



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**Tema:**

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS EN  
LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL**

**AUTOR**

**CADENA NARVÁEZ BRYAN RICARDO**

**DIRECTOR**

**ECO. CERVANTES FERNÁNDEZ LUIS ARTURO**

**IBARRA, 2019**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de investigación se lo ha realizado con el fin de crear el emprendimiento denominado “Creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados en rollo ice cream rolls en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”. Para la formulación del proyecto se establecieron siete capítulos, a continuación, las ideas más relevantes de cada uno de ellos. Con el diagnóstico situacional, se determinó los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, para en base a ello determinar una oportunidad de inversión del proyecto. En el estudio de mercado se determinó la oferta y la demanda, información que se consiguió a través de las encuestas realizadas a una muestra de la ciudad de Ibarra. El estudio técnico permitió identificar la localización, la disponibilidad en activos fijos, servicios básicos, talento humano y financiamiento. En el análisis financiero se obtuvo la inversión del proyecto que es de \$9.334; que será financiado por recursos propios, analizando los ingresos, costos y gastos que tendrá el negocio se constituyeron los estados financieros, los cuáles arrojaron resultados positivos, es decir que la microempresa si obtendrá utilidades durante el primer año. En el estudio administrativo se estableció la misión, visión, valores y políticas; la estructura administrativa, delegación adecuada de funciones de los miembros del emprendimiento para que se cumplan eficaz y eficientemente con los objetivos de la organización. La evaluación de los 3 impactos principales que se generarán al implementar el emprendimiento arrojó resultados positivos para el entorno.

## ABSTRACT

The research project aims to create an enterprise named "creation of a micro enterprise for the elaboration and commercialization of ice cream rolls in Ibarra city, Imbabura province". For the project seven chapters were established. The situational diagnosis, allies, opportunities, opponents and risks were determined, to determine an investment opportunity for the project. In the market study, supply and demand were determined, information that was obtained through surveys carried out on a sample in Ibarra city. The technical study allowed to identifying location, availability in fixed assets, basic services, human talent and financing. In the financial analysis, the project investment was obtained, being \$9.334; financed by own resources, analyzing the income, costs and expenses, the financial statements were established, yielded positive results, meaning that the microenterprise will obtain utilities in the first year. In the administrative study, the mission, vision, values and policies were established; the administrative structure, adequate delegation of functions of the members of the enterprise so they effectively and efficiently fulfilled. The evaluation of the three main impacts that will be generated when implementing the enterprise, gave positive results for the environment.

Victor Rodriguez  
ma



## AUTORÍA

Yo, Bryan Ricardo Cadena Narvález portador de la cedula de ciudadanía N° 100364963-7 declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas incluidas en este documento.



---

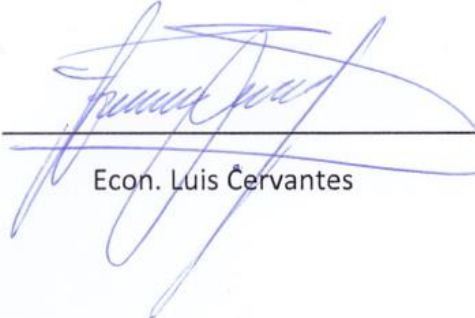
Bryan Ricardo Cadena Narvález

C.I: 100364963-7

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado BRYAN RICARDO CADENA NARVÁEZ, para obtener el título de INGENIERIA COMERCIAL, cuyo tema es: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación del tribunal examinador que se le designe.

Atentamente,



Econ. Luis Cervantes



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100364963-7		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Bryan Ricardo Cadena Narvárez		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ibarra, río Patate 2-70 y río Lita		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:brcadenan@utn.edu.ec">brcadenan@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	-	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0989394242
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	"CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA".		
<b>AUTOR:</b>	Bryan Ricardo Cadena Narvárez		
<b>FECHA:</b>	2019-03-20		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	Pregrado		
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera Comercial		
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Econ. Luis Cervantes		

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

Yo, CADENA NARVÁEZ BRYAN RICARDO, con cédula de identidad Nro. 100364963-7, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra de la presente autorización es original y se ha desarrollado sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de esta y saldrán en defensa de la Universidad Técnica del Norte en caso de reclamo de terceros.

**AUTOR:**



---

Bryan Ricardo Cadena Narváez

C.I: 100364963-7



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

Yo, BRYAN RICARDO CADENA NARVÁEZ, portador de la cedula de identidad N° 100364963-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERIA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 10 días del mes de abril de 2019.

---

Bryan Ricardo Cadena Narváez

C.I: 100364963-7



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo quiero dedicar a mis abuelos Vicente Cadena y Luz María Narváez, a mi tía Cecilia Cadena que desde el cielo supieron guiarme y darme las fuerzas necesarias para seguir adelante. A mis padres Marcelo y Alicia, a mis hermanos Alam y Dylan que amo con todo mi corazón y han sido pilares fundamentales en mi desarrollo personal y profesional. Y a toda mi familia que siempre me han motivado y apoyado incondicionalmente para culminar todos mis propósitos.

Bryan Ricardo Cadena

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mis padres por brindarme su apoyo y confianza incondicional, por brindarme sus consejos que han influenciado a lo largo de mi vida estudiantil y me han permitido alcanzar este logro tan importante en mi vida profesional.

A la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, en especial a la carrera de Ingeniería Comercial y a todos sus catedráticos que han influenciado y aportado a lo largo de mis estudios para poder alcanzar mi objetivo.

A mis amigos Johanna, Mishel, Lorena, Paul, Mauricio y a todos mis compañeros con quienes compartí a lo largo de toda mi vida universitaria pasando por momentos inolvidables y grandes experiencias que fueron forjando una gran amistad.

Finalmente quiero agradecer a mi asesor de tesis el Economista Luis Cervantes por su guía académica y por las experiencias compartidas que me han ayudado a finalizar de manera satisfactoria mi proyecto.

# INDICE GENERAL

NOMBRE DEL PROYECTO .....	1
ANTECEDENTES: .....	1
JUSTIFICACIÓN .....	1
OBJETIVOS .....	2
OBJETIVO GENERAL.....	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	2
CAPÍTULO I .....	3
1    DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	3
1.1    Antecedentes.....	3
1.2    Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos .....	4
1.3    Matriz Relación Diagnóstico .....	5
1.4    Desarrollo de Variables e Indicadores.....	6
1.4.1 Variable Geográfica .....	6
1.4.2 Variables demográficas.....	7
1.4.3 Variables económicas .....	10
1.4.4 Variables Sociales .....	12

1.4.5	Variable tecnológica .....	12
1.4.6	Variable regulatoria.....	14
1.5	Matriz AOOR. ....	15
CAPÍTULO II.....		17
MARCO TEÓRICO .....		17
2.1	Microempresa .....	17
2.1.1	Clasificación de las pymes, pequeña y mediana empresa en ecuador .....	17
2.1.2	Características de una microempresa.....	18
2.1.3	Clasificación de empresas .....	19
2.2	Estudio de Mercado. ....	21
2.2.1	Segmentación de mercados .....	21
2.2.2	Oferta .....	21
2.2.3	Demanda .....	22
2.2.4	Demanda Insatisfecha .....	22
2.2.5	Mercado Meta .....	22
2.3	Producto.....	23
2.4	Precio .....	23
2.5	Distribución .....	23
2.6	Promoción.....	24

2.7	Publicidad.....	24
2.8	Estudio Técnico.....	24
2.8.1	Localización del proyecto.....	25
2.8.2	Macrolocalizacion.....	25
2.8.3	Microlocalización.....	25
2.9	Presupuesto Operacional.....	26
2.9.1	Inversión inicial.....	26
2.9.2	Ventas.....	27
2.9.3	Costos.....	27
2.9.4	Gastos Administrativos.....	27
2.9.5	Gastos de Venta.....	28
2.9.6	Gastos Financieros.....	28
2.10	Estudio Organizativo.....	29
2.11	Postre.....	30
2.12	Helado.....	31
CAPÍTULO III.....		32
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	32
3.1	Presentación.....	32
3.2	Objetivo del estudio de mercado.....	32

Objetivo General.....	32
Objetivos Específicos .....	32
Matriz de estudio de mercado.....	33
3.3 Desarrollo de variables e indicadores .....	34
Descripción del producto .....	34
Ventajas/Beneficios .....	35
Características.....	36
Segmentación.....	36
Muestra .....	39
Investigación de campo .....	39
Resultados de la investigación de campo .....	40
Resultados y análisis de la encuesta .....	40
Determinación Demanda. ....	52
Oferta .....	52
Demanda Insatisfecha.....	54
Estrategias de comercialización.....	54
Conclusiones del estudio. ....	57
CAPÍTULO IV .....	58
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	58

4.1	Presentación.....	58
4.2	Objetivos.....	58
4.2.1	Objetivo general.....	58
4.2.2	Objetivos Específicos.....	58
4.3	Localización optima del proyecto.....	58
4.3.1	Macrolocalización.....	59
4.3.2	Microlocalización.....	60
4.3.3	Localización del proyecto.....	60
4.4	Tamaño del Proyecto.....	63
4.4.1	Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	63
4.5	Capacidad instalada.....	64
4.6	Capacidad por utilizar.....	65
4.7	Distribución de la planta.....	66
4.8	Flujo de procesos.....	67
4.9	Inversiones Fijas.....	68
4.10	Inversiones corrientes.....	70
4.10.1	Costos directos de fabricación.....	70
4.10.2	Costos Indirectos de fabricación.....	71
4.10.3	Gastos Administrativos.....	73

4.10.4	Capital de trabajo .....	75
4.11	Gastos de constitución .....	76
4.12	Inversión inicial .....	76
4.13	Financiamiento del proyecto. ....	77
CAPÍTULO V.....		78
5.	ESTUDIO FINANCIERO .....	78
5.1	Presentación.....	78
5.2	Objetivos.....	78
	Objetivo general.....	78
	Objetivos específicos.....	78
5.3	Ingresos proyectados. ....	79
5.4	Costos y gastos. ....	79
	5.4.1 Costos directos de producción .....	79
	5.4.2 Costos indirectos de producción .....	80
	5.4.3 Resumen costos de producción .....	82
5.5	Gastos administrativos.....	82
	Internet.....	82
	Arriendo .....	83
	Publicidad .....	83



Resumen gastos administrativos.....	83
5.6 Gastos depreciaciones.....	84
5.7 Estados Financieros. ....	85
5.7.1 Estado de situación inicial.....	85
5.7.2 Estado de resultados.....	86
5.8 Punto de equilibrio.....	87
a) Punto de equilibrio en dólares. ....	87
b) Punto de equilibrio en cantidades.....	88
c) Grafico del punto de equilibrio.....	88
5.9 Análisis.....	89
CAPÍTULO VI.....	90
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	90
6.1 Presentación.....	90
6.2 Objetivos.....	90
Objetivo general.....	90
Objetivos específicos.....	90
6.3 Nombre y razón social.....	91
6.4 Slogan.....	91
6.5 Logotipo.....	91

6.6	Misión.....	92
6.7	Visión.....	92
6.9	Valores estratégicos.....	92
6.10	Políticas.....	93
6.11	Organigrama estructural.....	93
6.12	Estructura funcional.....	94
	a) Nivel ejecutivo.....	94
	b) Nivel operativo.....	94
6.13	Manual de funciones.....	95
6.14	Aspectos legales.....	98
	6.14.1 Bases legales.....	98
	6.14.2 Requisitos de funcionamiento.....	98
CAPÍTULO VII.....		102
7	IMPACTOS.....	102
7.1	Objetivo.....	102
7.2	Escala de medición de impactos.....	102
7.3	Evaluación de impactos.....	103
	7.3.1 Impacto Económico.....	103
	7.3.2 Impacto Social.....	104

7.3.3 Impacto Ambiental.....	105
7.3.4 Impacto General.....	106
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	108
ANEXOS .....	110
BIBLIOGRAFÍA .....	115

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Matriz de relación diagnostica</i> .....	5
<b>Tabla 2</b> <i>Ibarra: Altura, latitud, longitud</i> .....	7
<b>Tabla 3</b> <i>Población de Ibarra</i> .....	8
<b>Tabla 4</b> <i>Población económicamente activa</i> .....	9
<b>Tabla 5</b> <i>Matriz AOOD</i> .....	15
<b>Tabla 6</b> <i>Clasificación de MiPymes en Ecuador</i> .....	17
<b>Tabla 7</b> <i>Matriz de estudio de mercad</i> .....	33
<b>Tabla 8</b> <i>Proyección de la población de Ibarra</i> .....	37
<b>Tabla 9</b> <i>División de la Ciudad por Parroquias Urbanas</i> .....	38
<b>Tabla 10</b> <i>Nivel socioeconómico</i> .....	38
<b>Tabla 11</b> <i>Género</i> .....	40
<b>Tabla 12</b> <i>Edad</i> .....	41
<b>Tabla 13</b> <i>Consumo de Helado</i> .....	42
<b>Tabla 14</b> <i>Conocimiento Ice cream rolls</i> .....	43

<b>Tabla 15</b> <i>Dispuesto a consumir</i> .....	44
<b>Tabla 16</b> <i>Frecuencia de consumo</i> .....	45
<b>Tabla 17</b> <i>Sabor de preferencia</i> .....	46
<b>Tabla 18</b> <i>Lugar de preferencia</i> .....	47
<b>Tabla 19</b> <i>Preferencia de helado</i> .....	48
<b>Tabla 20</b> <i>Motivación para consumir helado</i> .....	49
<b>Tabla 21</b> <i>Dispuesto a pagar</i> .....	50
<b>Tabla 22</b> <i>Medio de comunicación preferid</i> .....	51
<b>Tabla 23</b> <i>Determinación de la Demanda</i> .....	52
<b>Tabla 24</b> <i>Oferta productos similares</i> .....	53
<b>Tabla 25</b> <i>Oferta productos sustitutos</i> .....	53
<b>Tabla 26</b> <i>Determinación Oferta</i> .....	54
<b>Tabla 27</b> <i>Determinación de la Demanda Insatisfecha</i> .....	54
<b>Tabla 28</b> <i>Análisis método cuantitativo por puntos</i> .....	62
<b>Tabla 29</b> <i>Tecnología y equipos para el proyecto</i> .....	64
<b>Tabla 30</b> <i>Promedio Ventas de Competencia</i> .....	65
<b>Tabla 31</b> <i>Capacidad por utilizar</i> .....	65
<b>Tabla 32</b> <i>Equipos y materiales</i> .....	68
<b>Tabla 33</b> <i>Equipos de Computo</i> .....	69
<b>Tabla 34</b> <i>Muebles y Enseres</i> .....	69
<b>Tabla 35</b> <i>Resumen de Inversiones Fijas</i> .....	70
<b>Tabla 36</b> <i>Materia prima directa</i> .....	70
<b>Tabla 37</b> <i>Sueldo y Salarios</i> .....	71

<b>Tabla 38</b> <i>Materia Prima Indirecta</i> .....	71
<b>Tabla 39</b> <i>Mano de obra indirecta</i> .....	72
<b>Tabla 40</b> <i>Servicios Básicos</i> .....	72
<b>Tabla 41</b> <i>Internet</i> .....	73
<b>Tabla 42</b> <i>Arriendo</i> .....	73
<b>Tabla 43</b> <i>Gastos Publicidad</i> .....	74
<b>Tabla 44</b> <i>Capital de Trabajo</i> .....	75
<b>Tabla 45</b> <i>Gastos de Organización</i> .....	76
<b>Tabla 46</b> <i>Inversión Inicial</i> .....	76
<b>Tabla 47</b> <i>Financiamiento del proyecto</i> .....	77
<b>Tabla 48</b> <i>Proyección ventas</i> .....	79
<b>Tabla 49</b> <i>Proyección mano de obra directa</i> .....	79
<b>Tabla 50</b> <i>Proyección materia prima</i> .....	80
<b>Tabla 51</b> <i>Proyección mano de obra indirecta</i> .....	80
<b>Tabla 52</b> <i>Proyección materia prima indirecta</i> .....	81
<b>Tabla 53</b> <i>Proyección servicios básicos</i> .....	81
<b>Tabla 54</b> <i>Resumen costos de producción</i> .....	82
<b>Tabla 55</b> <i>Proyección gastos internet</i> .....	82
<b>Tabla 56</b> <i>Proyección arriendo</i> .....	83
<b>Tabla 57</b> <i>Proyección publicidad</i> .....	83
<b>Tabla 58</b> <i>Resumen gastos administrativos</i> .....	83
<b>Tabla 59</b> <i>Gastos depreciables</i> .....	84
<b>Tabla 60</b> <i>Estado de situación inicial</i> .....	85

<b>Tabla 61</b> <i>Estado de resultados</i> .....	86
<b>Tabla 62</b> <i>Punto de equilibrio</i> .....	87
<b>Tabla 63</b> <i>Proyección de ventas</i> .....	89
<b>Tabla 64</b> <i>Medición de impactos</i> .....	102

### INDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación geográfica del cantón Ibarra.....	6
Ilustración 2 Máquina .....	13
Ilustración 3 Proceso de Elaboración .....	34
Ilustración 4. Helado icre cream Rolls .....	35
Ilustración 5. Variedad Ice Cream Rolls.....	36
Ilustración 6 Distribución del Producto .....	55
Ilustración 7. Macrolocalización .....	59
Ilustración 8. Microlocalización .....	60
Ilustración 9 Localización del proyecto.....	62
Ilustración 10 Distribución de planta.....	66
Ilustración 11 Flujo de Procesos.....	67
Ilustración 12. Punto de equilibrio.....	88
Ilustración 13. Logotipo.....	91
Ilustración 14 Organigrama estructural .....	93

## **NOMBRE DEL PROYECTO**

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA

### **ANTECEDENTES:**

Los helados fritos en rollo son un postre que lleva años de tradición en Tailandia y son conocidos como I-tim Pad. El helado frito a la plancha surgió en Tailandia a finales de la década de 1990, como una forma de mezclar ingredientes junto con frutas y diferentes tipos de dulces. Alrededor de 2011-2012, el helado se hizo más popular en Tailandia y comenzó a extenderse a países vecinos como Malasia y Camboya en 2012. Se extendió en todo el mundo en 2015 a partir de videos virales en Internet. (europapress, 2016)

Los helados fritos en rollo “Ice Cream Rolls” es una técnica para la producción de helados que en Ecuador aún no es muy conocida, debido a que su popularización se ha desarrollado en las redes sociales durante estos últimos años. No obstante, en otros países han tenido una gran acogida debido a su delicioso sabor y su gran variedad de mezclas. En Ecuador ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato se puede observar que varios emprendimientos dedicados a esta técnica de elaboración de helados han tenido una buena aceptación del producto, la ciudad de Ibarra cuenta con una heladería que desarrolla esta técnica. (eluniverso, 2018)

### **JUSTIFICACIÓN**

En la ciudad de Ibarra el consumo de helados tiene una gran aceptación, solo la heladería Rosalía Suárez, de Tiberio Vásquez, vende 800 helados entre sábado y domingo. (ElComercio, 2014). La implementación de esta microempresa principalmente ayudaría al sector agrícola debido a que su materia prima son las frutas, de igual manera se necesita de una gran variedad de

complementos que se ven involucrados directa e indirectamente con la fabricación de este producto. Para la elaboración del helado se necesita de una maquina especial, por lo cual se genera una oportunidad al sector industrial de elaborar la todos los implementos necesarios para que la máquina funcione de la manera adecuada.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Crear una microempresa productora y comercializadora de helados fritos en rollo “ICE CREAMS ROLLS” en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Desarrollar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para lograr establecer la oportunidad de la inversión.
2. Definir las bases teóricas y científicas a través de investigaciones bibliográficas que permitan sustentar la propuesta del proyecto.
3. Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta, demanda, precio y canales de distribución para el proyecto.
4. Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño del proyecto y las inversiones requeridas para su funcionamiento.
5. Elaborar el presupuesto operacional para determinar la rentabilidad que generará el proyecto.
6. Diseñar la estructura organizativa del proyecto, determinando misión, visión, principios, valores, políticas, y asignación de funciones.
7. Establecer los principales impactos en el ámbito social, ambiental y económico que generara el emprendimiento.



