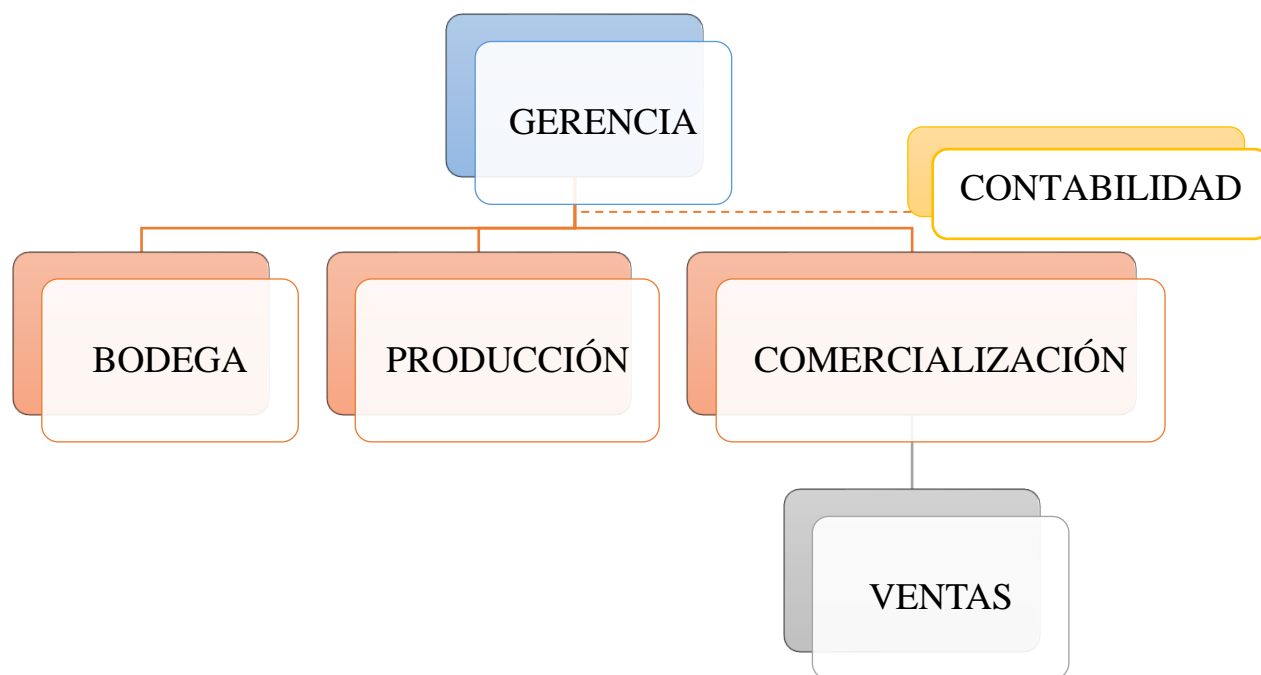
- Estrategias de Marketing
- Estrategias del Producto
- Estrategias de Plaza
- Estrategias de Precio

## **6.4. Administración y planificación de la empresa**

La microempresa productora y comercializadora de helados para contar con una administración organizada, el trabajo dividido y especializando cada tarea a cumplir, contará con el siguiente organigrama estructural.



### 6.4.1. Organigrama estructural



*Figura 26 Organigrama estructural de Helados Lupinitos*


Elaborado por: La autora

### 6.4.2. Manual de Funciones

El buen funcionamiento de la microempresa HELADOS LUPINITOS depende de la eficacia del desarrollo de las estrategias de la empresa, ya que determina y delimita las funciones para cada puesto de trabajo.

Tabla 117


## Manual de funciones - Gerente

		<b>LUPINITOS</b> Heladitos Desde la Tierra del Sol
		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente	
<b>Descripción del Cargo</b>	Planificar, organizar, ejecutar, coordinar y controlar las actividades de la microempresa para cumplir con los objetivos y metas de la misma.	
<b>Perfil del Cargo y Requerimientos</b>	Ingeniero en Administración de Empresas o afines. Disponibilidad de tiempo completo.	
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la microempresa.</li> <li>• Determinar estrategias de acuerdo a los principios y normativas establecidas.</li> <li>• Organizar y dirigir a los departamentos de la microempresa.</li> <li>• Asignar funciones a los cargos que están bajo su disposición.</li> <li>• Controlar las actividades del área de producción y ventas.</li> <li>• Presentar evaluaciones de la microempresa cada mes y realizar informes.</li> <li>• Velar por la correcta utilización de los recursos de la microempresa.</li> <li>• Vigilar el cumplimiento de los valores, normativas y políticas de la microempresa.</li> </ul>	

Elaborado por: La autora

Tabla 118

## Manual de funciones - Contadora


LUPINITOS	
 <p style="text-align: center;">Heladitos Desde la Tierra del Sol</p>	
MANUAL DE FUNCIONES	
<b>Nombre del Cargo</b>	Contador(a)
<b>Descripción del Cargo</b>	Llevar las operaciones contables y financieras de la microempresa.
<b>Perfil del Cargo y Requerimientos</b>	Ingeniero(a) en Contabilidad y Auditoría CPA Experiencia 1 año
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar las transacciones efectuadas por la microempresa.</li> <li>• Elaborar y presentar estados financieros.</li> <li>• Hacer las declaraciones de impuestos al SRI.</li> <li>• Efectuar pago de nómina a los empleados de la microempresa.</li> <li>• Asesorar a la gerencia de manera pertinente en asuntos financieros y contables.</li> <li>• Desarrollar presupuestos</li> </ul>

Elaborado por: La autora

Tabla 119

**Manual de funciones - jefe de producción**


---

	<b>LUPINITOS</b> Heladitos Desde la Tierra del Sol
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Jefe de Producción
<b>Descripción del Cargo</b>	Ejecutar, manejar y controlar los procesos de producción de helados de crema.
<b>Perfil del Cargo y Requerimientos</b>	Artesano Calificado Experiencia 1 año
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar programaciones de producción de acuerdo a la capacidad instalada y operativa de la microempresa.</li> <li>• Tener conocimiento de la maquinaria utilizada en la producción de helados</li> <li>• Usar adecuadamente los materiales e implementos utilizados en la producción.</li> <li>• Realizar las peticiones de materia prima e insumos de acuerdo a las necesidades y pedidos de producción.</li> <li>• Mantener relaciones armoniosas para mejorar el desempeño empresarial.</li> </ul>


---

Elaborado por: La autora

**Tabla 120**

**Manual de funciones - vendedor**

---

	<p><b>LUPINITOS</b> Heladitos Desde la Tierra del Sol</p>
<p><b>MANUAL DE FUNCIONES</b></p>	
<p><b>Nombre del Cargo</b></p>	<p>Vendedor</p>
<p><b>Descripción del Cargo</b></p>	<p>Comercializar los helados de crema relacionando las ventas con la capacidad operativa de la microempresa.</p>
<p><b>Perfil del Cargo y Requerimientos</b></p>	<p>Ingeniero (a) en Marketing Experiencia 1 año</p>
<p><b>Funciones</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener relaciones comerciales fraternas con clientes de la microempresa.</li> <li>• Llevar un registro de clientes y actualizar datos.</li> <li>• Llevar un registro de ventas.</li> <li>• Elaborar planes de marketing para la microempresa.</li> <li>• Ayudar a posicionar la microempresa y mejorar las ventas.</li> </ul>

---

**Elaborado por:** La autora

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

#### **7.1. Introducción**

En este capítulo es importante determinar las posibles consecuencias o impactos que generaran la microempresa y el efecto de los resultados favorables o negativos debido a su implementación. En la presente investigación se utilizará una escala de valoración de impactos aplicando a cada área de impacto y determinando los indicadores a ser evaluados para que de esta manera las estrategias de mejoramiento permitan el desarrollo eficiente y eficaz de las actividades a desarrollarse en la misma.

#### **7.2. Objetivos**

##### **7.2.1. Objetivo general**

Analizar los posibles impactos que se pudieran generar con la implementación de la propuesta.

##### **7.2.2. Objetivos específicos**

- Detallar la metodología a utilizar.
- Identificar las áreas de impacto.
- Determinar los indicadores de evaluación por área de impacto.
- Plantear la escala de valoración de indicadores de -3 a +3.
- Analizar los resultados de los posibles impactos que se pudieren generar.

#### **7.3. Análisis de impactos**

La metodología utilizada para la evaluación de impactos es una matriz con escalas de valoración negativa y positiva; la cual nos ayudara a estimar y cuantificar cada uno de los impactos económico, ambiental, social y empresarial.