## CAPÍTULO I

### 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes

El origen de los helados es muy antiguo. Hay quienes sostienen que los antiguos romanos son los inventores del “sorbete”. Ellos utilizaban nieve, frutas y miel para preparar este refrescante postre. Se plantea que Nerón hacía traer nieve de los Alpes para que le prepararan esta bebida helada. Otros con igual convicción, señalan que los chinos, muchos siglos antes de Jesucristo, ya mezclaban la nieve de las montañas con miel y frutas. Cuando Marco Polo regresó de uno de sus viajes al Lejano Oriente, divulgó en Italia una receta para la preparación de esta bebida helada. Esto apoyaría la idea de que fueron los chinos quienes inventaron los helados, pero como es desde Italia que se hacen conocidos en el mundo, se explica que muchos creen que se originaron en Roma. Se ha llegado a decir que el nombre de los helados llamados "polos" se puso en homenaje al legendario Marco Polo.

En Ecuador el helado de paila es una de las delicias de la gastronomía, en la Ciudad de Ibarra quien inicia con este tradicional postre es la Señora Rosalía Suárez en 1896 hace 98 años. Formando parte de la cultura y tradición de la Ciudad Blanca se elabora en forma artesanal y manual; sobre un soporte de madera se coloca un recipiente, dentro se pone paja y el hielo con sal de grano, sobre esto va una paila de bronce con jugo puro de frutas de la mejor calidad para garantizar el buen sabor del helado.

Los helados fritos en rollo son un postre que lleva años de tradición en Tailandia y son conocidos como I-tim Pad. El helado frito a la plancha surgió en Tailandia a finales de la década de 1990, como una forma de mezclar ingredientes junto con frutas y diferentes tipos de dulces. Había unos pocos vendedores en ese momento, y aún no era popular. Alrededor de 2011-2012, el

helado se hizo más popular en Tailandia y comenzó a extenderse a países vecinos como Malasia y Camboya en 2012. Se extendió en todo el mundo en 2015 a partir de videos virales en Internet.

Los helados fritos en rollo “Ice Cream Rolls” es una técnica para la producción de helados que en Ecuador aún no es muy conocida, debido a que su popularización se ha desarrollado en las redes sociales durante estos últimos años. No obstante, en otros países han tenido una gran acogida debido a su delicioso sabor y su gran variedad de mezclas. En Ecuador ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato se puede observar que varios emprendimientos dedicados a esta técnica de elaboración de helados han tenido una buena aceptación del producto, la ciudad de Ibarra cuenta con una heladería que desarrolla esta técnica.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Ibarra para la determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa productora y comercializadora de helados fritos en rollo.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Analizar la ubicación geográfica de la zona donde se realizará la investigación.
- Identificar las principales actividades económicas que se desarrollan en la ciudad de Ibarra.
- Describir los aspectos sociales de la ciudad de Ibarra.
- Analizar los aspectos demográficos del sector de estudio.
- Determinar la tecnología que se va a utilizar para la elaboración del producto.
- Establecer la normativa vigente que va a regir en el proyecto.

### 1.3 Matriz Relación Diagnóstico

Tabla 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES
Analizar la ubicación geográfica de la zona donde se realizará la investigación.	Geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Altitud, latitud y clima</li> </ul>	Documental	Secundaria
Analizar los aspectos demográficos del sector de estudio.	Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• PEA</li> </ul>	Documental	Secundaria
Identificar las principales actividades económicas que se desarrollan en la ciudad de Ibarra.	Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector Agropecuario</li> <li>• Sector Industrial</li> <li>• Sector Servicios</li> <li>• Estratos Sociales</li> </ul>	Documental	Secundaria
Describir los aspectos sociales de la ciudad de Ibarra.	Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradición</li> </ul>	Documental	Secundaria
Determinar la tecnología que se va a utilizar para la elaboración del producto.	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria.</li> <li>• Equipos de Trabajo</li> </ul>	Documental	Secundaria
Establecer la normativa vigente que va a regir en el proyecto.	Regulatorios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenanza Municipal</li> </ul>	Documental	Secundaria

Elaborado por: Bryan Cadena

Año: 2019

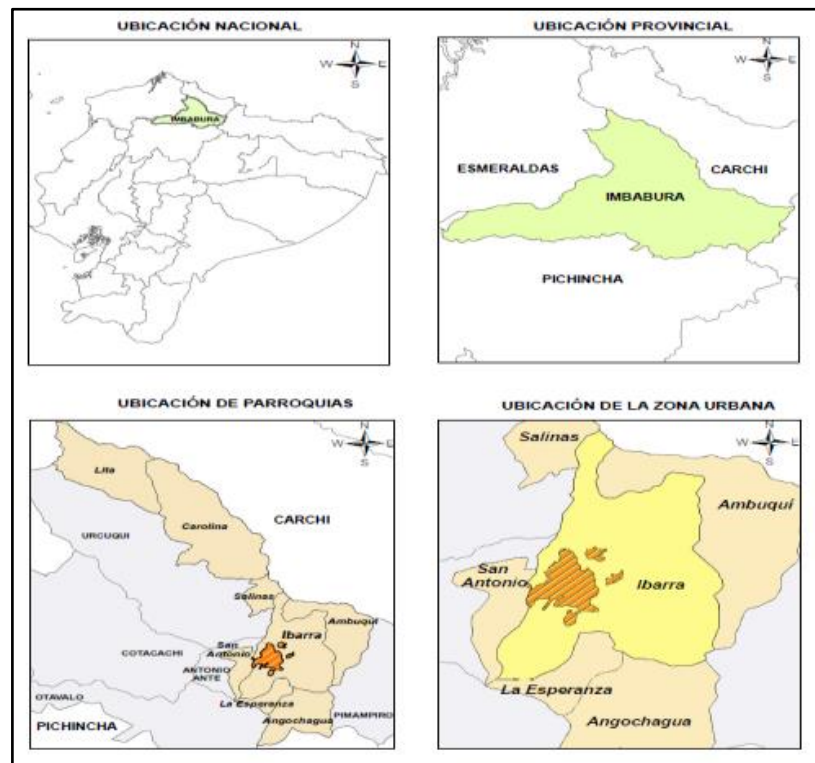
## 1.4 Desarrollo de Variables e Indicadores.

### 1.4.1 Variable Geográfica

#### 1.4.1.1 Ubicación

“Capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km al noroeste de Quito y a 125 Km al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.” (PDyOT, 2015, pág. 22)

*Ilustración 1 Ubicación geográfica del cantón Ibarra*



**Fuente:** Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES

**Autor:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

La ubicación geográfica del cantón de Ibarra es una oportunidad, debido al conjunto de características que componen a la ciudad y sus alrededores

### 1.4.1.2 Altura, longitud, latitud y Clima

El Cantón Ibarra con una latitud de 078° 07' O" y longitud de 00° 21' N determinan que el cantón este ubicado a una altura de 2.225 metros sobre el nivel del mar, todo este conjunto de determinantes influye para que existan registros promedian una temperatura máxima de 25° C y una mínima media entre los 7 ° C, obteniendo un promedio de 17°. (PDyOT, 2015)

**Tabla 2**

*Ibarra: Altura, latitud, longitud*

<b>Altura</b>	2.225 m.s.n.m
<b>Longitud</b>	078° 07' O"
<b>Latitud</b>	00° 21' N
<b>Clima</b>	17°

**Fuente:** PD y OT 2015-2013

**Autor:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

Gran parte del año la ciudad de Ibarra dispone de un clima cálido por lo cual esta variable se convierte en una oportunidad debido a que el consumo de productos refrescantes son los más idóneos en dichas condiciones climáticas.

## 1.4.2 Variables demográficas

### 1.4.2.1 Población

Según última información del (INEC, 2010) en base al último censo nacional de población, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra alcanza a 139.721 habitantes de los cuales 131.856 corresponden a parte urbana y 7.865 a la rural.

Contando con un total de 139.721 habitantes en la zona. Los siguientes años se proyectan en base de la tasa de crecimiento en la ciudad 2.02% según últimos datos del (PDyOT, 2015)

*Tabla 3*

*Población de Ibarra*

	<b>Ibarra Urbana</b>	<b>Ibarra Rural</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2010</b>	131.856	7.865	139.721
<b>2011</b>	134.519	8.024	142.543
<b>2012</b>	137.237	8.186	145.423
<b>2013</b>	140.009	8.351	148.360
<b>2014</b>	142.837	8.520	151.357
<b>2015</b>	145.722	8.692	154.415
<b>2016</b>	148.666	8.868	157.534
<b>2017</b>	151.669	9.047	160.716
<b>2018</b>	154.733	9.230	163.962
<b>2019</b>	157.858	9.416	167.274
<b>2020</b>	161.047	9.606	170.653

**Fuente:** INEC 2010

**Elaborado por:** Bryan Cadena, en base al INEC 2010

**Año:** 2019

La población de la ciudad es una oportunidad para que nuestro producto satisfaga las necesidades de todos los potenciales compradores, sabiendo recalcar que nuestro producto estará dirigido a gran parte de la urbe de la ciudad

#### **1.4.2.2 PEA**

Según última información de (INEC, 2010), la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra se distribuye de la siguiente manera, el Sector Agropecuario o Primario, concentra

al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes, el sector Secundario de Industria, manufactura, artesanía con el 19,38% que representa a 15.630 habitantes, el sector Terciario de servicios y comercio con el 58,02% que representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad en la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector.

*Tabla 4*

*Población económicamente activa*

Actividad	PEA	%
Sector Agropecuario	9.367	11,61%
Sector Industrias	15.630	19,38%
Sector Servicios	46.855	58,02%
Otros	8.817	10,93%
<b>Total</b>	<b>80.669</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC 2018

**Elaborado por:** Bryan Cadena, en base a INEC 2018

**Año:** 2019

La población económicamente activa PEA, es importante rescatar este punto ya que se puede identificar que el sector de servicios tiene una gran ocupación en el mercado lo cual se convierte en un riesgo para nuestro producto debido a la alta competencia.

### **1.4.2.3 Estratos Sociales**

Según datos obtenidos por el (INEC, 2010) en el último censo realizado, los estratos económicos dentro de la sociedad ecuatoriana se basan en el siguiente análisis y los han dividido en los siguientes niveles:

#### **Nivel A: Se encuentra el 1,9% de la población.**

- Se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales miembros del poder ejecutivo, legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de Empresas.

**Nivel B: Se encuentra el 11,2% de la población.**

- Se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.

**Nivel C+: Se encuentra el 22,8% de la población.**

- Se desempeñan con trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.

**Nivel C-: Se encuentra el 49,9% de la población.**

- Se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación y máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.

**Nivel D: Se encuentra el 14,9% de la población.**

- Se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.

Los estratos sociales medio, medio alto, y alto representa un 35,9% de la población y se convertirán en nuestros aliados ya que son nuestros potenciales clientes.

### **1.4.3 Variables económicas**

#### **1.4.3.1 Sector Agropecuario**

Existe un importante crecimiento en este sector, debido por una parte a la actualización del catastro y otra por el incremento de la actividad agrícola especialmente al ser considerado Ibarra como un centro de consumo e intercambio de bienes y servicios (PDyOT, 2015).



El sector agropecuario, específicamente la agricultura por las frutas como las fresas, moras, plátano, entre otras. y la ganadería por la leche y sus derivados representa un importante aliado ya que proveerá la materia prima necesaria para la elaboración de nuestro producto.

#### **1.4.3.2 Sector Industrial.**

El sector industrial es considerado un sector secundario y en la ciudad existe a una falta de estímulo a la Industria, Manufactura y Artesanía, una pesada carga tributaria, la falta de inversión y acceso a financiamiento, los elevados cánones de arrendamiento y otros factores que no solo desfavorecen a este sector y sus ramas han ocasionado la reducción de 65 actividades en este periodo, producto de la estimulación de este sector , es debido por una parte a la inversión de remesas de migrantes, el acceso a financiamiento vía crédito IESS y la regularización necesaria de este tipo de actividades y luego tenemos un incremento bajo de canteras así como el suministro de energía, agua, desechos sólidos. (PDyOT, 2015)

Es importante considerar este sector, ya que es un potencial aliado, debido a que nos proveerán de la materia prima indirecta necesaria.

#### **1.4.3.3 Sector Servicios**

Prevalece en los incrementos de actividades, primero se encuentra el sector del Transporte con 1418 nuevas actividades, en segundo lugar y en orden de la importancia del incremento se encuentra el Comercio, con 1142 nuevas actividades, debido a que como se trata de un cantón de comercio y servicios, pues es una característica innata del desarrollo económico por ende sucede este tipo de comportamiento (PDyOT, 2015)

El sector de servicios o sector terciario es el sector donde nuestro proyecto se va a ubicar, y al tener un alto índice de actividades similares se considera como oponente.

#### **1.4.3.4 Inflación**

La inflación en el país al mes de noviembre del 2018 es de -0,25% según últimos datos obtenidos de Banco Central del Ecuador (BCE, 2018). La inflación se relaciona con los índices del precio al consumidor y de las materias primas que son necesarias para la producción.

Ecuador al contar con el dólar como moneda oficial, nos permite tener una economía que no cambia drásticamente y esta variante se convierte en una oportunidad, ya que los precios de los productos no van a cambiar en el lapso del mismo año

#### **1.4.4 Variables Sociales.**

##### **1.4.4.1 Tradición.**

La ciudad de Ibarra es muy rica en tradición y cultura, una de sus principales tradiciones es la elaboración de helados de paila, instrumento que le permite al jugo alcanzar el enfriamiento necesario para ser helado, se dice que su elaboración nació de la mano de la Sra. Rosalía Suárez, a inicios del siglo XX. El consumo de estos helados es cotidiano, en cualquier época del año, especialmente en días soleados y fines de semana. (Ministerio de Cultura, 2016)

El consumo de helados en la ciudad de Ibarra es muy común en cualquier parte del año, de esta manera se considera como una oportunidad ya que nuestro producto dispone de características similares a las tradicionales.

#### **1.4.5 Variable tecnológica**

##### **1.4.5.1 Maquinaria.**

Para la elaboración de nuestro producto, necesitamos de una maquinaria especial, la cual tiene como características ser una plancha cuadrada de acero la cual le permita controlar una temperatura de hasta  $-3^{\circ}$  C y un sistema auto-defrost por accionamiento de un pedal en la parte inferior de la máquina (americafoodsolutions, 2018). En la ciudad de Ibarra no existe un registro

de empresas que desarrollen esta maquinaria, sin embargo, en la ciudad de Quito está ubicada la empresa frigosistemas quienes serán nuestro principal proveedor.

*Ilustración 2 Máquina*



**Fuente:** MercadoLibre

Las empresas manufacturas que desarrollan la maquinaria necesaria para la elaboración de los productos se determina como unos aliados, ya que nos pueden brindar todo tipo de accesorios necesarios para el correcto funcionamiento de la maquinaria.

#### **1.4.5.2 Equipo de trabajo.**

Para el correcto desenvolvimiento del proyecto es necesario contar con equipos de trabajo tecnológicos que nos facilitaran el trabajo cotidiano en el emprendimiento, Según datos obtenidos en el (PDyOT, 2015, pág. 155) en la ciudad de Ibarra encontramos aproximadamente 2929 locales comerciales de venta al por menor, reparación de efectos personales y enseres domésticos.

## **1.4.6 Variable regulatoria**

### **1.4.6.1 Fomento del municipio**

El municipio de Ibarra a través de la ley orgánica de economía popular y solidaria busca fomentar a la ciudadanía la creación de microempresas, para lo cual se han emitido una ordenanza municipal que tiene como objetivo principal promover la economía popular social y solidaria, fortalecer el desarrollo económico y social incluyente e inclusivo en el cantón Ibarra para la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios. [Anexo](#)

## 1.5 Matriz AOOD.

Tabla 5 Matriz AOOD

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Los habitantes de la ciudad de Ibarra, específicamente de las parroquias del Sagrario y Caranqui.</li><li>• El clima templado-cálido 17° de la ciudad de Ibarra es un beneficio al consumo del producto.</li><li>• Proveedores en la zona, que facilitan productos agrícolas para la elaboración del helado</li><li>• Existencia de distintos mercados como el mayorista, amazonas en el cantón que permite adquirir la materia prima.</li><li>• Proveedores de la maquinaria y equipos de trabajo necesarios para la producción del helado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Productos sustitutos como bebidas hidratantes o ensaladas de frutas.</li><li>• Alta competencia en la venta de todo tipo de helados tradicionales como los helados de paila, o los helados de hielo.</li><li>• Productos industrializados como: Pingüino, Topsy que son de consumo masivo debido a la facilidad de su venta.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La tradición de la ciudad con el consumo de helados.</li><li>• Producto nuevo en el mercado.</li><li>• El municipio de Ibarra impulsa el fomento de microempresas, e impulsan el crecimiento de emprendimientos en el cantón Ibarra.</li><li>• Innovación de máquinas que facilitan la elaboración del helado reduciendo el tiempo de elaboración.</li><li>• Mediante las tendencias tecnológicas como las redes sociales se pueden obtener un gran alcance en el mercado del producto.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inestabilidad Política con la que atraviesa el país</li><li>• Cambio de gustos del consumidor</li><li>• No cumplir con la demanda necesaria para cubrir los costos de producción.</li><li>• Una escasez de la materia prima necesaria para la producción de los helados</li></ul>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

## 1.6 Identificación de la oportunidad de inversión

- El helado al ser un producto de tradición en la ciudad de Ibarra se aprovechará el crecimiento del mercado para poder introducir esta nueva presentación.
- Ibarra es poseedor de un clima templado- cálido lo que beneficia el turismo de la ciudad y de sus alrededores, siendo una buena oportunidad para comercializar esta nueva presentación del helado, ya que es muy llamativo para el cliente
- La microempresa debe buscar estrategias comerciales para mantener su nivel de ventas cuando esté en contra el clima, incentivar al cliente para que no cambie de gustos y preferencias por otro tipo de producto.
- Se puede ver beneficiada la microempresa por la competencia existente, ya que cliente prefiere productos expendidos con normas sanitarias, con un buen proceso de producción y precio accesible, se incrementará la producción y se podrá atender mejor al mercado.