A continuación, se presenta la matriz con la escala de medición de impactos:

**Tabla 121****Matriz con escala de medición de impactos**

TABLA CON ESCALA DE MEDICIÓN DE IMPACTOS	
ESCALA	INDICADORES
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay impacto
+1	Impacto Bajo Positivo
+2	Impacto Medio Positivo
+3	Impacto Alto Positivo

Elaborado por: La autora

Para determinar el nivel de impacto de cada área utilizaremos la siguiente fórmula:

- Nivel de Impacto =  $\frac{\sum \text{de valoración de impactos}}{\text{Número de Indicadores}}$

**7.3.1. Impacto Económico****Tabla 122****Valoración del impacto económico**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	TOTAL
Nivel de Ventas							X	+3
Nº de proveedores de frutas							X	+3
Nº de canales de distribución						X		+2
<b>TOTAL</b>						<b>+2</b>	<b>+6</b>	<b>8</b>

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{8}{3}$$

Nivel de Impacto Económico = 2,66 Impacto Medio Alto.

**Análisis**

Con la implementación de la propuesta se busca mejorar los ingresos económicos para la cual se depende de la venta de los helados; también se busca dinamizar la economía local

consumiendo frutas de los agricultores del cantón e identificando los canales de distribución. El impacto económico que genera la puesta en marcha de la microempresa es Medio Alto.

### 7.3.2. Impacto Ambiental

*Tabla 123*

*Valoración del impacto ambiental*

INDICADORES	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	TOTAL
Generación de desechos orgánicos				X				0
Generación de desechos inorgánicos					X			+1
Contaminación Ambiental					X			+1
<b>TOTAL</b>				<b>0</b>	<b>+2</b>			<b>+2</b>

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{2}{3}$$

Nivel de Impacto Ambiental = 0,66 Impacto Bajo Positivo

### Análisis

Las actividades de producción de la Empresa Helados LUPINITOS, generan desechos orgánicos e inorgánicos para los cuales se tomará medidas de tratamiento para cada tipo de desecho y que esto no contamine al medio ambiente; siendo un verdadero aporte al desarrollo sustentable. Como nivel de impacto ambiental tenemos un Impacto Bajo Positivo.

### 7.3.3. Impacto Social

*Tabla 124*

*Valoración del impacto social*

INDICADORES	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	TOTAL
Generación de fuentes de empleo							X	+3
Calidad de vida						X		+2
Cobertura de necesidades							X	+3
<b>TOTAL</b>						<b>+2</b>	<b>+6</b>	<b>+8</b>

Elaborado por: La autora



$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{8}{3}$$

Nivel de Impacto Social = 2,66 Impacto Alto Positivo

### **Análisis**

En consecuencia, el nivel de impacto social es alto positivo, debido a que la implantación de la microempresa genera fuentes de empleo y contribuye a disminuir los índices de desempleo, mejorando así los ingresos económicos de algunas familias del cantón Pimampiro.

### **7.3.4. Impacto Empresarial**

*Tabla 125*

#### *Valoración del impacto empresarial*

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>+1</b>	<b>+2</b>	<b>+3</b>	<b>TOTAL</b>
Cultura Organizacional						X		+2
Calidad							X	+3
Motivación laboral							X	+3
Desarrollo empresarial							X	+3
<b>TOTAL</b>						<b>+2</b>	<b>+9</b>	<b>11</b>

**Elaborado por:** La autora

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{11}{4}$$

Nivel de Impacto Empresarial = 2,75

### **Análisis**

El nivel de impacto empresarial es Alto positivo, con una cultura organizacional que permita a los colaboradores de la microempresa se sientan parte de la misma, motivados a dar lo mejor de cada uno, para que el producto final sea de calidad y esto contribuya al desarrollo empresarial. La implementación de estrategias permite el continuo desarrollo eficiente y eficaz de las actividades a realizarse en la propuesta.

### 7.3.5. Impacto General

*Tabla 126*

*Valoración del impacto general*

INDICADORES	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	TOTAL
Económico							X	+2.66
Ambiental					X			+0.66
Social							X	+2.66
Empresarial							X	+2.75
<b>TOTAL</b>					<b>+0.66</b>		<b>+8.07</b>	<b>8.73</b>