Después de haber realizado el análisis de la Matriz AOOR y el estudio del entorno donde se busca implantar el proyecto, se logró conseguir información importante con la cual se concluye que, en el Cantón Ibarra hay poca oferta de **HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS**, siendo este un proyecto innovador para la ciudad, considerando para sus habitantes uno de los referentes de la gastronomía Ibarreña. Determinando así la viabilidad del proyecto.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Microempresa

“Se conoce como Mipymes al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas” (SRI, 2017)

La microempresa es un ente económico que sin importar la actividad que realice, no sobrepasa los 10 empleados y no genera más de \$100.000 en ventas anuales. Por lo general las microempresas son administradas por su propietario y sus empleados suelen ser sus familiares.

##### 2.1.1 Clasificación de las pymes, pequeña y mediana empresa en Ecuador

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros clasifico las pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo con la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente, conforme al siguiente cuadro:

Tabla 6

##### *Clasificación de MiPymes en Ecuador*

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grande Empresa
Personal ocupado	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	≥ 200
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 – 1'000.000	1'000.001 – 5'000.000	> 5'000.000
Monto de activos	≤ \$100.000	\$100.001 a \$750.000	\$750.001 – \$3.999.999	>4'000.000

---

**Fuente:** La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018

**Elaborado por:** Bryan Cadena

El INEC también concuerda con esta clasificación, en su directorio de empresas y establecimientos 2018, siendo esta la última información obtenida y no ha variado con los años.

Es importante conocer cómo se clasifican las empresas por su composición económica y el número de empleados, esta clasificación nos permite reconocer en que clasificación se va a encontrar nuestra empresa y cuáles serán sus delimitantes

### **2.1.2 Características de una microempresa.**

Según (Anzola, 2010) en su libro administración de pequeñas empresas define que las características de una microempresa son:

- La administración de la microempresa es independiente, por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.
- El capital de las microempresas generalmente es aportado por una persona o por un grupo de pequeño de ellas.
- El radio de operación es local y los propietarios y empleados se ubican en la misma región.
- El tamaño relativo de la microempresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve.

Según (retosdirectivos.com, 2015) las microempresas se caracterizan por:

- **Pocos trabajadores**

Uno de ellos suele ser el administrador o propietario, quien asume distintas labores en el día a día. Por lo general, las estructuras de una microempresa no tienen más de dos niveles jerárquicos: el del jefe y el de los trabajadores.

- **Facturación acotada:**

Por su propia estructura, las microempresas tienen un bajo nivel de facturación y de beneficios. Son negocios corrientes dentro de los sectores del comercio, lo cual les ubica dentro de la categoría de PYMES.



- **Predominio de la mano de obra:**

Además, suelen ser negocios poco tecnificados o que no gozan de una estructura que permita procesos de producción en cadena.

- **Pequeños círculos de acción:**

Las microempresas no tienen gran impacto en sus campos comerciales. Puede que sean reconocidas y hasta prestigiosas, pero su nivel de acción sigue siendo local y muy limitado: el barrio, la zona, el pueblo o incluso la comarca.

- **Lazos cercanos:**

También se da la circunstancia de que los trabajadores de las empresas pequeñas comparten lazos familiares o de amistad. Las opciones de selección de personal se reducen a los pequeños círculos a los que tenga acceso su propietario.

### **2.1.3 Clasificación de empresas**

Según última información publicada por el (INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2018) la clasificación de las empresas según su actividad económica es:

**A.** Agricultura **B.** Minas y canteras **C.** Manufacturas **D.** Suministro energías **E.** Distribución de agua **F.** Construcción **G.** Comercio **H.** Transporte **I.** Alojamiento **J.** Información **K.** Financieras **L.** inmobiliaria **M.** Científico Técnico **N.** Administrativos **O.** Administración pública **P.** Enseñanza **Q.** Salud humana **R.** Arte **S.** otros servicios.

Adicionalmente (Monteros, 2011) clasificó a las microempresas de la siguiente manera y hasta la actualidad su clasificación es apegada a la realidad que surge en la ciudad.

#### **a) Alimenticio- Agroindustrial**

Las microempresas que conforman este grupo son aquellas dedicadas a la elaboración de alimentos de forma manual o tradicional.

#### **b) Artesanal**

Cada una de las tareas ejecutadas son de forma manual y los elementos creados son artísticos, que determinan a cada grupo de artesanos.

#### **c) Producción y Comercialización de Cuero y Calzado**

Este sector podemos decir que se conforma con los microempresarios del Cantón Cotacachi que la mayoría de sus pobladores elaboran y comercializan artículos de cuero hechos en cuero como: maletas, zapatos, pantalones, chaquetas, chompas, carteras, entre otros.

#### **d) Metalmecánica**

Este sector de la microempresa se lo practica en toda la provincia de Imbabura donde se puede encontrar pequeños y grandes talleres dedicados a la transformación del hierro en productos terminados como: puertas, ventanas, portones, escritorios, sillas, artículos decorativos, jardineras, etc.

#### **e) Textiles y confecciones**

Actividad que la podemos encontrar en los cantones de Otavalo y Atuntaqui, caracterizada por la elaboración de ropa para todo tipo de gustos y tallas. La mayoría consumidas en el Ecuador y otras para su exportación.

#### **f) Gráficas e impresiones**

Este sector está constituido por la actividad que realizan las imprentas, tipografías, diseños y estampados, copadoras e inclusive centros de computación que brindan servicios a la colectividad en general e instituciones.

Se puede determinar que nuestra empresa se encuentra entre el sector alimenticio- agroindustrial porque nos vamos a dedicar a la elaboración de productos alimenticios.

## **2.2 Estudio de Mercado.**

(Uribe, 2015, pág. 21) Manifiesta “El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que beneficia con el proyecto”.

Identificar el comportamiento de los consumidores es el principal objetivo de un estudio de mercados, para la cual se utilizan una serie de herramientas para recolectar y analizar la información para que el ente que realiza la investigación pueda tomar decisiones.

### **2.2.1 Segmentación de mercados.**

“Es la tarea de ubicar de manera puntual a los consumidores de un producto para volverlos clientes del mío” (Herrera J. E., 2015, pág. 19)

Delimitar de manera más asertiva al mercado con el cual vamos a interactuar para poder generar las estrategias adecuados según sus gustos y preferencias.

### **2.2.2 Oferta**

(Eguilaz, 2017) define la oferta como aquella cantidad que los vendedores están dispuestos a ofrecer de un determinado bien, durante un período concreto de tiempo y a un precio determinado.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un una ofertante está en condiciones de ofrecer a su mercado dependiendo de la condición en la que se encuentre, considerando que, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta.

### **2.2.3 Demanda**

Gabriel Baca Urbina, en su libro " Evaluación de Proyectos", define la demanda como:

"La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un proceso determinado" (Urbina, Evaluación de Proyectos 5ta, 2014, pág. 17)

Se determina que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están en condiciones de adquirir teniendo en consideración su valor en el mercado y con la intención de satisfacer alguna necesidad.

### **2.2.4 Demanda Insatisfecha**

“La demanda potencial Insatisfecha corresponde a aquella parte del mercado que no ha sido satisfecha y que la empresa espera entrar a atender. El mercado potencial se halla al cruzar los datos de la demanda proyectada con la oferta proyectada” (Diaz, Parra, & López, 2013, pág. 42)

La demanda insatisfecha es el sector en el mercado al cual la oferta actual no logra satisfacer sus necesidades y lo demos considerar como nuestro mercado objetivo

### **2.2.5 Mercado Meta**

Fran León definen al mercado meta como un grupo de clientes al que la marca captará, servirá hacia el que dirigirá sus esfuerzos de mercadotecnia, es muy importante para las marcas y empresas, ya que, básicamente, no se puede atraer a todos los compradores, puesto que este sería un grupo muy numeroso de personas (Leon, 2015)

Es el segmento del mercado idóneo, al cual nos vamos a dirigir para establecer las estrategias más asertivas dependiendo del comportamiento de los futuros consumidores.

### **2.3 Producto**

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles, intangibles e identificables que incluye, entre otras cosas, empaque, color, precio, calidad, diseño y marca, junto con los servicios como garantía, mantenimiento y la reputación del vendedor. Es pues, un conjunto de beneficios que satisfacen las necesidades del cliente. Es el objeto del intercambio que puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona o un lugar.” (Palacios, 2015, pág. 111).

Un producto reúne varias características con el fin específico de satisfacer una necesidad en el mercado, el producto puede ser tangible como nos referimos a un bien material o intangible cuando el producto es un servicio que, si bien no tenemos un contacto directo, logra satisfacer una necesidad.

### **2.4 Precio**

“Cantidad de dinero pedida a cambio de un producto, servicio o la suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio.” (Vázquez, 2014, pág. 255)

El precio es el valor económico que reúne un producto o servicio, dependiendo de varios factores como el costo de producción, estrategias de ventas, impuestos y varios factores que alteran su valor económico dependiendo del entorno en el que se encuentre

### **2.5 Distribución**

“La separación geográfica entre compradores y vendedores, además de la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución, transporte y comercialización, de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta el de utilización o consumo. Con frecuencia existe una cadena de intermediarios, en la que cada uno pasa el producto al siguiente eslabón, hasta que finalmente alcanza al consumidor o usuario final. Este

proceso se conoce como canal de distribución. Cada uno de los elementos del canal tiene sus propias necesidades, que el productor debe considerar junto con las del usuario final.” (Vázquez, 2014, pág. 259).

## **2.6 Promoción**

“Es la acción necesaria para dar a conocer el producto y motivar al cliente para que lo compre. Se pretende despertar el interés en el público objetivo para que adquiera el producto, lo pruebe, quede satisfecho y repita.” (Palacios, 2015, pág. 114)

Es un incentivo que nos permite interactuar directamente con los clientes para dar a conocer un producto o servicio nuevo, o bien intensificar sus ventas. Existen varias estrategias de promoción como descuentos, días especiales, obsequios y más, estas logran convencer a los clientes a adquirir el producto

## **2.7 Publicidad.**

“Cualquier forma pagada de presentación no personal para la promoción de ideas, bienes o servicios de un patrocinador identificado.” (Vázquez, 2014, pág. 258)

El medio por el cual vamos a dar a conocer nuestro producto usando intermediarios que tengan un gran alcance en el mercado como radio, tv y lo que actualmente está en auge las redes sociales

## **2.8 Estudio Técnico**

“Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” (Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 7)

En este estudio podemos identificar todos los factores que tienen relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto, podemos determinar el tamaño, localización, maquinaria, instalaciones, y todos los factores que intervengan en la elaboración del producto.

### **2.8.1 Localización del proyecto.**

(Araujo, 2013, pág. 46) indica que la localización tiene como propósito “encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”

### **2.8.2 Macrolocalización**

Teófilo Corvo nos indica que la macrolocalización consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas. (Corvo, 2017)

La Macrolocalización representa a niveles generales a toda una región aquí se debe tomar en cuenta leyes generales que regulen las actividades comerciales dentro de un macroentorno

### **2.8.3 Microlocalización**

Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.

Esta localización integra los siguientes elementos:

- Suma de costos de fletes de insumos a la planta y el producto al mercado.
- La disponibilidad y los costos relativos de los insumos.

- Estímulos fiscales, leyes, reglamentos, condiciones generales de vida, clima, facilidades administrativas, factores externos, preferencias personales y ventajas sociales.

(Padilla M. C., 2011, pág. 121).

Al estudiar una microlocalización debemos tener un mayor énfasis en el entorno que nos rodea de esta manera podemos realizar estudios más asertivos

#### **2.8.4 Tamaño del Proyecto**

“El tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerando normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión.” (Araujo, 2013, pág. 73)

Es importante considerar el tamaño porque nos ayuda a identificar cual es el desempeño óptimo para que la empresa puede realizar su actividad económica

### **2.9 Presupuesto Operacional**

(Araujo, 2013) exterioriza que el presupuesto de operación del proyecto se forma a partir de: Los ingresos y egresos de operaciones y tiene como objetivo pronosticar una estimación de las entradas y salidas monetarias de la empresa, durante uno o varios periodos, los cuales están en relación directa con la vida útil del proyecto

#### **2.9.1 Inversión inicial**

“Conocida como costos de inversión o inversión antes de la puesta en marcha, está representada por los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo. El monto de esta inversión se obtiene al cuantificar los resultados obtenidos en los estudios de mercado, técnico y administrativos, y se expresan en el año cero del flujo de caja” (Meza, Evaluación financiera de proyectos, 2013, pág. 243)



## **2.9.2 Ventas**

(Thompson, 2016) define a las ventas como es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido para lograr el beneficio de ambas partes.

Las ventas nos indican la cantidad de productos que la empresa sobro cubrir las necesidades con sus consumidores.

## **2.9.3 Costos**

“Es la suma de las inversiones que se han efectuado en los elementos que concurren en la producción y venta de un artículo o desarrollo de una función” (Cárdenas, 2016, pág. 30)”

Los costos nos ayudan a identificar en cuando la empresa utilizo recursos económicos para poder tener un producto final.

## **2.9.4 Gastos Administrativos**

“Son, como su nombre lo indica, los gastos que provienen de realizar la función de administración en la empresa.” (Urbina, Evaluación de Proyectos 5ta, 2014, pág. 142)

(webyempresas.com, 2017) establece a los Gastos administrativos como:

“Son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual. Los salarios de los altos ejecutivos y los costos de los servicios generales como la contabilidad son ejemplos de gastos administrativos.”

No intervienen directamente con la construcción de un producto o servicio, sin embargo, es necesario para que la empresa pueda realizar sus actividades con naturalidad.

### **2.9.5 Gastos de Venta**

“Aquellos que tienen relación con todos los costos de las ventas, la distribución y la entrega, y varían dependiendo del nivel de ventas.” (Díaz, Parra, & López, 2013, pág. 182)

En los gastos de venta intervienen todos los intermediarios que se necesitan para que el producto pueda llegar a su destinatario final

### **2.9.6 Gastos Financieros**

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. (Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 143)

Los gastos financieros hacen referencia a la retribución que la empresa hace particularmente a las entidades financieras que proporcionaron un capital necesario para desarrollar un proyecto

### **2.9.7 Estado de Resultados**

“Los ingresos operacionales y no operacionales, sus costos de producción; gastos operacionales y no operacionales, las provisiones para el impuesto de renta y complementarios, y como resultado de todo lo anterior, la generación de una utilidad o pérdida neta del ejercicio que se está proyectando.” (Flores, 2015, pág. 233)

Un estado de resultados es muy importante para la empresa ya que le permite observar toda la actividad económica que se generó en un determinado tiempo por lo general pueden ser mensuales y anuales, es importante ya que ayuda en la toma de decisiones

## **2.9.8 Flujo de Caja**

“El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional” (Rivera, 2010, pág. 165)

Identifica todos los procesos que se realizaron en el área financiera estos se pueden solicitar ya sea semanal, mensuales o por periodos, según lo crean conveniente las máximas autoridades

## **2.9.9 Punto de Equilibrio**

(Arboleda, 2013, pág. 308) especifica que “El punto de equilibrio es aquel en el cual todos los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación”

El punto de equilibrio nos permite identificar cual es el punto óptimo de producción o un punto óptimo de venta en el que la empresa pueda conocer cuando lograra generar un mayor beneficio

## **2.10 Estudio Organizativo**

### **2.10.1 Visión**

“Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa” (Herrera J. A., 2013, pág. 64)

La visión permite enfocarse a un futuro posible de la empresa, el cual desea alcanzar poniendo en ejecución su misión y objetivos a largo plazo

### **2.10.2 Misión**

“Representa la declaración fundamental de propósitos de la empresa, definiendo el lugar dentro del entorno en el cual se sitúa la organización, es decir, quiénes somos, qué hacemos y hacia dónde nos dirigimos.” (Aguilera, 2017).

La razón de ser de la empresa, aquí se determina la actividad que desarrolla para quien lo desarrollo y como lo desarrolla

### **2.10.3 Organigrama Estructural**

“Tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales,” (Meza, Evaluación financiera de Proyectos, 2013, pág. 28)

El Sitio web ([mprendepyme.net](http://mprendepyme.net), 2018) nos define a un Organigrama Estructural como representación gráfica de la empresa u organización a que se refiera. Es decir, en el que se representan los distintos cargos de la compañía, comenzando por los más altos. Suelen establecerse bloques según las funciones u otros criterios.”

Define de forma gráfica como está constituida la empresa y facilita identificar los niveles jerárquicos de esta manera podemos observar el grado de responsabilidad

## **2.11 Postre**

Último plato de una comida. Este término genérico en-globa el queso, las preparaciones dulces (postres emplatados, elaboraciones de pastelería y helados) y las frutas crudas. La palabra francesa dessert procede de desservir (retirar lo que se ha servido) y en consecuencia designa lo que se ofrece a los comensales una vez se han retirado los platos anteriores y los utensilios de servicio correspondientes. En cualquier caso, su sentido ha evolucionado, en particular, en lo que concierne a los postres emplatados. (Larousse, 2014)

## **2.12 Helado**

“Mezcla de ingredientes fluida o licuada que se vuelve densa y espesa al aplicarle técnicas de frío y agitarla o removerla simultáneamente”. (Martínez, 2012, pág. 10)

### **2.12.1 Ice Crean Rolls**

El helado a la plancha o I-Tim-Pad (en Tailandes), también llamado Ice Roll o Ice Cream Roll que se podría traducir como «rollo de hielo» y «rollo de helado» es una técnica artesanal de elaboración de helados originaria de Tailandia, motivo por el que también es conocido popularmente como helado tailandés. Este tipo de helado es a menudo clasificado como una variante del helado frito o un plato similar a éste, ha empezado a ganar notoriedad y popularidad internacionalmente (bacata, 2018)

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1 Presentación**

El presente capítulo tiene como finalidad analizar el comportamiento actual de la oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización que existen en el mercado, para lo cual se aplicarán técnicas de investigación primarias y secundarias que nos permitirán realizar un análisis necesario para la implementación del proyecto.

#### **3.2 Objetivo del estudio de mercado**

##### **Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precios y estrategias de comercialización del producto.

##### **Objetivos Específicos**

- Establecer las características y beneficios del producto
- Determinar el nivel de demanda potencial del producto en el mercado.
- Conocer la oferta actual de helados en la ciudad de Ibarra.
- Analizar el precio de la competencia para contar con un referente dentro del mercado.
- Determinar las estrategias adecuadas para comercialización del producto.

## Matriz de estudio de mercado

Tabla 7

Matriz de estudio de mercado

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuentes
Establecer las características del producto	Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción</li> <li>• Características</li> </ul>	Investigación Documentada	Secundaria/Primaria
Determinar la demanda potencial del producto	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad del producto a demandar</li> <li>• Frecuencia de consumo</li> </ul>	Encuesta	Primaria
Conocer la oferta de los helados con la finalidad de determinar la competencia	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores de productos similares</li> <li>• Competidores de productos sustitutos</li> </ul>	Entrevista	Primaria
Establecer un rango de precios	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de precio</li> </ul>	Encuesta	Primaria
Determinar las estrategias de comercialización.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plaza</li> <li>• Promoción</li> <li>• Publicidad</li> </ul>	Investigación Documentada	Secundaria

**Elaborado por:** Bryan Cadena  
**Año:** 2019

### 3.3 Desarrollo de variables e indicadores

#### Descripción del producto

Los ice cream rolls son un producto novedoso, elaborado con la ayuda de máquina en forma de plancha en la que se pueden mezclar sus ingredientes y al mismo tiempo los enfría, finalmente una vez que la mezcla tenga una consistencia sólida, se enrolla la mezcla logrando generar pequeños rollos de helado.



*Ilustración 3 Proceso de Elaboración*  
Fuente: Alibaba.com

El proceso conlleva 5 minutos en su elaboración. Se vierte una taza de líquido a base de leche con sabor, en un círculo de metal extremadamente frío, cuando la base se congela, se manipula con pequeñas paletas mezclando todos los ingredientes, y luego se extiende por el círculo grande. Una vez que el helado cubre uniformemente el círculo, el personal de preparación empuja una espátula sobre él y convierte las tiras en rollos.



El producto es servido en un vaso el cual permite que el producto tenga una buena presentación y facilitar su consumo, finalmente podemos cubrir el helado con todo tipo de extras, como malvavisco, ositos de goma, coco y por supuesto, dulce de azúcar.



*Ilustración 4.* Helado icre cream Rolls

**Fuente:** Imágenes Google

**Año:** 2019

### **Ventajas/Beneficios**

Dentro de las ventajas y beneficios del producto se pueden detallar que:

- Cuenta con un proceso de elaboración rápido, y a la vista del cliente generando un producto fresco para su consumo.
- Contiene un bajo contenido de grasa además de una fuente importante de vitamina B, calcio y proteínas
- Es un postre idóneo para cualquier momento del año ya que es un alimento muy completo y además está muy rico

- Los Ice cream rolls pueden ser mezclados con cualquier otra fruta, o producto que el cliente desee

### **Características**

La presentación es sin duda alguna es su principal característica, aunque la mayoría de los helados son de base cremosa, su infinidad de mezclas es lo que le permite tener una gran variedad de sabores naturales. Por lo tanto, son helados que no llevan saborizantes en su proceso de elaboración,



*Ilustración 5. Variedad Ice Cream Rolls*

**Fuente:** Imágenes Google

**Año:** 2019

### **Segmentación.**

La ciudad de Ibarra se encuentra estructurada por parroquias urbanas como: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y siete Parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

De acuerdo con el último censo de población y vivienda del 2010 realizada por el instituto ecuatoriano de estadísticas y censos (INEC, 2010), la población de Ibarra asciende a 139.721 habitantes, donde el 48,45% son hombres y el 51,55% corresponden a mujeres. La población urbana del cantón Ibarra es de (131.856) 72.78% mientras que a la rural le corresponde el (7.865) 27,32% de la población para el año 2010, para obtener datos más actualizados proyectaremos la población con una tasa de crecimiento del 2,02% según como lo especifica el (PDyOT, 2015)

*Tabla 8*

*Proyección de la población de Ibarra*

	<b>Ibarra Urbana</b>	<b>Ibarra Rural</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2010</b>	131.856	7.865	139.721
<b>2011</b>	134.519	8.024	142.543
<b>2012</b>	137.237	8.186	145.423
<b>2013</b>	140.009	8.351	148.360
<b>2014</b>	142.837	8.520	151.357
<b>2015</b>	145.722	8.692	154.415
<b>2016</b>	148.666	8.868	157.534
<b>2017</b>	151.669	9.047	160.716
<b>2018</b>	154.733	9.230	163.962
<b>2019</b>	<b>157.858</b>	9.416	167.274

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** PDyOT 2015, INEC

**Año:** 2019

Nuestro potencial mercado se encuentra en las parroquias urbanas, **San Francisco y Caranqui** de la ciudad de Ibarra que corresponde al 50,51% de la urbe de la ciudad según datos del (PDyOT, 2015).

Tabla 9

*División de la Ciudad por Parroquias Urbanas*

	<b>Alpachaca</b>	<b>Priorato</b>	<b>San Francisco</b>	<b>El Sagrario</b>	<b>Caranqui</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Población</b>	17649	8998	60112	51478	19606	157.858
<b>Porcentaje</b>	11,18%	5,70%	38,09%	32,61%	12,42%	100%

Elaborado por: Bryan Cadena

Luego de delimitar nuestro potencial mercado a las parroquias urbanas de San Francisco y Caranqui, tenemos una población de **79.718** habitantes. El proyecto está dirigido principalmente a un público joven y adulto por lo cual se considerarán las edades de 15 a 49 años que corresponde al 53,31% de la urbe de Ibarra según datos obtenidos del (PDyOT, 2015). Es decir **42.498** habitantes, finalmente se considera que nuestros clientes potenciales son de estatus socioeconómico medio, medio alto y alto que corresponde al **35,9%** (INEC, 2010).

Tabla 10

*Nivel socioeconómico*

<b>Nivel socioeconómico</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Estatus</b>
A	1,90%	Alto
B	11,20%	Medio alto
C+	22,80%	Medio
C-	49,30%	Medio bajo
D	14,90%	Bajo

Fuente: INEC

Por lo tanto, nuestro mercado meta es de **15.257** habitantes.

## **Muestra**

La muestra es una parte representativa de las características de la población que se va a estudiar y de la cual se tomará la información para nuestro estudio de mercado.

### ***Calculo de Muestra***

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

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

e= Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0.05)

$d^2$ = Varianza 0.25

Z= Nivel de Confianza

### **Datos:**

N= 15257

e= 5%

$d^2$ = 0,25

Z= 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,25) \cdot 13337}{(0,05)^2 \cdot (13337 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,25} = 374$$

El tamaño de muestra nos refleja 374 encuestas.

### **Investigación de campo**

La investigación de campo permite realizar un proceso sistemático, riguroso, analizar y presentar los datos, basándonos en una estrategia de recolección directa de la información necesaria para la investigación. La investigación se realizó directamente a los habitantes de las parroquias urbanas del cantón Ibarra.

## Resultados de la investigación de campo

A continuación, se detalla el resultado de las encuestas aplicadas a la ciudadanía y las entrevistas realizadas a los dueños de los principales locales de venta de helado en la ciudad de Ibarra. Se realizó la tabulación mediante gráfico para poder observar los resultados.

### Resultados y análisis de la encuesta

#### Género

Tabla 11

Género

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	178	47,60%
Femenino	196	52,40%
Total	374	100%

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

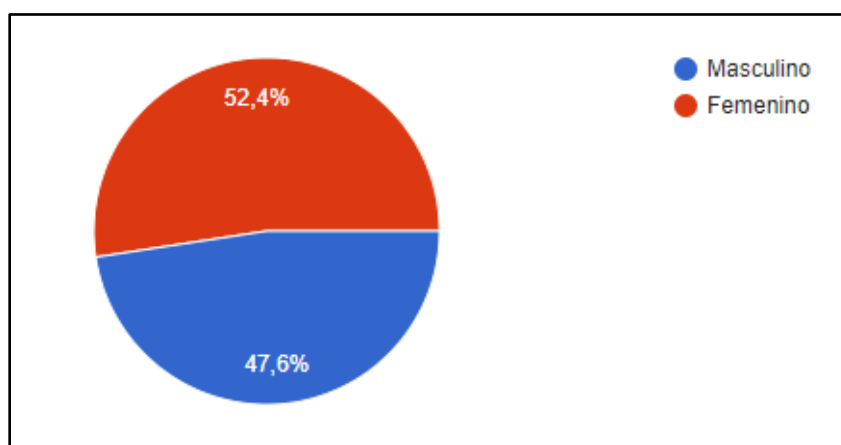


Gráfico 1 Género

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Se determina que el género femenino es el predominante en la encuesta el cual nos refleja que las personas encuestadas en su mayoría fueron mujeres.

## Edad

Tabla 12

Edad

Edad	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 15 a 19 años	19	5,10%
De 20 a 24 años	92	24,60%
De 25 a 29 años	99	26,50%
De 30 a 34 años	60	16,00%
De 35 a 39 años	44	11,80%
De 40 a 44 años	31	8,30%
De 45 a 49 años	29	7,80%
Total	374	100%

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

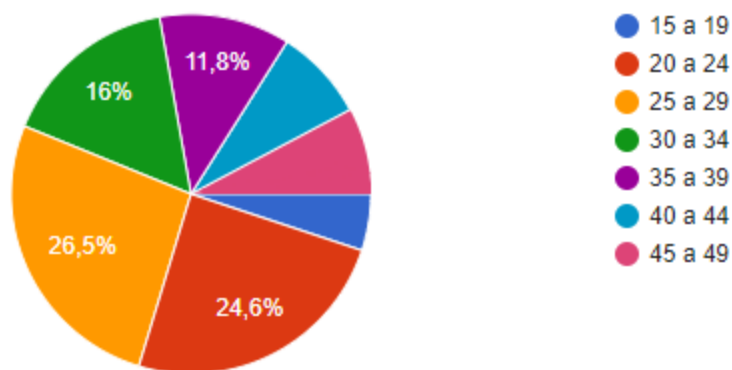


Gráfico 2. Edad

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La encuesta determina que más del 50% de la población encuestada se encuentra entre los 20 años, lo cual nos indica que nuestro producto que genera una gran expectativa en el público joven.

## 1. ¿Le gusta o le gustaría consumir Helados?

Tabla 13

### Consumo de Helado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	328	87,70%
NO	46	12.30%
Total	<b>374</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

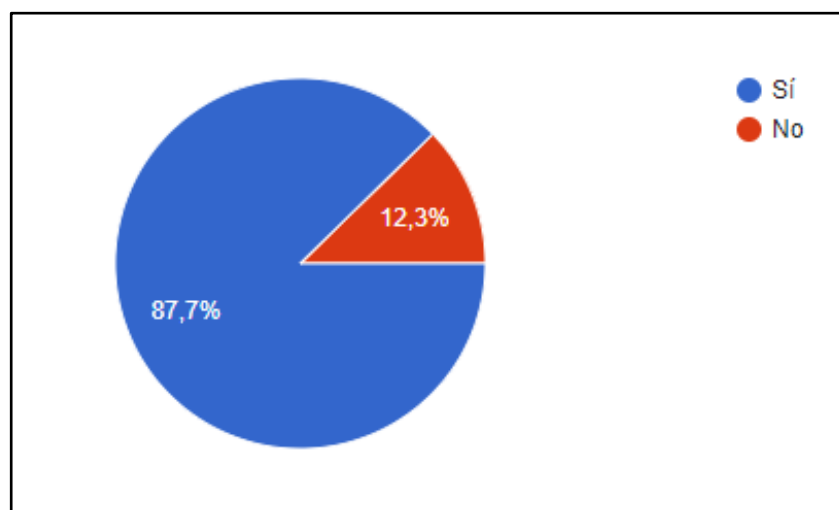


Gráfico 3. Consumo de helados

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Con los datos obtenidos en las encuestas realizadas se determina que la mayoría de los habitantes si consume helados, mientras tanto un porcentaje considerable del 12,30% no los consume esto puede ser al alto contenido de azucares en el producto.



**2. ¿Conoce los helados en rollo mejor conocido como Ice Cream Rolls o Helado Tailandés?**

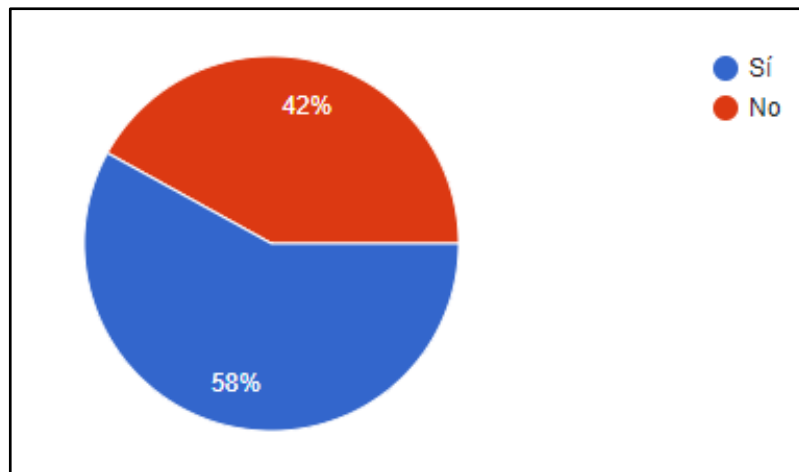
*Tabla 14*

*Conocimiento Ice cream rolls*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	217	58,00%
<b>NO</b>	157	42.00%
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Encuestas



*Gráfico 4. Conocimiento ice cream rolls*

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Encuestas

**Análisis:** La encuesta nos refleja que más de la mitad de la población encuesta, si tiene conocimiento sobre los helados “Ice Cream Rolls” esto puede interpretarse debido a que la mayor parte de los encuestados son un público joven que tiene un alto consumo de redes sociales, en donde se hizo conocido dicho producto.

### 3. ¿Estaría dispuesto consumir helados (Ice Cream Rollos)?

Tabla 15

Dispuesto a consumir

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	323	86,40%
NO	51	16.60%
Total	<b>374</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

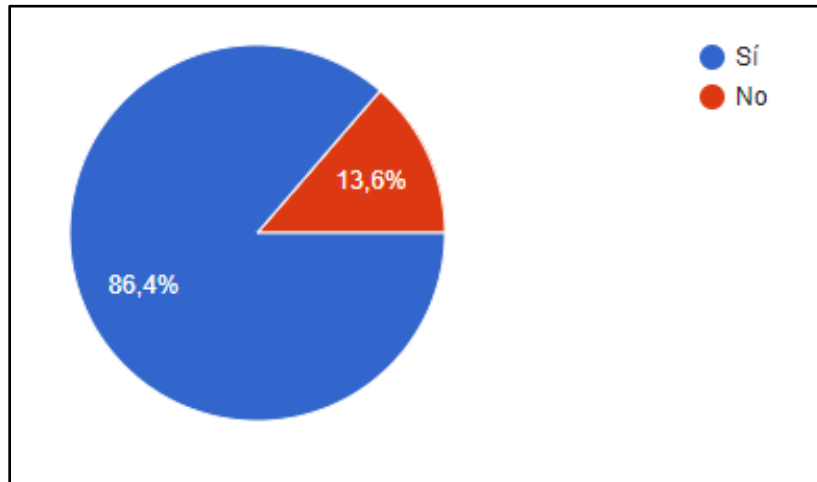


Gráfico 5. Dispuesto a consumir

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Los resultados de la encuesta nos determina que una gran parte de la población considera como una opción el consumo de los helados “Ice Cream Rollos” debido a que es un producto innovador que no es tan conocido en la ciudad, sobre todo con el público adulto.

#### 4. ¿Con que frecuencia usted consumiría el helado?

Tabla 16

Frecuencia de consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	175	54.20%
Quincenal	114	35,30%
Mensual	34	10,50%
Total	<b>323</b>	<b>100%</b>

Frecuencia de 323 según resultados de la pregunta #3

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

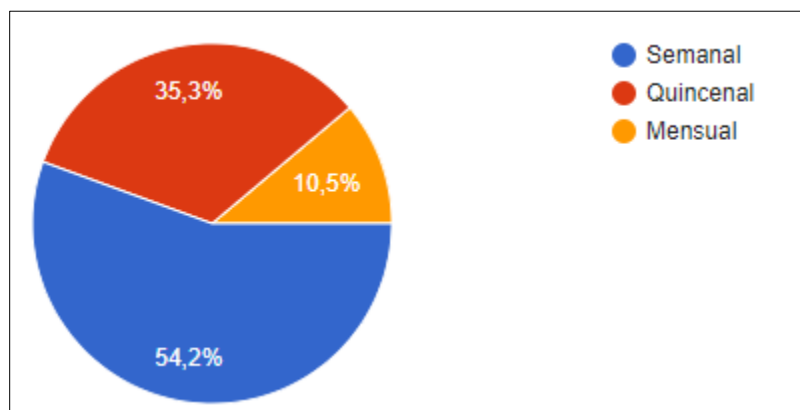


Gráfico 6. Frecuencia de consumo

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La encuesta nos refleja que la población de la ciudad de Ibarra tiene como preferencia consumir helados semanalmente, especialmente los fines de semana, sin embargo, una gran parte lo consume cada 15 días. Los resultados nos permiten observar que en la ciudad de Ibarra existe una gran preferencia por el consumo de helados.

## 5. ¿De sabor preferiría su helado?

Tabla 17

Sabor de preferencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mora	81	25,10%
Maracuyá	79	24,50%
Chocolate	63	19,50%
Naranja	44	13,60%
Fresa	34	10,50%
Vainilla	7	2,20%
Coco	6	1,90%
Ron Pasas	5	1,50%
Taxo	1	0,30%
Mango	1	0,30%
Galleta	1	0,30%
Guanábana	1	0,30%
Total	323	100%

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

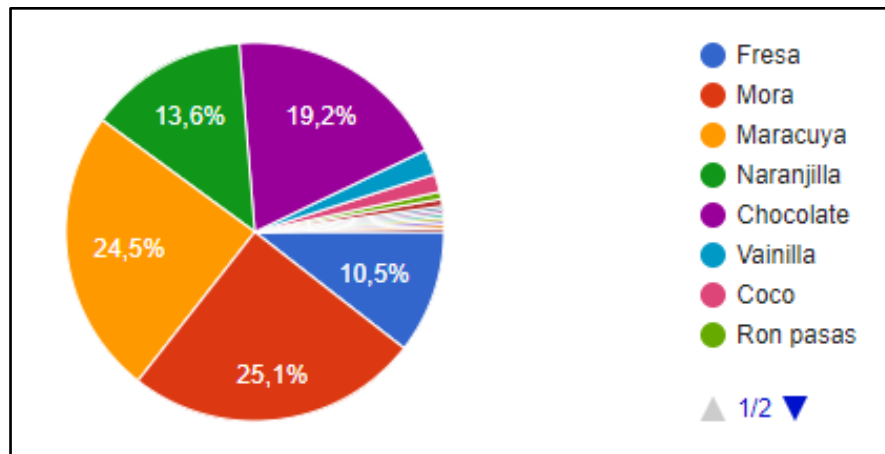


Gráfico 7. Sabor de preferencia

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Según los datos obtenidos el sabor de mora tiene una mayor aceptación en el mercado, al igual que los sabores de maracuyá y chocolate son los más consumidos.