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{8.73}{4}$$

Nivel de Impacto General = 2,18 Impacto Alto Positivo

#### **Análisis**

En general la implementación de la microempresa productora y comercializadora de helados produce un impacto positivo de nivel alto, tomado en cuenta los diferentes indicadores y siendo estos favorables. Los consumidores se beneficiarán con un producto de calidad aprovechando las características productivas del sector que aportarán a su salud y bienestar. Además de los beneficios que percibirá la microempresa como tal y la generación de fuentes de empleo tanto para colaboradores como para los diferentes distribuidores de la Marca Helados LUPINITOS.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Con la investigación del diagnóstico situacional se determinó que en el cantón Pimampiro no existe una microempresa que se dedique a la elaboración de helados de crema sin embargo existen tiendas de abastos, restaurantes y cybers en los cuales se vende helados industrializados. Debido a que Pimampiro es un cantón agrícola se pretende aprovechar la variedad de frutas de la zona y con los conocimientos de la Sra. Sonia Guerra se logrará llevar a cabo esta idea de negocio.
- Al presente trabajo de investigación se le dio un sustento teórico / bibliográfico para cada capítulo mediante la conceptualización de términos para una mejor comprensión de términos relacionados con la propuesta.
- Con los resultados obtenidos en el estudio de mercado se logró determinar la población a la cual está dirigido el producto, los potenciales vendedores, la demanda insatisfecha, la competencia, los productos similares y todos los factores que pueden incidir en la presente investigación.
- En el estudio técnico se determinó la localización, tamaño, capacidad instalada y operativa de la microempresa; además que cumpla con las condiciones adecuadas para el correcto desarrollo de las actividades.
- En el estudio financiero se desarrollan los estados financieros que muestran la factibilidad del proyecto, en base al flujo de efectivo se realiza los cálculos de las medidas de bondad o indicadores financieros como: VAN, TIR, Periodo de recuperación de la inversión y el costo beneficio, los cuales son el soporte para demostrar la viabilidad para la puesta en marcha del estudio realizado.
- La microempresa Lupinitos está organizada jerárquicamente con funciones claramente establecidas que permitirán mantener el funcionamiento adecuado y un mejor desempeño en cada área de trabajo.
- La implementación de la microempresa generaría un impacto positivo tomado en cuenta los diferentes indicadores y siendo estos favorables. Los consumidores se beneficiarán con un producto de calidad aprovechando las características productivas del sector que aportarán a su salud, bienestar y dinamizaría la economía local.

## RECOMENDACIONES

- Es necesario realizar un diagnóstico situacional que nos permita conocer el entorno y aprovechar al máximo los aspectos positivos y todo lo que podría beneficiar al desarrollo del proyecto para sacar el mayor de los provechos y obtener la viabilidad para su ejecución.
- Es recomendable obtener información de los diferentes documentos que proporcionan las bases bibliográficas es fundamental al momento de aplicar y desarrollar el trabajo de investigación ya que permite un mejor conocimiento y aclaración de ciertos términos.
- El estudio de mercado es primordial en una investigación para determinar aspectos comerciales, de mercado y su análisis permite que la segmentación sea más precisa y así determinar la disponibilidad del mercado de consumir un nuevo producto.
- Elaborar una adecuada planificación del proceso de producción, las operaciones, distribución de la planta y materiales son parte importante para el inicio del proyecto, se recomienda tener en cuenta todos los elementos necesarios e incluirlos en la inversión con el fin de aprovechar todos los recursos sin perder la calidad del producto, de tal manera que se llega a obtener los objetivos propuestos.
- Para la inversión inicial se recomienda incluir todos los costos y gastos que serán necesarios para iniciar la microempresa.
- Al momento de definir la estructura organizacional se recomienda hacerlo de acuerdo con las necesidades de la microempresa, orientándose en su desarrollo y buen funcionamiento, esto permitirá un adecuado manejo de los recursos, cumplimiento de las actividades y procesos a llevarse a cabo.
- Se recomienda hacer uso adecuado y responsable de los recursos proporcionados para generar un impacto menor procurando que los mismos no generen aspectos negativos con la implementación de la propuesta.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arredondo González, M. M. (2015). *Contabilidad y análisis de costos*. Distrito Federal: Grupo Editorial Patria.
- Bertha, R., & Mireya, C. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de productos elaborados a base de chocolate en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Tecnológica del Norte.
- Betancourt Almaguer, A., & Ruiz Ávila, M. M. (2018). *Propuesta de mejoras a la organización y servicio al proceso productivo de la mini-industria procesadora de frutas*. La Habana, Cuba: Editorial Universitaria.
- Chavarría, M. (2019). *Actitud emprendedora: pasión y tesón*. Madrid, UNKNOWN: ESIC Editorial.
- Cipriano, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Distrito Federal, UNKNOWN: Grupo Editorial Patria.
- Cuatrecasas Arbós, L. (2011). *La producción: procesos: relación entre productos y procesos*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos, España.
- Cuenca Piqueras, C., & Muyor Rodríguez, J. (2017). *Manual de gestión de la información en trabajo social*. Almería: Editorial Universidad de Almería.
- Cueva, M., Romero, A., & Ramírez, S. (2018). *Un acercamiento a los mercados populares: realidad y perspectiva en Ecuador*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Díaz, O. (2015). *La administración en el deporte: estrategias de administración, dirección, planeación y mercadotecnia para organizaciones deportivas*. México: Editorial Paidotribo México.
- Estrella Suárez, M. V., & González Vázquez, A. (2017). *Desarrollo sustentable: un nuevo mañana (2a. ed.)*. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria.
- Estupiñán, R. (2014). *Estudios Financieros Básicos bajo NIC/NIIF*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Godoy, E. (2017). *Normas internacionales de información financiera*. Bogotá, COLOMBIA: Grupo Editorial Nueva Legislación SAS.
- Godoy, R. (2018). *Aplicación contable para pequeñas y medianas empresas PyMES bajo NIIF*. Bogotá, COLOMBIA: Grupo Editorial Nueva Legislación SAS.
- González Martínez, J. (2018). *Elaboración y presentación de helados. HOTR0509 (2a. ed.)*. Antequera, SPAIN: IC Editorial.
- Gusó, A. (2017). *Retail Marketing: estrategias de marketing para los minoristas*. Madrid, UNKNOWN: ESIC Editorial.

- Guzmán, R. (2014). *Raymundo Amaro Guzmán*. México: Editorial Tiempo.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito : Instituto Nacional de Estadística y Censo.
- Maria, C. L., & Jácome Viteri, W. W. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de productos elaborados a base de chocolate en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Tecnológica del Norte.
- Martínez , I. (2016). *MF1788\_3: Planificación e iniciativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas*. Barcelona, UNKNOWN: Cano Pina.
- Martínez, V. (2016). *Administración: de lo simple a lo complejo*. Buenos Aires, Argentina: Pluma Digital Ediciones.
- Mauricio, A. E., & Daniela, V. A. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida gastronómica autóctona otavaleña en el Cantón Otavalo Provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Tecnológica del Norte.
- Mora, F., & Schupnik, W. (2009). *El cálculo del precio dentro de la producción*. El Cid Editor | apuntes.
- Moreno, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile, UNKNOWN: RIL editores.
- Naciones Unidas. (2018).
- Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Ciudad de México, México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Pacheco, C., & Pérez, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Ciudad de México, MEXICO: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sastre Méndez, M., & Polo Hernán, D. (2017). *Elaboraciones básicas de productos de pastelería: UF0820*. Madrid, UNKNOWN: Editorial CEP, S.L.
- Stiglitz, J. (2010). Como hacer que funciones la globalización. *Estudios Avanzados*, 189-194.
- Tapia, C., & Jiménez , J. (2018). *Cómo entender finanzas sin ser financiero*. Ciudad de México, MEXICO: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Toro, F. (2016). *Costos ABC y presupuestos: herramientas para la productividad (2a. ed.)*. Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones.
- Vilches Troncoso, R. (2019). *Apuntes de contabilidad básica*. Buenos Aires, ARGENTINA: El Cid Editor.
- Visita Ecuador. (12 de 2018). *VisitaEcuador*. Obtenido de VisitaEcuador: <https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=498&informacion=3>

# ANEXOS

**Anexo 1 Ficha de observación de locales y heladerías de la oferta****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

<b>N°</b>	<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>TIPO DE HELADO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
1	Abastos Aidita	Pingüino	Bolívar y Olmedo
2	Abastos José Israel	Jota Erre	Juan Montalvo y Bolívar
3	Supermercado Selene	Topsy	Juan Montalvo y Bolívar
4	Viveres Tatiana	Pingüino/ Topsy	Juan Montalvo
5	Abastos Isamar	Pingüino	Juan Montalvo y González Suarez
6	Tienda “El Vecino”	Pingüino	Paquisha y Juan Montalvo
7	Panadería y Abastos Fanny	Pingüino	Paquisha y Juan Montalvo
8	Cyber LA ZONA	Topsy	Paquisha y Juan Montalvo
9	Abastos Nayla	Pingüino	Paquisha y Juan Montalvo
10	Cyber El Terminal	Topsy	Paquisha (Frente al terminal)
11	Panadería Pastipan	Pingüino	Paquisha y Olmedo
12	Abastos Dieguito David	Pingüino	Paquisha y Eugenio Espejo
13	Minimarket	Pingüino	Eugenio Espejo
14	Distribuidora Los Valles	Pingüino	Paquisha y Luis A. Martínez
15	Abastos Katty	De crema	Luis A. Martínez y Paquisha
16	Abastos Pimampiro	Pingüino	Luis A. Martínez y Paquisha
17	Panadería	Jota Erre	Rocafuerte y Luis A. Martínez
18	Abastos Karlita	Pingüino	Eugenio Espejo Y Bolívar
19	Restaurant Luigui`s	De crema	Juan Montalvo y González Suarez
20	Heladería Yoly	De paila	Ayacucho y Bolívar
21	Heladería Pimampiro	De paila	González Suarez y Montufar