## 6. ¿En qué lugares usted prefiere adquirir un helado?

Tabla 18

Lugar de preferencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Heladería	179	55,40%
Tienda	92	28,50%
Super Mercado	51	18,80%
Cafetería	1	0,30%
Total	<b>323</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

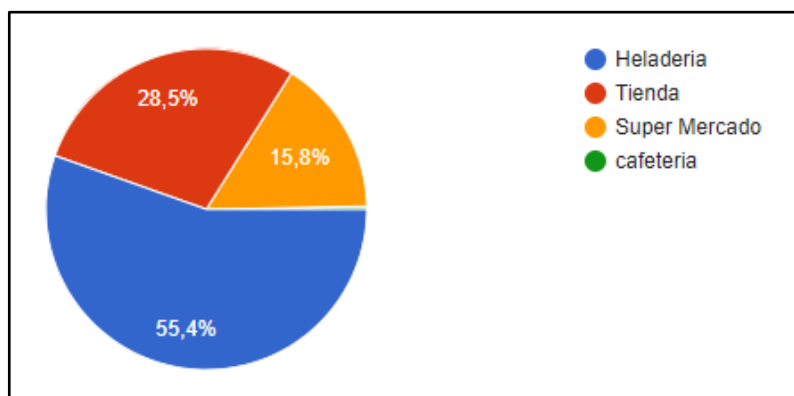


Gráfico 8. Lugar de preferencia

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Más del 50% de la ciudadanía prefiere consumir helados en heladerías, debido a que estas disponen de un amplio local donde los clientes se sienten a gusto para consumir su producto. Además, un 28,5% prefiere adquirir helados en las tiendas debido al fácil acceso de estas y por lo general los productos que consumen son los helados industriales como pingüino

## 7. ¿Qué tipo de helado usted prefiere?

Tabla 19

### Preferencia de helado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Helado de Crema	84	26,00%
Helado de Hielo	41	12,70%
Helado de Paila	114	35,30%
Helado Industrial	83	25,70%
Helado de Yogurt	1	0,30%
Total	<b>323</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

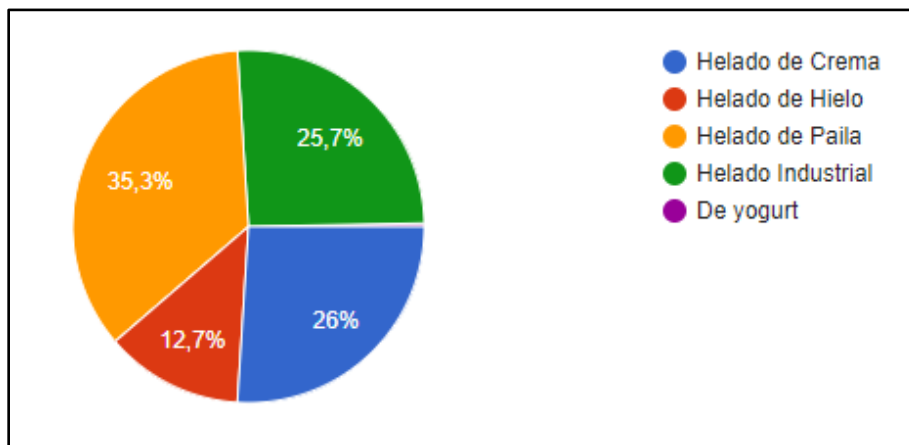


Gráfico 9. Preferencia de helado

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La preferencia de helados en la ciudadanía son los helados de paila esto puede ser debido a que este tipo de helados son un postre muy reconocido en la ciudad de Ibarra, existen heladerías centenarias, que producen este tipo de helados y por eso existe una gran preferencia. También gran parte de los consumidores prefieren los helados de crema y los helados industriales.

## 8. ¿Qué característica le motivan para consumir helado?

Tabla 20

Motivación para consumir helados

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sabor	112	34,70%
Calidad	110	34.10%
Precio	85	26,30%
Presentación	16	5,00%
Total	<b>323</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

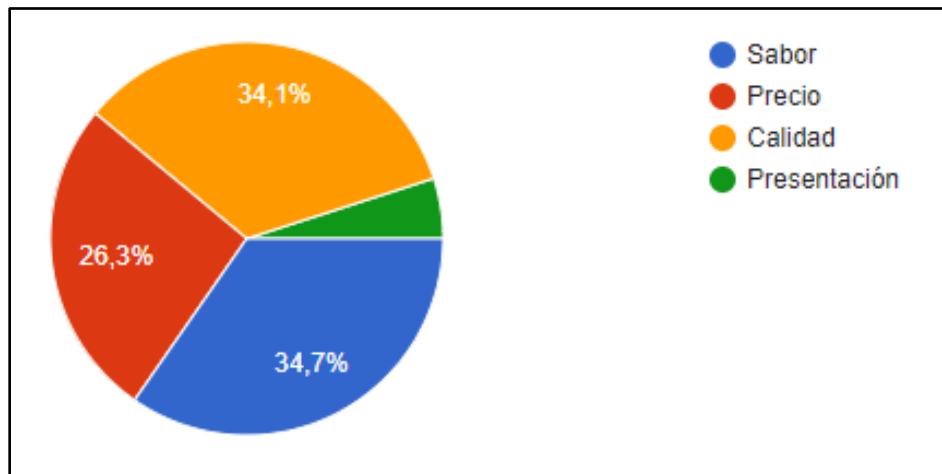


Gráfico 10. Motivación para consumir helados

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La calidad y el sabor es lo que más le motiva al consumidor adquirir un producto considerando que tenga un precio considerable y esté al alcance de quienes lo desean adquirir. Lo ideal es conseguir elaborar un producto que cumpla con todas estas características.

**9. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por un helado con las características mencionadas?**

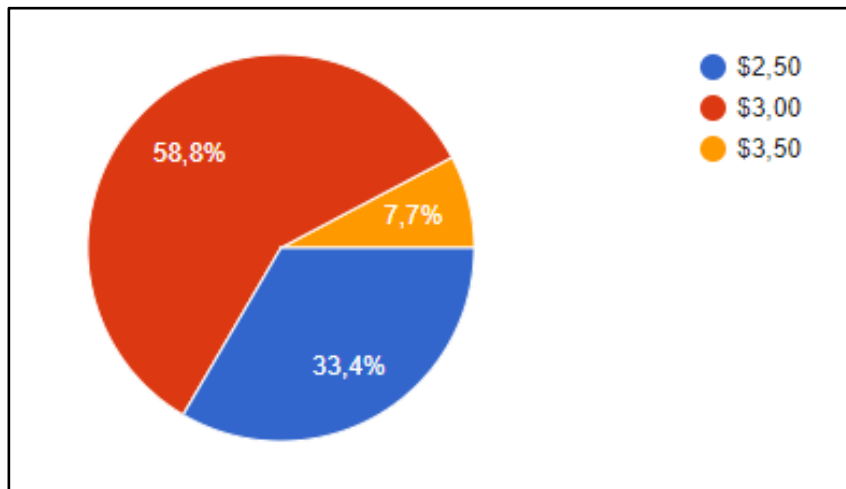
*Tabla 21*

*Dispuesto a pagar*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,50	108	33,40%
3,00	190	58,80%
3,50	25	7,70%
Total	<b>323</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Encuesta



*Gráfico 11. Dispuesto a pagar*

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** Al realizar la encuesta, se realizó una presentación del producto especificando todas las características de este y se puede comprobar que la ciudadanía está dispuesta a pagar \$3,00 por nuestro producto



**10. ¿Por qué medio de comunicación desea usted conocer más información sobre nuestros productos y promociones?**

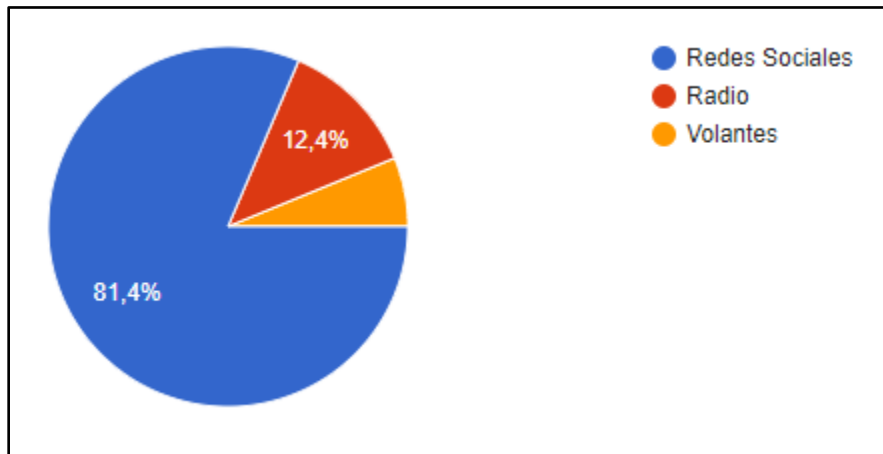
Tabla 22

*Medio de comunicación preferido*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	263	81,40%
Radio	40	12,40%
Volantes	20	6,20%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Encuesta



*Gráfico 12 Medio de comunicación preferido*

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** Debido a que los consumidores en su mayoría son jóvenes, en lo referente a los canales de publicidad y promoción la mayoría de las personas tienen como preferencia recibir información mediante las redes sociales.

### **Determinación Demanda.**

Para la determinación la demanda actual, se consideró como base la encuesta aplicada a los potenciales consumidores del sector urbano del cantón Ibarra, que corresponden a los sectores del Sagrario y Caranqui; para realizar el cálculo de la demanda actual se tomó en cuenta los resultados obtenidos en la pregunta N° 3 que muestra la cantidad de personas que si estarían dispuestos a consumir el producto, de igual manera se consideró la pregunta N° 4 que nos determina la frecuencia de consumo.

Tabla 23

#### *Determinación de la Demanda*

<b>Población de Ibarra a investigar</b>				<b>15.257</b>
% Aceptación del mercado	87.70%			
<b>Subtotal</b>				<b>13.380</b>
<b>Frecuencia de Consumo</b>	<b>%</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
Semanal	54%	7.252	54	391.611
Quincenal	35%	4.723	24	113.357
Mensual	11%	1.405	12	16.859
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>521.827</b>

---

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

### **Oferta**

Para la determinación de la oferta, se realizó una investigación de campo dirigido a las heladerías que ofrecen un producto similar y heladerías que venden productos sustitutos, se consideró la cantidad de ventas semanales para poderlas proyectar mensual y anualmente.

### Productos Similares

Tabla 24

*Oferta productos similares*

<b>Heladería</b>	<b>Venta Semanal</b>	<b>Venta Mensual</b>
Thai Roll Ibarra	190	760
Creperia La Clásica	220	880
Victoria Heladería/ Cafetería	200	800
Rollitos Ice-Cream	130	520
<b>TOTAL</b>		<b>2.960</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>35.520</b>

Elaborado por: Bryan Cadena  
Año: 2019

### Productos Sustitutos

Tabla 25

*Oferta productos sustitutos*

<b>Heladería</b>	<b>Venta Semanal</b>	<b>Venta Mensual</b>
<b>Los Alpes</b>	450	1800
<b>La Esquina</b>	525	2100
<b>La Bermejita</b>	550	2200
<b>Rosalía Suarez</b>	625	2500
<b>Don Lucho</b>	500	2000
<b>Bolívar</b>	200	800
<b>Frutimix</b>	450	1800
<b>Helado de Crema ODI</b>	375	1500
<b>TOTAL</b>	<b>3.525</b>	<b>14.700</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>176.400</b>

Elaborado por: Bryan Cadena  
Año: 2019

## Total Oferta

Tabla 26

### *Determinación Oferta*

<b>Oferta</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Oferta Similar</b>	35.520
<b>Oferta Sustituto</b>	176.400
<b>TOTAL</b>	<b>211.920</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena  
**Año:** 2019

## **Demanda Insatisfecha**

Para determinar la demanda insatisfecha es necesario considerar datos de la demanda y oferta previamente proyectados, posteriormente se considerará un porcentaje de capacidad al cual el proyecto está diseñado.

Tabla 27

### *Determinación de la Demanda Insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
Año 0	521.827	211.920	309.907

**Elaborado por:** Bryan Cadena  
**Año:** 2019

## **Estrategias de comercialización**

### **Precio**

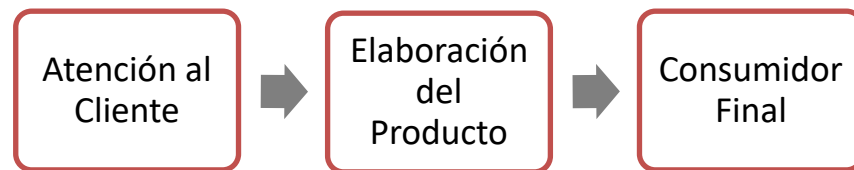
El precio del helado se determinará tomando en cuenta los precios de la competencia con productos similares (Thai Rolls, Creperia la Clásica, Victoria Heladeria, Rollitos Ice-Cream) y el

costo unitario, con la finalidad de tener una sustentabilidad financiera que permita cubrir la inversión del proyecto.

- Fijación de precios en base al análisis de la competencia y de los costos unitarios de cada plato.
- Ubicar los precios de los productos en las vallas publicitarias internas y externas, así como también las promociones que se llevaran a cabo.

### **Plaza**

El producto se comercializará mediante un local que estará ubicado en el sector de los ceibos debido a la gran afluencia de personas y a la inexistencia de una heladería. Se elaborarán los helados de manera instantánea cuando el consumidor desee adquirir el producto y lo pueda hacer en el propio local.



*Ilustración 6 Distribución del Producto*  
**Elaborado por:** Bryan Cadena

Además de contar con las siguientes políticas del local:

- Atención en los horarios establecidos sin interrupciones
- Mantener los espacios físicos, mobiliario en forma ordenada, limpia, iluminación adecuada.
- Cumplir con las entregas del producto solicitadas por sus clientes de forma rápida y eficaz.

## **Promoción**

Se ha considerado formular una serie de promociones donde podamos interactuar con nuestros clientes:

- Mediante el uso de una fan page en Facebook, todas las personas que compartir una determinada imagen de nuestra red social, obtendrá un descuento del 10% en su próxima compra.
- Promociones con descuentos en el producto, en los días festivos en todo el año

## **Producto**

El producto se elaborará al instante, por lo cual ofreceré una frescura en sus ingredientes, además los clientes podrán añadir cualquier producto adicional para la mezcla de su helado, los ingredientes pueden ser:

- Frutas
- Chocolates
- Galletas

De igual manera en días festivos como (San Valentín, Halloween, navidad y más) se realizarán diseños acordes a la ocasión

## **Conclusiones del estudio.**

Después de realizar el estudio de mercado se llegó a las siguientes conclusiones.

1. El helado cuenta con características únicas en el mercado, lo cual le convierte en un producto llamativo para su consumo.
2. Existe una gran demanda insatisfecha del producto en la ciudad de Ibarra.
3. En el mercado hay una gran oferta de productos sustitutos, sin embargo, la oferta de un producto similar es muy baja actualmente.
4. Mediante el estudio de mercado y un análisis de costos de producción se puede establecer el producto a un precio de \$3.50
5. La venta del producto será directa, mediante un local que se ubicara en Los Ceibos, además contara con varias promociones y publicidad mediante las redes sociales las cuales nos ayudaran a incentivar el consumo por parte de nuestros clientes

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Presentación**

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. Luego de haber establecido mediante el estudio de mercado la existencia de demanda insatisfecha, es importante saber cómo hacerlo, con el fin de especificar dónde, cuándo, cuánto, cómo y con que ofrecer el producto, buscando dar un producto de buena calidad.

#### **4.2 Objetivos**

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

Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización, tamaño e inversiones necesarias para la ejecución del proyecto.

##### **4.2.2 Objetivos Específicos**

- Establecer un lugar idóneo para la ejecución del proyecto.
- Definir el tamaño del proyecto.
- Establecer un diseño adecuado para la elaboración del producto.
- Elaborar el proceso productivo del helado.
- Establecer la inversión necesaria para la ejecución del proyecto.

#### **4.3 Localización óptima del proyecto**

Para determinar la localización del proyecto hemos realizado un análisis cualitativo y cuantitativo de la macro y micro localización, con el propósito de encontrar la ubicación estratégica más adecuada, la misma que permita cubrir todas las exigencias o requerimientos del proyecto,



minimizar los costos y gastos operacionales, obtener la mayor rentabilidad posible sobre la inversión que se pretende realizar y obtener la mayor cercanía al mercado para desarrollar adecuadamente las actividades de producción, comercialización y venta de los productos.

### 4.3.1 Macrolocalización

Debemos considerar el área donde se va a desarrollar el proyecto, tomando en cuenta factores como: el mercado, la disponibilidad de materia primas, disponibilidad de mano de obra, infraestructura física y disponibilidad de servicios básicos, cada uno de los cuales permitan que la planta funcione adecuadamente. El proyecto estará ubicado en el Ecuador, provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra.



Ilustración 7. Macrolocalización  
**Elaborado por:** Bryan Cadena  
**Fuente:** Sites Google

### 4.3.2 Microlocalización

Su finalidad es elegir el lugar idóneo para establecer el proyecto, se han considerado factores como: disponibilidad de talento humano, acceso a servicios básicos, costo de transporte e insumos, ubicación. La microlocalización de la planta se establecerá en la ciudadela de Los Ceibos en la Av. el Retorno.



Ilustración 8. Microlocalización

Fuente: Google Maps 2018

### 4.3.3 Localización del proyecto

Para determinar la localización del proyecto se utilizó un método cualitativo por puntos, la metodología aplicada fue la siguiente: Consistió en asignar factores cuantitativos a los indicadores ocasionales más relevantes considerados para el efecto. Esto derivó en una comparación cuantitativa de los tres sitios posibles donde se localizará el proyecto.

- **Ubicación**

Es importante determinar una ubicación que cuente con una gran afluencia de personas para que puedan adquirir el producto de manera más rápida y cómoda.

- **Valor de Arriendo.**

Para determinar nuestro capital de trabajo es hay que buscar un local de arriendo con el cual podemos sentirnos cómodos tanto en la distribución de este como el costo de arriendo.

- **Infraestructura y espacio físico**

La distribución del local tiene que cubrir con las necesidades para el proceso de producción de nuestro producto, como con el almacenaje de la materia prima.