## Anexo 2 Ficha de tipos de helados y precios

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TIPO DE HELADO	NOMBRE DEL HELADO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Pinguino	Mini yog Fresa	Paleta	30 ml	\$ 0,20
	Polito	Paleta	55 ml	\$ 0,25
	Pinta lengua	Paleta	60 ml	\$ 0,25
	Fresko fresa y limón	Paleta	60 ml	\$ 0,25
	Gemelos	Paleta	100 ml	\$ 0,50
	Choco empastado	Paleta	80 ml	\$ 0,50
	Crema real gigante	Paleta	85 ml	\$ 0,60
	Sanduche	Envuelto	135 ml	\$ 0,80
	Casero	Paleta	90 ml	\$ 0,80
	Cornetto	Cono	110 ml	\$ 1,00
	Magnum	Paleta	100 ml	\$ 1,30
	Casero	Frasco	900 ml	\$ 4,50
	Festival torta	Torta	2500 ml	\$ 17,50
Jotaerre	Agualin	Paleta	45g	\$ 0,15
	Heladino	Paleta	45g	\$ 0,25
	Puntitos	Paleta	40g	\$ 0,25
	Pepito	Paleta	55 ml	\$ 0,25
	Cono Beso	Paleta	75g	\$ 0,60
	Chicos	Paleta	70g	\$ 0,60
	Vasito	Vaso	60g	\$ 0,60
Topsy	Topsy choc	Paleta	60 ml	\$ 0,25
	Baloncito	Paleta	70 ml	\$ 0,25
Artesanal de crema	Helado de crema	Paleta	70 ml	\$ 0,75
Artesanal de paila	Helado de paila	Vaso	100g	\$ 1,00

### Anexo 3 Formato de la encuesta para el establecimiento de la demanda

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Esta encuesta tiene la finalidad de conocer información relacionada con el consumo de Helados en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura.

### ENCUESTA

#### 1. ¿Con qué frecuencia consume usted helado?

- Al menos 1 vez por semana ( )
- Al menos 1 vez cada 2 semanas ( )
- Al menos 1 vez cada 3 semanas ( )
- Al menos 1 vez al mes ( )

#### 2. ¿Qué característica es la más importante al momento de consumir helados?

- Precio ( )
- Sabor ( )
- Presentación ( )
- Variedad ( )
- Tamaño ( )

#### 3. ¿En qué lugar prefiere consumir helados regularmente?

- Sitios turísticos ( )
- Tiendas ( )
- Supermercado ( )
- Heladería ( )

#### 4. ¿Qué presentación de helado es la de su preferencia?

- En vaso ( )
- En cono ( )
- Paleta ( )
- Copa ( )
- Tulipán ( )

#### 5. ¿Qué factores condicionan la compra de un helado?

- El clima ( )
- Antojos Repentinos ( )
- Como planes de Entretenimiento ( )
- Salidas de turismo ( )

**6. ¿Qué tipo de helado prefiere?**

- Artesanal de Crema ( )
- Artesanal de Hielo ( )
- Artesanal de Paila ( )
- Industrial ( )

**7. ¿Cuál es el sabor de su preferencia?**

- Coco ( )
- Fresa ( )
- Chocolate ( )
- Chicle ( )
- Marmolado ( )
- Galleta ( )
- Ovo ( )
- Ron pasas ( )
- Mora ( )
- Galleta ( )

**8. ¿Con que producto le gustaría complementar el helado?**

- Pan de yuca ( )
- Pan de leche ( )
- Barquillos ( )
- Quesadillas ( )
- Otros ( )

**9. ¿Cuál considera que es el mejor medio de comunicación para obtener información sobre una nueva marca de helado?**

- Radio ( )
- Prensa ( )
- Internet ( )
- Folletos ( )

Gracias por su Colaboración.