**Opciones:**

**Opción A:** Av. Retorno y Rio Ambi, Los Ceibos; este local dispone de todos los servicios básicos, tiene una capacidad para 15 personas aproximadamente, su valor de arriendo es de \$350 mensuales

**Opción B:** Av. Retorno y Rio Ambi, Los Ceibos; este local al igual que la opción anterior cuanta con todos los servicios básicos, tiene una capacidad para 10 aproximadamente y su valor de arriendo es de 200 dólares mensuales

**Opción C:** Av. Retorno y Rio Blanco, Los Ceibos; este local de arriendo al igual que las anteriores opciones dispone de todos los servicios básicos tiene una capacidad muy amplia, sin embargo, el local actualmente se encuentra ocupado, pero se lo considera por la buena ubicación, su valor de arriendo es de 500 dólares mensuales

Tabla 28

Análisis método cuantitativo por puntos

FACTOR	OPCIÓN A	OPCIÓN B	OPCIÓN C
Ubicación	4	4	4
Valor Arriendo	2	4	1
Infraestructura	3	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Luego de haber realizado un análisis cuantitativo con una escala de 1 a 5 puntos siendo 5 la opción óptima y 1 la opción pésima, podemos concluir que el lugar más adecuado para establecer nuestro proyecto es la **opción B**, que se encuentra ubicado en la Av. El Retorno y Río Ambi.

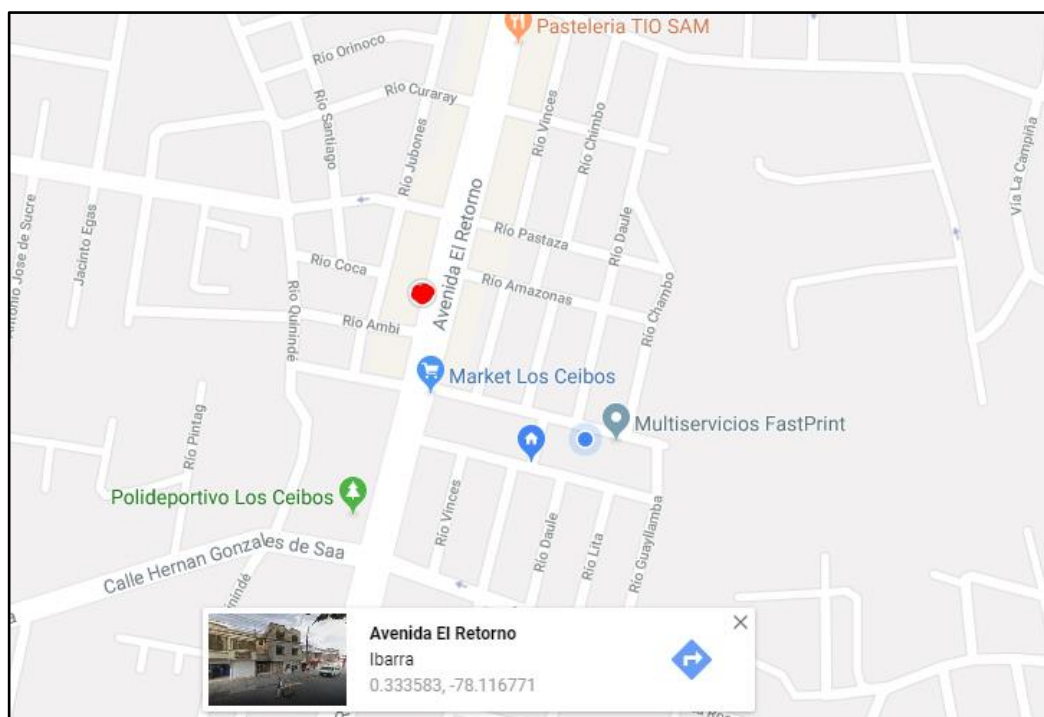


Ilustración 9 Localización del proyecto

Fuente: Google Maps

#### **4.4 Tamaño del Proyecto.**

Para determinar el tamaño del proyecto de helados en rollo “Ice Cream Rolls” se realizará un análisis de los factores determinantes que necesarios para cubrir la cantidad de demanda en un periodo de tiempo, considerando el monto de la inversión y costos que se puedan generar

##### **4.4.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto**

- **Demanda**

La demanda tiene una gran importancia para determinar el tamaño del proyecto, en el capítulo anterior al analizar la demanda y oferta que actualmente encontramos en el mercado, se puede determinar que existe una gran demanda insatisfecha para el consumo de nuestro producto.

- **Disponibilidad de recursos financieros.**

Para que el proyecto se ejecute será necesario realizar un crédito, por lo que se estimara toda la inversión necesaria para su correcto desenvolvimiento, de esta manera los recursos financieros no limitarían la producción del producto.

- **Materia prima e insumos**

La ciudad cuenta con diversos mercados y supermercados donde podemos adquirir la materia prima necesaria, por lo cual no existirá ningún inconveniente a la hora de adquirir los insumos necesarios para la elaboración del producto.

- **Disponibilidad de infraestructura.**

La infraestructura con la que se contara está limitada a 15m<sup>2</sup>, de los cuales 4m<sup>2</sup> están considerados para el área de producción, 7m<sup>2</sup> para el área de atención y venta, para la bodega y baño se considera 4m<sup>2</sup>, la infraestructura es un factor muy limitante.

- **Disponibilidad de tecnología y equipos.**

Para la elaboración de nuestro producto, el proyecto deberá contar con los siguientes equipos de trabajo.

*Tabla 29*

*Tecnología y equipos para el proyecto*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
1	Balanza Digital
1	Mesa
1	Máquina Helado
1	Chocolatera
1	Espátula
1	Refrigerador

**Elaborado por:** Bryan Cadena

#### **4.5 Capacidad instalada**

Para determinar la capacidad del proyecto se consideró que el tiempo para elaboración del helado son 5 minutos

<b>Periodo</b>	<b>Unidades</b>
Hora	12
Dia	96
Semana	480
Mes	1920

**Elaborado por:** Bryan Cadena

#### 4.6 Capacidad por utilizar

Para determinar la capacidad a utilizar se realizó un promedio entre Creperia la clásica que vende 880 helados mensuales y Rollitos Ice cream que vende 520, para de esa manera poder determinar un aproximado de ventas

*Tabla 30*

*Promedio Ventas de Competencia*

<b>Heladería</b>	<b>Venta Semanal</b>	<b>Venta Mensual</b>
Creperia La Clásica	220	880
Rollitos Ice-Cream	130	520
<b>TOTAL</b>		<b>1.400</b>
<b>Promedio</b>		<b>700</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

Obtenemos un promedio de **700 unidades** el cual representa un 36% de nuestra capacidad instalada.

*Tabla 31*

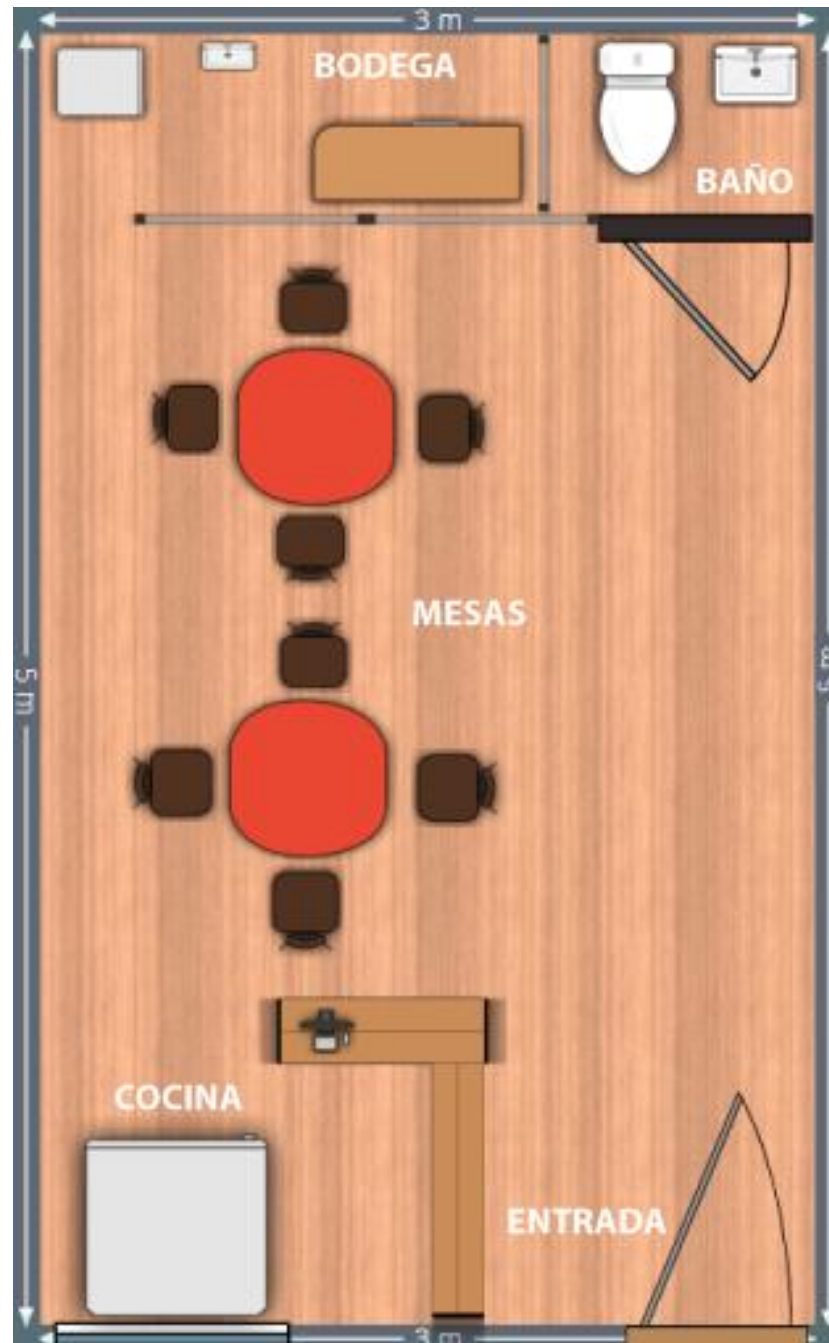
*Capacidad por utilizar*

<b>Periodo</b>	<b>Unidades</b>
Capacidad Instalada	1920
% de capacidad a utilizar	36%
<b>TOTAL</b>	<b>700</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

#### 4.7 Distribución de la planta

Para la distribución de la planta se han considerado las dimensiones del local del arriendo el cual tiene 15m<sup>2</sup>, se dispondrá de un área de atención y venta, producción, bodega, baño.

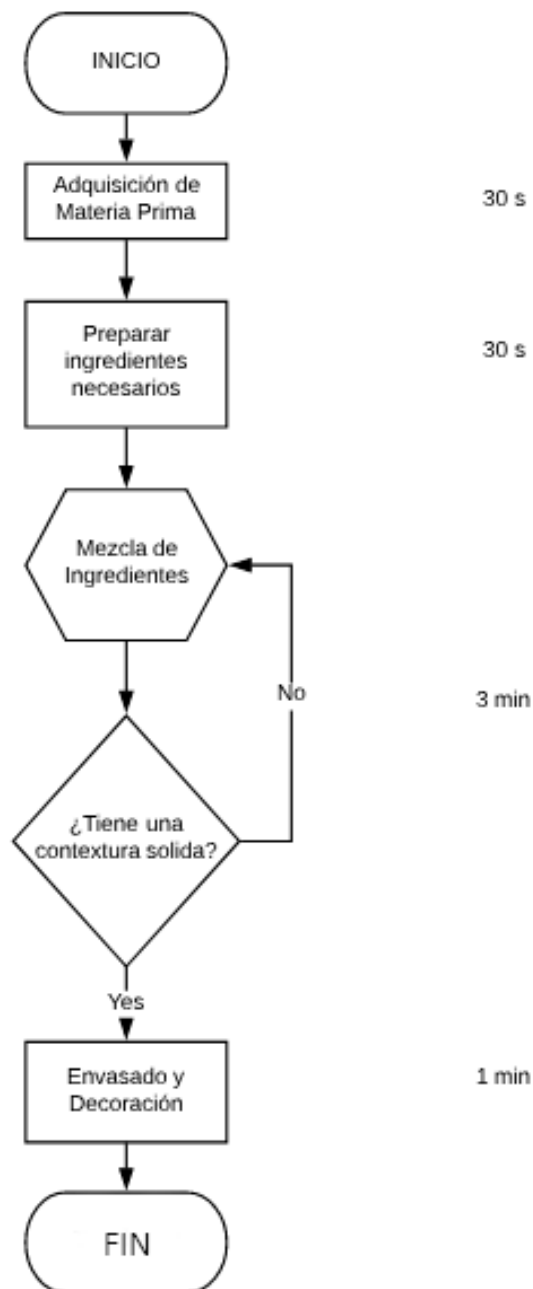


*Ilustración 10 Distribución de planta  
Elaborado por: Bryan Cadena*



#### 4.8 Flujo de procesos.

Con el fin de ilustrar el proceso para la elaboración de los helados se realizará un diagrama



*Ilustración 11 Flujo de Procesos*  
Elaborado por: Bryan Cadena

#### 4.9 Inversiones Fijas

Para la elaboración y comercialización de los helados en rollo “ice cream rolls”, es necesario realizar inversiones en la decoración del local, así como en la adquisición de maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento del emprendimiento.

##### a) Maquinaria y equipo

Considerando los requerimientos necesarios para el funcionamiento del emprendimiento, de acuerdo con el siguiente detalle que se cotizo en [marcadolibre.com](http://marcadolibre.com).

Tabla 32

##### *Equipos y materiales*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Máquina Helado	1	\$1600	\$1600
Mesa de trabajo	1	\$200	\$200
Balanza Digital	1	\$25	\$25
Refrigerador	1	\$150	\$150
Chocolatera	1	\$20	\$25
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.000</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Mercado Libre

### **b. Equipos de computo**

Se ha considerado contar con un computador el cual nos permitirá llevar un control adecuado del área administrativa y de igual manera generar las facturas electrónicas.

Tabla 33

#### *Equipos de Computo*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computador	1	\$500	\$500
<b>TOTAL</b>			<b>\$500</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Mercado Libre

### **c. Muebles y enseres**

Los muebles y enseres de oficina necesarios para la operatividad del proyecto, como con la decoración para el servicio al cliente.

Tabla 34

#### *Muebles y Enseres*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Juego Comedor 4 personas	2	\$150	\$300
Cuadros de decoración	1	\$195	\$195
<b>TOTAL</b>			<b>\$495</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Mercado Libre

#### d. Resumen de Inversiones Fijas

Tabla 35

##### *Resumen de Inversiones Fijas*

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Equipos y materiales	\$2.000
Equipos de computo	\$500
Muebles y enseres	\$495
<b>Total</b>	<b>\$2.995</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

#### 4.10 Inversiones corrientes.

##### 4.10.1 Costos directos de fabricación

###### a) *Materia prima directa*

Tabla 36

##### *Materia prima directa*

<b>Concepto</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad Necesaria</b>	<b>Valor</b>	
			<b>1 helado</b>	<b>700 helados</b>
Fruta (fresa, mora)	onzas	4	\$0.19	\$133
Chema de leche	ml	60	\$0.21	\$147
Leche condensada	gramos	80	\$0.44	\$308
Leche entera	ml	31	\$0.02	\$14
Vainilla	ml	12	\$0.10	\$70
<b>Total</b>			<b>\$0.96</b>	<b>\$672</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Super Mercado Santa Maria, Mercado Amazonas

b) *Mano de obra directa.*

Estos son los sueldos y salarios con sus respectivos beneficios de ley, según el Código de Trabajo Ecuatoriano.

Tabla 37

*Sueldo y Salarios*

<b>Cargo</b>	<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>
<b>Cocinero</b>	Sueldo	\$394
	Décimo Tercero	\$32,83
	Décimo Cuarto	\$32,83
	Aporte Patronal	\$43,93
	<b>Total</b>	<b>\$504</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

#### 4.10.2 Costos Indirectos de fabricación

a) *Materia Prima Indirecta.*

Tabla 38

*Materia Prima Indirecta*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>		<b>Valor mensual</b>	
		<b>1 helado</b>	<b>700 helados</b>		
Tarrina 12oz	1	\$0.08		\$56	
Cucharas	1	\$0.05		\$35	
Servilletas	1	\$0.005		\$3,50	
<b>TOTAL</b>		<b>\$0,135</b>		<b>\$94,50</b>	

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: dreampack, la minga, santamaria

b) *Mano de obra indirecta*

Tabla 39

*Mano de obra indirecta*

<b>Cargo</b>	<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>
	Sueldo	\$394
	Décimo Tercero	\$32,83
<b>Mesero</b>	Décimo Cuarto	\$32,83
	Aporte Patronal	\$43,93
	<b>Subtotal</b>	<b>\$504</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

c) *Servicios Básicos.*

Para determinar los costos de los servicios básicos se realizó tomando como referencia al consumo de la competencia.

Tabla 40

*Servicios Básicos*

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>
Consumo de Energía	\$25
Consumo de Agua	\$10
<b>TOTAL</b>	<b>\$35</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** emelnorte, emapa,

### 4.10.3 Gastos Administrativos

#### a) Internet

Para determinar los costos de los servicios básicos se realizó tomando como referencia al consumo de la competencia.

Tabla 41

#### *Servicios Básicos*

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>
Internet	\$18
<b>TOTAL</b>	<b>\$18</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** cnt

#### b) Arriendo

Como anteriormente resaltamos nuestra mejor opción de arriendo tiene un arriendo que detallamos a continuación.

Tabla 42

#### *Arriendo*

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>
Arriendo	\$200
<b>TOTAL</b>	<b>\$200</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Propietario del local.

*c) Publicidad*

La publicidad se manejará mediante la red social de Facebook, el cual ofrece una libertad al momento de emprender campañas publicitarias, dejando todo a nuestra consideración la cual será destinar \$10 en campañas mensuales.

Tabla 43

*Gastos Publicidad*

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>
Publicidad en Facebook	\$10
<b>TOTAL</b>	<b>\$10</b>

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Fuente:** Facebook para negocios.



#### 4.10.4 Capital de trabajo

El capital de trabajo a diferencia de las inversiones en activo fijo y diferido permitirá iniciar los procesos de producción hasta lograr obtener los primeros ingresos por ventas de los productos.

Tabla 44

##### *Capital de Trabajo*

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Total</b>
<b>Costos de producción</b>		<b>\$1.809</b>
Materia prima	\$672	
Mano de obra directa	\$504	
Costos indirectos de fabricación	\$633	
<b>Gastos administrativos</b>		<b>\$228</b>
Internet	\$18	
Arriendo	\$200	
Publicidad	\$10	
<b>TOTAL</b>		<b>\$2.037</b>
<b>Capital de trabajo 3 meses</b>		<b>\$6.110</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

#### 4.11 Gastos de constitución

Se estima para estos gastos para la puesta en marcha incluida certificaciones, permisos, patentes, entre otros; que son necesarios para la constitución del proyecto.