**Anexo 4 Entidades financieras del cantón Pimampiro****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

<b>Nro.</b>	<b>ENTIDAD</b>	<b>DIRECCION</b>
1	BAN ECUADOR	Olmedo y Rocafuerte (Esquina)
2	BANCO PICHINCHA	Flores y Ayacucho
3	BANCO DESARROLLO	Bolívar y Ayacucho
4	BANCO VISION FUND ECUADOR	Ayacucho y Flores
5	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ATUNTAQUI	Bolívar e Imbabura
6	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ARTESANOS	Bolívar y Ayacucho
7	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN GABRIEL	Flores e Imbabura
8	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ACCION IMBABURAPAK	Flores e Imbabura
9	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ECUACREDITOS	Bolívar y Eugenio Espejo

## Anexo 5 Imágenes de elaboración del helado de chicle



## Chicles que se utilizan para decorado del helado







## Anexo 6 Contrato de comodato precario



## HELADOS LUPINITOS

### CONTRATO DE COMODATO PRECARIO O PRÉSTAMO DE USO DE EQUIPO DE CONGELACIÓN PARA CLIENTES DEL CANAL TRADICIONAL CON EQUIPOS DE CONGELACIÓN ADICIONALES A LOS ENTREGADOS POR HELADOS LUPINITOS

En \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del 20\_\_\_\_, comparecen a la celebración del presente Contrato de Comodato Precario o Préstamo de Uso de Equipo de Congelación, en adelante el “Contrato”, por una parte la microempresa **HELADOS LUPINITOS**, debidamente representada por \_\_\_\_\_ quien suscribe, a quien en lo posterior y para efectos de este Contrato se le denominará “**LA PROPIETARIA**”; y por otra parte, el local comercial \_\_\_\_\_, debidamente representado por el/la señor (a) \_\_\_\_\_, con cédula de ciudadanía No. \_\_\_\_\_, por sus propios derechos, en su calidad de propietario y/o administrador del mismo, quien en adelante se le denominará “**EL CLIENTE**”.

Los comparecientes de manera libre y voluntariamente convienen en celebrar el presente Contrato contenido en las siguientes cláusulas que a continuación se expresan:

#### PRIMERA: ANTECEDENTES:

1. HELADOS LUPINITOS es una microempresa dedicada a la elaboración, distribución y venta de helados que se encuentran bajo la marca de LUPINITOS. Además, es propietaria del equipo de congelación modelo: \_\_\_\_\_, marca: \_\_\_\_\_, serie: \_\_\_\_\_, placa: \_\_\_\_\_; que en lo posterior y para efectos de este Contrato se lo identificará como “**EL EQUIPO**”.
2. EL CLIENTE es propietario y/o administrador del local comercial ubicado en la ciudad de \_\_\_\_\_, en las calles \_\_\_\_\_, No. \_\_\_\_\_ denominado \_\_\_\_\_; en el que se expenden helados distribuidos por LUPINITOS.
3. El CLIENTE declara y acepta que mantiene en su local comercial Equipo(s) Enfriador(es) adicionales al entregado por HELADOS LUPINITOS.

#### SEGUNDA: PRÉSTAMO DE USO O COMODATO PRECARIO:

Con estos antecedentes, HELADOS LUPINITOS entrega en comodato precario a EL CLIENTE el equipo congelador detallado en el número uno de la cláusula primera, para que

éste lo use en su local comercial, únicamente para la exhibición y venta de los helados que LUPINITOS distribuye y comercializa; considerando que EL CLIENTE tiene en su local comercial otros Equipo(s) congelación.

Se aclara que este Contrato no transfiere la propiedad de EL EQUIPO a favor de EL CLIENTE. LUPINITOS es la única propietaria de EL EQUIPO y mantendrá en todo momento la propiedad del mismo.

### **TERCERA: OBLIGACIONES DEL CLIENTE. -**

EL CLIENTE será responsable por la conservación, custodia, buen uso y oportuna restitución de EL EQUIPO depositado en su local comercial, por lo que se obliga a:

- a. Utilizar EL EQUIPO única y exclusivamente para exhibición y venta de los productos de HELADOS LUPINITOS; por lo tanto, está prohibido colocar dentro de EL EQUIPO cualquier producto que no sea comercializado por HELADOS LUPINITOS; así como alimentos frescos (frutas, verduras, carnes, salsas) por razones de inocuidad y contaminación.
- b. Mantener EL EQUIPO limpio, en buen estado de conservación y mantenimiento.
- c. Mantener EL EQUIPO libre de productos que no hayan sido comprados a HELADOS LUPINITOS.
- d. No trasladar EL EQUIPO a una dirección distinta que la detallada en la cláusula primera.
- e. No mutilar, deshuesar o alterar las partes o piezas de EL EQUIPO.
- f. Únicamente entregar EL EQUIPO al personal de HELADOS LUPINITOS debidamente identificado y autorizado, siendo obligación del CLIENTE confirmar vía telefónica si HELADOS LUPINITOS autorizó la entrega EL EQUIPO.
- g. Restituir EL EQUIPO de manera inmediata cuando HELADOS LUPINITOS así lo requiera.
- h. Responder por los daños o pérdidas que sufra EL EQUIPO, con excepción del deterioro por el uso normal y adecuado.
- i. Informar inmediatamente cualquier daño de EL EQUIPO y coordinar su reparación con HELADOS LUPINITOS.
- j. Prestar todas las facilidades para que el personal técnico contratado de HELADOS LUPINITOS realice las tareas de inspección, refacción y mantenimiento de EL EQUIPO.
- k. Ser responsable por el riesgo de pérdida de EL EQUIPO.