Tabla 45

##### *Gastos de Organización*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Registro de marca	\$224
Permiso de bomberos	\$5
<b>TOTAL</b>	<b>\$229</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

Fuente: Sri, bomberos Ibarra, municipio.

#### 4.12 Inversión inicial

Una vez que se han analizado todos los factores que intervienen para la puesta en marcha del proyecto, se puede determinar que se necesitan \$7.842 para su correcto funcionamiento.

Tabla 46

##### *Inversión Inicial*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Activos fijos	\$ 2.995
Capital de trabajo	\$ 6.110
Gastos de constitución	\$ 229
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.334</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

#### 4.13 Financiamiento del proyecto.

Para que el proyecto se ejecute se necesita un valor de \$9.272,66 el cual será financiado con recursos propios.

*Tabla 47*

*Financiamiento del proyecto*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Financiamiento Propio	\$ 9.334	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.334</b>	

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1 Presentación**

La finalidad de este capítulo es ordenar la información recopilada en los capítulos anteriores, estructurando los ingresos, egresos, estados financieros, para realizar una evaluación financiera que permita decretar la factibilidad financiera del proyecto.

#### **5.2 Objetivos**

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

Realizar un estudio económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto a través de herramientas financieras.

##### **Objetivos específicos.**

- Determinar el presupuesto de ingresos y costos, estimado a 12 meses.
- Realizar los estados financieros.
- Calcular el Punto de equilibrio.
- Determinar el presupuesto de caja.

### 5.3 Ingresos proyectados.

La proyección de ingresos se realizó mediante la multiplicación del precio de venta \$3.50 por la cantidad de ventas estimadas en un periodo semanal, mensual y anual.

Tabla 48

#### *Proyección ventas*

<b>Periodo</b>	<b>Al mes</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Cantidad	700	8400	8570	8743	8919	9100
P.V.P	\$3.50	\$3.50	\$3.51	\$3.52	\$3.52	\$3.53
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.450</b>	<b>\$29.400</b>	<b>\$30.063</b>	<b>\$30.741</b>	<b>\$31.434</b>	<b>\$32.142</b>

Fuente: [Tabla 18](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

### 5.4 Costos y gastos.

Se presupuestan todos los costos y gastos del proyecto como son materia prima, mano de obra, gastos fabricación, gastos administrativos, gastos de venta que son necesarios para obtener los productos terminados listos para ser comercializados.

#### 5.4.1 Costos directos de producción

##### *a) Mano de obra directa*

Para la mano de obra directa se ha considera contratar de un cocinero quien se encargará de elaborar los helados.

Tabla 49

#### *Proyección mano de obra directa*

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Cocinero	\$394	\$32,83	\$32,83	\$43,93	\$503,60	<b>\$6.043</b>

Fuente: [Tabla 23](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

b) *Materia prima directa.*

Para determinar el costo de la materia prima se realizó una investigación con quienes serán nuestros proveedores y se determinó que el costo de elaboración de un helado es de \$0,96. Para proyectar la materia prima consideramos 700 unidades semanales y 8.400 anuales, dicha información se determinó con la capacidad del proyecto.

Tabla 50

*Proyección materia prima*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Mensual 700 u.</b>	<b>Valor Anual 8.400 u.</b>
Fruta (fresa, mora)	onzas	4	\$133	\$1.596
Chema de leche	ml	60	\$147	\$1.764
Leche condensada	gramos	80	\$308	\$3.696
Leche entera	ml	31	\$14	\$ 210
Vainilla	ml	12	\$70	\$ 840
<b>Total</b>			<b>\$672</b>	<b>\$8.064</b>

Fuente: [tabla 18](#), [tabla 22](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

#### **5.4.2 Costos indirectos de producción**

a) *Mano de obra indirecta*

Tabla 51

*Proyección mano de obra indirecta*

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Mesero	\$394	\$32,83	\$32,83	\$43,93	\$503,60	<b>\$6.043</b>

Fuente: [tabla 25](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

b) *Materia prima indirecta.*

Tabla 52

*Proyección materia prima indirecta*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Mensual 700 u.</b>	<b>Valor Anual 8.400 u.</b>
Fruta (fresa, mora)	1	\$0.08	\$ 56	\$ 672
Chema de leche	1	\$0.05	\$ 35	\$ 420
Leche condensada	1	\$0.005	\$ 3,50	\$ 42
<b>Total</b>		<b>\$0.135</b>	<b>\$94.50</b>	<b>\$1.134</b>

Fuente: [tabla 24](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

c) *Servicios básicos*

Tabla 53

*Proyección servicios básicos*

<b>CIF</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Consumo energía eléctrica	\$25	<b>\$300</b>
Consumo agua potable	\$10	<b>\$120</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$35</b>	<b>\$420</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

### 5.4.3 Resumen costos de producción

Tabla 54

#### *Resumen costos de producción*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Costos Directos		<b>\$ 14.107</b>
Mano de obra directa	\$6.043	
Materia prima directa	\$8.064	
Costos indirectos de fabricación		<b>\$7.597</b>
Mano de obra indirecta	\$6.043	
Materia prima indirecta	\$1.134	
Servicios básicos	\$420	
<b>TOTAL</b>		<b>\$21.704</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

### 5.5 Gastos administrativos

En este ítem se realizará una proyección anual de todos los gastos administrativos que intervengan para el correcto funcionamiento del proyecto.

#### **Internet**

Tabla 55

#### *Proyección gastos internet*

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Internet CNT	\$18	\$216
<b>TOTAL</b>	<b>\$18</b>	<b>\$216</b>

Fuente: [tabla 27](#)

Elaborado por: Bryan Cadena



## Arriendo

Tabla 56

*Proyección arriendo*

Concepto	Mensual	Anual
Arriendo	\$200	\$2.400
<b>TOTAL</b>	<b>\$200</b>	<b>\$2.400</b>

Fuente: [tabla 28](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

## Publicidad

Tabla 57

*Proyección publicidad*

Concepto	Mensual	Anual
Publicidad en Facebook	\$10	\$120
<b>TOTAL</b>	<b>\$10</b>	<b>\$120</b>

Fuente: [tabla 29](#)

Elaborado por: Bryan Cadena

## Resumen gastos administrativos

Tabla 58

*Resumen gastos administrativos*

Descripción	Total
Internet	216
Arriendo	2400
Publicidad	120
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.736</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

## 5.6 Gastos depreciaciones

Tabla 59

### *Gastos depreciables*

<b>Activo</b>	<b>Valor</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Total</b>
Equipos de computo	\$500	<b>33%</b>	\$165
Muebles y enseres	\$495	<b>10%</b>	\$49,50
Maquinaria y equipo	\$2.000	<b>10%</b>	\$200
<b>TOTAL</b>			<b>\$415</b>

Fuente: [tabla 21](#), sri.

Elaborado por: Bryan Cadena

## 5.7 Estados Financieros.

### 5.7.1 Estado de situación inicial

Tabla 60

*Estado de situación inicial*

“Rollies”  
Estado de situación inicial  
Al año 0

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
<b>Activo corriente</b>	<b>\$6.110</b>	<b>Pasivos Corrientes</b>	
Capital de trabajo	\$6.110	Préstamo	\$0,00
<b>Activos fijos</b>	<b>\$2.995</b>	<b>Total pasivos</b>	<b>\$0,00</b>
Maquinaria y equipo	\$2.000	<b>Patrimonio</b>	
Equipo de computo	\$500	Inversión propia	\$9.334
Muebles y enseres	\$495		
<b>Activo diferido</b>	<b>\$229</b>		
Gasto constitución	\$229		
<b>Total activos</b>	<b>\$9.334</b>	<b>Total pasivos + patrimonio</b>	<b>\$9.334</b>

Elaborado por: Bryan Cadena

## 5.7.2 Estado de resultados

Tabla 61

*Estados de resultados*

### “Rollies” Estado de resultados

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Ventas netas</b>	<b>\$29.400</b>	<b>\$30.063</b>	<b>\$30.741</b>
<b>(-) Costo de producción</b>	<b>\$21.704</b>	<b>\$21.754</b>	<b>\$21.804</b>
Costos Directos	\$14.107	\$14.140	\$14.72
Costos Indirectos	\$7.597	\$7.615	\$7.632
<b>(-) Gastos Operacionales</b>	<b>\$3.380</b>	<b>\$3.157</b>	<b>\$3.163</b>
Gastos administrativos	\$2.736	\$2.742	\$2.749
Gastos depreciación	\$415	\$415	\$415
Gastos de constitución	\$229		
<b>(=) Util antes de part. Trab</b>	<b>\$4.316</b>	<b>\$5.512</b>	<b>\$5.773</b>
<b>(-) 15% participación     trabajadores</b>	<b>\$647</b>	<b>\$649</b>	<b>\$650</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$3.699</b>	<b>\$4.503</b>	<b>\$5.123</b>

Elaborado por: Bryan Cadena, 2019

## 5.8 Punto de equilibrio

Tabla 62

### *Punto de equilibrio*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>\$15.237</b>
Mano de obra directa	\$6.043
Mano de obra indirecta	\$6.043
G. Administrativos	\$2.736
Depreciación	\$415
<b>Costos Variables</b>	<b>\$9.618</b>
Materia prima directa	\$8.064
Materia prima indirecta	\$1.134
Servicios básicos	\$420

Elaborado por: Bryan Cadena,2019

### a) Punto de equilibrio en dólares.

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PE\$ = \frac{15.237}{1 - \frac{9.618}{29.400}}$$

$$PE\$ = 22.645$$

### Donde:

PE\$: Punto de equilibrio en dólares

CF: Costo Fijo

CV: Costo Variable

b) Punto de equilibrio en cantidades

$$PEQ = \frac{CF}{PVP - CVU}$$

$$PEQ = \frac{15.237}{3,50 - 1,15}$$

$$PEQ = 6.470$$

Donde:

PEQ: Punto de equilibrio en unidades

CF: Costo fijo

CVU: Costo variable unitario

PVP: Precio de venta al publico

c) Grafico del punto de equilibrio.

PEQ: 6470

PES: 22.645

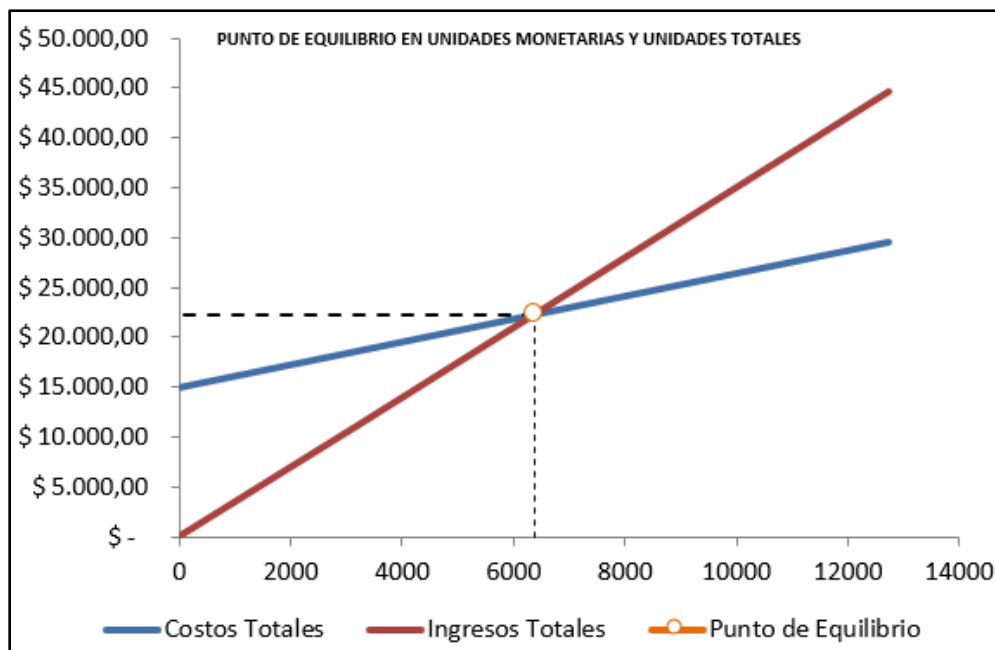


Ilustración 12. Punto de equilibrio  
Elaborado por: Bryan Cadena, 2018

## 5.9 Análisis

El punto de equilibrio obtenido para el periodo de un año es de **6.470** helados a vender a un precio de 3,50 generando un ingreso de **\$22.645**. Esto nos representa a un promedio de 539 helados mensuales, este es el punto donde se establece que la microempresa no tendrá pérdidas ni utilidad, por lo cual se proyectan unas ventas semanales de:

Tabla 63

### *Proyección de ventas*

<b>Dia</b>	<b>Simulación de Vta. P.E.</b>	<b>Ventas</b>	<b>Ventas Óptimas</b>
Martes	10	12	13
Miércoles	10	12	13
Jueves	12	15	18
Viernes	25	31	36
Sábado	30	36	41
Domingo	48	51	54
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>157</b>	<b>175</b>

---

**Elaborado por:** Bryan Cadena

**Año:** 2019

Una vez realizado un pronóstico de ventas, se puede determinar que la heladería tiene la capacidad necesaria para los 135 helados semanales aproximadamente el cual representan **540** helados mensuales. Estableciendo las ventas en el punto de equilibrio calculado, también es importante señalar que los meses de mayor demanda como son junio, julio, agosto. Las proyecciones de ventas aumentaran ya que son meses donde las condiciones climáticas son idóneas para el consumo del producto y comprenden fechas de vacaciones.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1 Presentación**

El presente capítulo tiene como finalidad establecer la estructura organizacional de la microempresa, identificando todos sus componentes administrativos para su funcionamiento.

#### **6.2 Objetivos**

##### **Objetivo general**

Desarrollar una propuesta para la estructura organizacional que contenga misión, visión, organigrama estructural y funciones para garantizar el correcto desempeño del proyecto.

##### **Objetivos específicos**

- Determinar el nombre y su razón social.
- Establecer misión, visión, valores, principios y políticas organizacionales.
- Diseñar el logotipo que identifique la marca y el producto a comercializar
- Determinar la estructura organizacional del local con sus funciones principales.
- Identificar los aspectos legales que rigen el establecimiento.



### **6.3 Nombre y razón social**

El nombre de la microempresa será “Rollis Ice Cream” y se dedicará a la elaboración y comercialización de helados en rollo “ice cream rolls”. Rollis tiene una gran similitud con la palabra rollos que es la principal característica de nuestro producto; y la complementa ice cream que en español significa helado.

### **6.4 Slogan**

La microempresa tendrá como slogan “Enrollando sabores” que representa la principal característica del producto, que es la mezcla de frutas con una base de helados y finalmente dando la forma de rollos.

### **6.5 Logotipo**

El logotipo de la microempresa está constituido de forma minimalista e incluye colores claros que transmiten frescura para los consumidores.



*Ilustración 13. Logotipo*  
Elaborado por: Bryan Cadena

## 6.6 Misión

Rollis es una microempresa que se dedica a producir y comercializar helados dentro de los estándares de calidad, logrando satisfacer las expectativas de nuestros clientes y colaboradores, con un equipo de trabajo motivado y orientado a brindar un buen servicio.

## 6.7 Visión

Rollis tiene como visión para el año 2023 ser la heladería preferida de los ciudadanos y ser reconocida a nivel nacional, mediante la elaboración y comercialización de helados con excelente calidad, precios justos y un servicio que logre satisfacer a todos nuestros clientes.

## 6.8 Objetivos.

- Fidelizar clientes.
- Posicionarse en el mercado.
- Expandir nuestro negocio en el mercado.
- Ampliar continuamente nuestros productos.
- Mantener altos niveles de Calidad.

## 6.9 Valores estratégicos

- **Compromiso:** Desenvolverse con responsabilidad en todas las situaciones.
- **Liderazgo:** Orientar al equipo de trabajo y lograr que busquen objetivos comunes.
- **Respeto:** Actuar y aceptar con mente abierta sobre las diversas opiniones, creencias, culturas y formas de ser de las personas, como también actuar con respeto hacia el medio ambiente y todo lo referente a la empresa.
- **Solidaridad:** Equilibrar intereses personales con los demás y buscar el bien común evitando el individualismo.

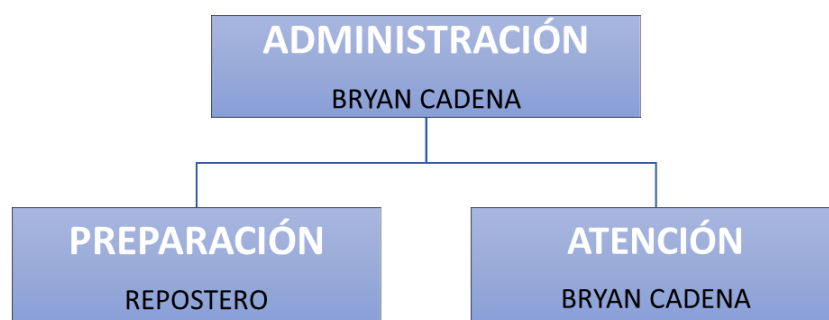
## 6.10 Políticas

- Los insumos deberán mantenerse en un lugar limpio y fresco para conservarlos en buen estado y así evitar su descomposición.
- Quienes intervienen en el proceso productivo contarán con una presentación adecuada y el uso de los respectivos uniformes.
- Se llevará un cuidadoso proceso de limpieza del área donde se elaborará el producto, revisando además que todo se encuentre ordenado.
- El cobro por el producto será en efectivo, recibiendo el dinero en el momento en que se entrega.
- La atención al cliente siempre debe ser cordial y respetuosa, estableciendo una buena comunicación.

## 6.11 Organigrama estructural.

La principal función del organigrama estructural es representar de forma gráfica los niveles de autoridad, jerarquía y comunicación interna entre las áreas que la conforman, con el fin de que se pueda comercializar los productos

La estructura organizacional de la heladería “Rollis” cuenta con **2 personas** y se distribuye de la siguiente manera:



*Ilustración 14 Organigrama estructural*  
Elaborado por: Bryan Cadena

## **6.12 Estructura funcional**

### **a) Nivel ejecutivo**

Contempla el cargo del administrador propietario de la empresa, quien es el encargado de supervisar las áreas de producción y ventas, es la persona que lidera al grupo, toma decisiones encaminadas al cumplimiento de los objetivos, además es el representante legal de la empresa y da cumplimiento con lo que establece la ley.

### **b) Nivel operativo**

En este nivel se encuentran los operarios tanto el cocinero quien se encarga de la producción y decoración de los helados, así como un vendedor quien se encarga de la entrega del producto como de cobrar por el mismo.