### **CUARTA: RESTITUCIÓN. –**

HELADOS LUPINITOS podrá solicitar la restitución del (los) EQUIPO(s) en cualquier tiempo. En el caso que EL EQUIPO no sea devuelto, o se encuentre en malas condiciones, HELADOS LUPINITOS podrá exigir el pago del precio de reposición de EL EQUIPO, para cuyo efecto se deja constancia que el valor de EL EQUIPO a la fecha de entrega es de US\$ \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ 00/100 dólares de los Estados Unidos de América).

Se deja establecido que HELADOS LUPINITOS, podrá reclamar la restitución de EL EQUIPO o la reposición del valor del mismos, a EL CLIENTE o a cualquier tercero que esté en posesión del mismo.

EL CLIENTE responderá hasta por culpa levísima, en cualquier caso.



**QUINTA: DECLARACIONES. –**

Las Partes declaran que la celebración y ejecución del presente Contrato no implica de manera alguna la exclusividad en la venta de los Productos de HELADOS LUPINITOS, reconociendo asimismo se encuentra en total libertad para vender o comercializar en cualquier momento, cualquier otra marca de helados distintas a las que fabrica, distribuye y/o vende HELADOS LUPINITOS. Adicionalmente, HELADOS LUPINITOS reconoce y garantiza que EL CLIENTE será libre de utilizar y disponer a su mejor conveniencia de los espacios disponibles para la colocación de EL EQUIPO para la comercialización de los Productos entregados por HELADOS LUPINITOS.

EL CLIENTE declara que EL EQUIPO que recibe por parte de HELADOS LUPINITOS se encuentra en buen estado, con todos sus sistemas funcionando, y en perfecto estado de conservación; por lo cual se compromete a mantenerlo en las mismas condiciones hasta su restitución, a excepción del normal y común deterioro.

**SEXTA: LEGISLACION APLICABLE. -**

En todo lo que no se halle previsto en el presente Contrato, las partes declaran incorporadas las disposiciones de los artículos dos mil setenta y siete (2077) y siguientes del Código Civil.

**SÉPTIMA: CONTROVERSIAS. -**

Para toda controversia o diferencia derivada de este Contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los Tribunales de la Capital de Provincia del domicilio de EL CLIENTE, y al procedimiento monitorio u ordinario si supera la cuantía del monitorio, haciendo renuncia expresa de cualquier fuero presente o futuro que tenga o pudiere adquirir por razón de su domicilio.

En el caso de que EL CLIENTE considere que HELADOS LUPINITOS ha incumplido este Contrato, además de comunicárselo a la compañía, EL CLIENTE podrá contactarse con la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, de conformidad con las disposiciones de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

**OCTAVA: DURACIÓN. -**

El plazo de duración del presente Contrato es indefinido y terminará cuando HELADOS LUPINITOS solicite la restitución de EL EQUIPO, de conformidad con la cláusula cuarta de este Contrato. Terminará también el presente Contrato cuando EL CLIENTE así lo decida y lo haya notificado a HELADOS LUPINITOS, en cuyo caso EL CLIENTE deberá restituir EL EQUIPO a HELADOS LUPINITOS de manera inmediata.

**NOVENA: NO EXCLUSIVIDAD. –**

Queda establecido que el presente Contrato no implica exclusividad para las partes, por lo que EL CLIENTE en cualquier momento podrá vender, ofertar o publicitar cualquier otra marca de producto que no sean de HELADOS LUPINITOS.

**DÉCIMA: ACEPTACIÓN Y RATIFICACION. –**

Las partes aceptan todos y cada uno de los términos del presente Contrato por ser acorde a lo previamente establecido y beneficiosos para sus mutuos intereses, se aclara que al presente contrato se encuentran incorporadas todas las disposiciones legales aplicables y vigentes. Para constancia y fiel cumplimiento de todo lo expuesto las partes firman en original y una copia de igual tenor y valor, en la ciudad y fecha anteriormente indicadas.

**MICROEMPRESA HELADOS LUPINITOS**  
**LA PROPIETARIA**  
RUC: 1003814793001

Sr/a \_\_\_\_\_  
**EL CLIENTE**  
CC. \_\_\_\_\_