## 6.13 Manual de funciones

---



---

### IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

**Nombre del cargo:** Administrador

**Área:** Administrativa

**Nivel:** Ejecutivo

**Supervisa a:** Todo el personal que labora en la empresa.

---

**Perfil Profesional:**

- Título en Administración o Contabilidad o carreras afines.
- Disponibilidad de tiempo

**Funciones:**

- Representar reglamentariamente a la empresa
- Planificar metas de corto y largo plazo, que sean reales de conseguir.
- Organizar a la empresa de tal forma que optimice tiempo y recursos.
- Monitorear al personal que labora en la empresa y hacer que cumpla con sus funciones asignadas.
- Vigilar las entradas y salidas de dinero.
- Elaborar y presentar los estados financieros.

**Competencias:**

- Liderazgo y trabajo en equipo
  - Responsabilidad
  - Creatividad
-



---

## IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

**Nombre del cargo:** Repostero

**Área:** Preparación

**Nivel:** Operativo

**Reporta a:** Administrativo

---

**Perfil Profesional:**

- Formación en culinaria.
- Disponibilidad de tiempo

**Funciones:**

- Recibir la materia prima.
- Realizar el proceso de limpieza de la materia prima.
- Elaborar los helados.
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
- Apoyar en las actividades de distribución y ventas.

**Competencias:**

- Trabajo en equipo
  - Responsabilidad
  - Creatividad
  - Trabajo a presión
-



---

## IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

**Nombre del cargo:** Mesero/a

**Área:** Atención al Público

**Nivel:** Operativo

**Reporta a:** Administrativo

---

**Perfil Profesional:**

- Fácil relacionamiento y carisma con clientes.
- Disponibilidad de tiempo

**Funciones:**

- Mantener en adecuado orden la heladería.
- Realizar el proceso de limpieza de las distintas áreas de la heladería.
- Realizar la limpieza de la vajilla utilizada.
- Ubicar en su respectivo lugar la vajilla ya aseada-
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
- Estar presto a las necesidades del cliente.

- **Competencias:**

- Trabajo en equipo
  - Responsabilidad
  - Trabajo a presión
-

## **6.14 Aspectos legales.**

### **6.14.1 Bases legales**

#### **Conformación Jurídica de la Microempresa:**

La organización será conformada como una microempresa unipersonal de hecho y se inscribirá en el registro mercantil, ajustándose en lo prescrito en la ley vigente de propiedad intelectual de derechos sobre marcas, nombres comerciales, logotipos, etc.

#### **Razón Social**

El nombre de la microempresa será: " Rollis Ice Cream "

#### **Objeto Social**

Producción y comercialización de helados en rollos "ice cream rolls"

### **6.14.2 Requisitos de funcionamiento.**

#### **➤ RISE**

Los beneficios de obtener el RISE se basa en pagos mensuales según los ingresos del emprendimiento evitando la declaración de impuestos.

El Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) es una de las facilidades que el Servicio de Rentas Internas ofrece a los pequeños emprendedores a la hora de pagar los impuestos al Estado. Pues cuando se empieza una actividad comercial, por lo general no siempre se lo hace como un negocio grande. Es decir, no se manejan grandes cantidades de dinero ni se dispone de muchos empleados. Y por lo mismo, las obligaciones tributarias tampoco son (o no deberían ser) iguales que las de una gran empresa consolidada. Por fortuna, el RISE ofrece varios beneficios que antes no se tenían para las microempresas. (SRI, sri.gob.ec, 2018).



**Los requisitos para obtener el RISE son:**

- Ser persona natural.
- No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año,
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.
- Cédula de identidad
- Certificado de votación actual
- Y cualquier documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad comercial. Pudiendo ser: planillas de agua, luz o teléfono; contrato de arrendamiento; estados de cuenta de otros servicios; comprobante de pago de impuesto predial; pago de la patente municipal; estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito; etc.

Obtenidos todos los documentos solo se debe acercar a las oficinas del SRI. Y el trámite no tiene ningún costo.

➤ **Permiso Sanitario.**

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – Arcsa, le informa que la actividad HELADERÍA / FUENTE DE SODA, no requiere de un permiso de funcionamiento, de conformidad con la normativa vigente. Sin embargo, la actividad está sujeta a control y vigilancia sanitaria, por lo que agradeceremos su atención cuando nuestros técnicos realicen su inspección de rutina. (ARCSA, 2018) Ver [anexo](#)

**Requisitos:**

- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo.

## **Categorización del ministerio de turismo**

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: Servicio de alimentos y bebidas. (MINTUR, 2018)

### **Requisitos:**

- Registro único de contribuyentes (R.U.C.) / RISE
- Cédula de identidad y papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario **CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).

### **➤ Patente municipal**

Deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente Actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. (GADIBARRA, 2018)

### **Requisitos:**

- Copia del Ruc o RISE actualizado
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.

### **Permiso funcionamiento bomberos**

De acuerdo con el marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con el artículo 350 (BomberosIbarra, 2018)

#### **Requisitos:**

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

## CAPÍTULO VII

### 7 IMPACTOS

Para evaluar los impactos que influirán en la ejecución de la heladería “Rollis” en la ciudad de Ibarra, se realizara una matriz con las respectivas valoraciones para cada indicador.

#### 7.1 Objetivo

Establecer los principales impactos en el ámbito social, ambiental y económico que generara el emprendimiento.

#### 7.2 Escala de medición de impactos

Para un correcto análisis de impactos la valoración para cada indicador a medir se detalla en la siguiente tabla:

*Tabla 64*

*Medición impactos*

<b>PARÁMETRO</b>	<b>NIVEL DE IMPACTO</b>
3	Alto positivamente.
2	Medio positivamente
1	Bajo positivamente.
0	No hay impacto
-1	Bajo negativamente.
-2	Medio negativamente.
-3	Alto negativamente.

Elaborado por: Bryan Cadena

## 7.3 Evaluación de impactos

### 7.3.1 Impacto Económico

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Dinamización de la economía						X		2
Aportación al PIB cantonal						X		2
Generación de empleo						X		2
TOTAL								6

---

Elaborado por: Bryan Cadena  
Año: 2019

$$\text{Nivel IE} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Nivel IE} = 2$$

**Nivel de impacto económico = 2 medio positivo**

#### Análisis

La implementación de un local de elaboración y comercialización de helados en la ciudad de Ibarra tendría un impacto económico favorable debido a que generaría más fuentes de empleo tanto al personal que labore en el local como a los proveedores de la materia prima principal generando una entrada extra para los moradores y dinamizando la economía.

### 7.3.2 Impacto Social

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo en equipo						X		2
Satisfacción del consumidor							X	3
Estabilidad laboral						X		2
TOTAL								7

---

Elaborado por: Bryan Cadena  
Año: 2019

$$\text{Nivel IE} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel IE} = 2.33$$

**Nivel de impacto económico = 2.33 medio positivo**

#### **Análisis**

La implementación de un local de elaboración y comercialización de helados en la ciudad de Ibarra tendría un impacto social empezando por nuestros empleados, quienes tendrán una estabilidad laboral lo cual genera un ambiente amigable de trabajo fomentando el trabajo en equipo que finalmente se verán reflejados en la satisfacción del consumidor

### 7.3.3 Impacto Ambiental

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Materiales amigables con medio ambiente						X		2
Clasificación de desechos							X	3
Salubridad							X	3
TOTAL								8

---

Elaborado por: Bryan Cadena  
Año: 2019

$$\text{Nivel IE} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel IE} = 2.66$$

**Nivel de impacto económico = 2.66 medio positivo**

#### **Análisis**

Para la producción de nuestros helados se manejan productos orgánicos por lo cual existirá una gran cantidad de desechos que pueden servir como alimento para animales o abono natural, también es importante tener una buena clasificación de los desperdicios que se generen en el local comercial, garantizando a nuestros clientes un lugar impecable para el consumo de alimentos.

### 7.3.4 Impacto General

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico							X	3
Impacto Social							X	3
Impacto ambiental							X	3
TOTAL								9

---

Elaborado por: Bryan Cadena  
Año: 2019

$$\text{Nivel IG} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Nivel IG} = 3$$

**Nivel de impacto general = 3 positivo**

#### **Análisis**

La implementación de un local de elaboración y comercialización de helados en la ciudad de Ibarra tendría un impacto positivo de 3 puntos lo cual determina que el proyecto es viable.



## CONCLUSIONES

- Después de haber realizado el análisis de la Matriz AOOD y el estudio del entorno donde se busca implantar el proyecto, se logró conseguir información importante con la cual se concluye que, en el Cantón Ibarra hay poca oferta de **HELADOS EN ROLLO ICE CREAM ROLLS**, siendo este un proyecto innovador para la ciudad, considerando para sus habitantes uno de los referentes de la gastronomía Ibarreña. Determinando así la viabilidad del proyecto.
- El desarrollo del marco teórico permitió conocer temas claves para el desarrollo del estudio pues la base teórica y científica ayudó a sustentar y fortalecer el conocimiento en la realización del proyecto.
- El helado cuenta con características únicas en el mercado, lo cual le convierte en un producto llamativo para su consumo, existe una gran demanda insatisfecha del producto mediante la aceptación del mercado se puede establecer un precio y canal de distribución
- Al realizar el estudio técnico se logró establecer el lugar de funcionamiento, tamaño y capacidad instalada, además de analizar todo el capital necesario para la implementación del proyecto.
- Al finalizar el capítulo financiero se puede determinar la factibilidad del proyecto analizando los estados financieros, que nos reflejan que el proyecto obtendrá una utilidad neta de **\$3.877,33** al primer año de su funcionamiento
- La estructura organizacional permitió definir los principios de la empresa como su nombre, razón social, la división de trabajo y todos los permisos requerido para el funcionamiento.
- En el análisis de impactos que puede producir la implementación del proyecto, se lograron determinar efectos positivos en variables, económicas, sociales, y ambientales.

## RECOMENDACIONES

- Recopilar información clave y desarrollar una investigación de campo para identificar la oportunidad de crear una microempresa con el fin de ayudar a dinamizar la economía del sector aprovechando las condiciones climáticas, oportunidades económicas, sociales y ambientales del sector.
- Realizar consultas de documentos bibliográficos tanto de internet como de bibliotecas físicas disponibles, esto para poder comprender mejor cada término del estudio, tomando en cuenta solo los términos puntales que van acorde con nuestro proyecto.
- Para un correcto estudio de mercado es importante realizar una investigación considerando todos los factores del producto (Características, beneficios) y del entorno como (oferta, demanda) eso facilita el desarrollo del estudio.
- Identificar de manera minuciosa cada detalle y los elementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, permitiendo el uso eficiente de recursos. En base a la información recolectada de todo el estudio
- Se sugiere, realizar un presupuesto operacional con los estados y presupuestos necesarios con datos más asertivos y fiables para saber si el proyecto será factible.
- Se debería, implementar una adecuada una estructura organizacional, esto, para trabajar con eficiencia y eficacia en todos los procesos que se puedan llevar a cabo en un proyecto
- Se recomienda realizar acciones para tratar de obtener impactos positivos en todas las variables que puedan existir.

## **CONCLUSIÓN GENERAL**

El estudio del proyecto me ayudó a definir que la microempresa tiene potencial dentro de la ciudad de Ibarra, ya que cuenta con una buena demanda para el consumo del helado, la ciudad tiene un clima agradable para el consumo de nuestro producto. El producto se venderá en un local comercial es cual será atendido por su propietario y repostero que ayudara con la preparación de los helados, se considera vender el producto a un precio de \$3.50 la unidad y para obtener ganancias es necesario superar los 530 helados mensuales, el estudio de mercado nos demuestra que esta cantidad es posible debido a la cantidad insatisfecha que hay en el mercado. Al contar con el capital necesario para la implementación del proyecto se puede definir es factible la creación de la heladería.

## **RECOMENDACIÓN GENERAL**

Para que el proyecto alcance su pretensión es importante brindar un buen servicio con productos de primera calidad y un adecuado servicio al cliente, para fidelizar a nuestros consumidores y ser referencia en la ciudad. Mantener siempre un contacto con nuestros clientes para generar un vínculo importante y poder satisfacer sus necesidades logrando mantener precios asequibles y que nos generen las ganancias necesarias para poder potenciar nuestra marca de helados.

## ANEXOS

### Ordenanza Municipal



**Artículo 2.- Ámbito de aplicación.-** La presente ordenanza rige para las formas de organización económica popular y solidaria, sectores cooperativistas, asociativos, comunitarios, empresariales y las Unidades Económicas Populares, como personas naturales o jurídicas, que actúan en el Cantón Ibarra y buscan realizar actividades económicas de manera sustentable y sostenible.

Se sujetan además a estas disposiciones las dependencias municipales que ejercen las funciones de rectoría, ejecución, regulación, control, fomento, fortalecimiento y acompañamiento de los procesos de la Economía Popular y Solidaria.

Esta ordenanza no se aplica a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

No serán aplicables las disposiciones de la presente ordenanza, a las mutualistas, fondos de inversión ni a las formas societarias de capital prescritas en la Ley de Compañías; a las Empresas Unipersonales y de Responsabilidad Limitada; y las Empresas Públicas.

**Artículo 3.- Objeto.-** La presente Ordenanza tiene por objeto:

- a. Promover la Economía Popular social y Solidaria en su ejercicio y en la relación con la municipalidad y con las otras formas de organización económica;
- b. Fortalecer el desarrollo económico y social incluyente e inclusivo en el Cantón Ibarra
- c. El desarrollo y fortalecimiento de las posibilidades de articulación, cooperación, participación y autogestión con los sectores de la economía popular y solidaria.
- d. Potenciar las prácticas inclusivas en el marco de la economía popular y solidaria que se desarrollan en el cantón Ibarra para alcanzar el Buen Vivir.
- e. "Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y sus unidades económicas productivas para alcanzar el *sumak kausay*;"
- f. Establecer el marco jurídico en el cantón y su posible ampliación mediante mancomunidad, en armonía con la normativa nacional para las organizaciones que integran la Economía Popular y Solidaria;
- g. Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones que habitan en el cantón, sujetas a esta ordenanza; y,
- h. Establecer la Institucionalidad pública del Cantón que ejercerá la rectoría, promoción, ejecución, acompañamiento y control a las personas y organizaciones sujetas a esta ordenanza.

*Anexo 1 Ordenanza Municipal*

## Encuesta



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, para medir el grado de aceptación de los helados en rollo "Ice Cream Rolls", mediante la creación de una microempresa productora y comercializadora del producto antes mencionado.

**POR FAVOR, LEA CADA PREGUNTA CUIDADOSAMENTE Y RESPONDA**

### DATOS GENERALES:

#### GENERO:

Masculino (  )      Femenino (  )

#### EDAD:

15 a 19 (  )      20 a 24 (  )      25 a 29 (  )      30 a 34 (  )

35 a 39 (  )      40 a 44 (  )      45 a 49 (  )      más de 50 (  )

#### 1. Le gusta o le gustaría consumir Helados

SI (  )

No (  )

#### 2. ¿Conoce los helados en rollo mejor conocido como Ice Cream Rolls o Helado Tailandés?



SI (  )

NO (  )

**3. Estaría dispuesto consumir helados (Ice Cream Rollos)**

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta es Si por favor continúe con la encuesta.

**4. ¿Con que frecuencia usted consumiría el helado?**

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

**5. De sabor preferiría su helado.**

Chocolate ( )

Vainilla ( )

Mora ( )

Coco ( )

Fresa ( )

Naranja ( )

Otro ( ) ¿Cuál? .....

**6. ¿En qué lugares usted prefiere adquirir un helado?**

Heladerías ( )

Tiendas ( )

Centros Comerciales ( )

Otro ( ) ¿Cuál? .....

**7. Qué tipo de helado usted prefiere:**

Helados de crema ( )

Helados de hielo ( )

Helados de paila ( )

Industriales ( )

Otro ( ) ¿Cuál? .....

**8. ¿Cuál característica lo motivan para consumir helado?**

- Sabor ( )
- Precio ( )
- Presentación ( )
- Calidad ( )

**9. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por un helado con las características mencionadas?**



**1 Sabor**

FRESA

MORA

MARACUYÁ

NARANJILLA


*\*Imagen referencial*

- \$2,50 ( )
- \$3,00 ( )
- \$3,50 ( )

**10. Por qué medio de comunicación desea usted conocer más información sobre nuestros productos y promociones**

- Redes Sociales ( )
- Radio ( )
- Volantes ( )

Arcsa




Agencia Nacional  
de Regulación, Control  
y Vigilancia Sanitaria


Estimado (a) usuario (a):

Para constancia suya, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - Arcsa, le informa que la actividad HELADERÍA / FUENTE DE SODA, no requiere de un permiso de funcionamiento, de conformidad con la normativa vigente.

Sin embargo, dejamos constancia que su actividad está sujeta a control y vigilancia sanitaria, por lo que agradeceremos su atención cuando nuestros técnicos realicen su inspección de rutina.



**Ing. Dayana Priscila Donoso Paz**  
**Directora Técnica de Buenas Prácticas y Permisos**  
**AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA**





## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, F. P. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. España: Editorial CEP.
- americafoodsolutions. (2018). Obtenido de <https://www.americafoodsolutions.com/copia-de-plancha-de-helado-frito>
- Ander-Egg, E. (1980). *Metodos y tecnicas de investigacion social III*. Madrid: Hilando Libros.
- Anzola, S. (2010). *Administracion De Pequeñas Empresas*. Mexico: McGraw-Hill.
- Araujo, D. (2013). *Proyectos de inversión*. México DF: Trillas.
- Arboleda, G. (2013). *Proyectos identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Bogotá : Alfaomega Colombiana S.A.
- ARCSA. (2018). *permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec*. Obtenido de <https://goo.gl/C4MQft>
- bacata. (2018). *www.heladosbacata.com*. Obtenido de <http://www.heladosbacata.com/>
- BCE. (Noviembre de 2018). *contenido.bce.fin.ec*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Inflacion/inf201811.pdf>
- BomberosIbarra. (2018). *http://bomberosibarra.gob.ec*. Obtenido de <http://bomberosibarra.gob.ec>
- Cárdenas, R. A. (2016). *Costos I*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Obtenido de Cárdenas, y Nápoles, Raúl Andrés. Costos 1, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2016.
- Corvo, T. (2017). *lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- CulturalS.A. (1999). *Diccionario de Marketing*. España.

Díaz, M., Parra, R., & López, L. (2013). *Presupuestos: Enfoque para la planeación financiera*.

México DF: PEARSON.

Eggers, F. G. (2004). *Economía*. Maipue.

Eguilaz, M. L. (2017). *Economía industrial para ingenieros*. España: UNED.

eluniverso. (2018). *eluniverso*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/02/22/nota/6633694/propuesta-ice-roll-es-tomar-helado-forma-rollitos>

Espejo, L. F. (2004). *Mercadotecnia*. Mc Graw Hill.

europapress. (2016). *europapress*. Obtenido de europapress:

<https://www.europapress.es/desconecta/viral/noticia-helado-frito-plancha-helado-artesanal-mas-viral-redes-sociales-20150702121931.html>

Flores, J. (2015). *Plan de Negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.

GADIBARRA. (2018). <https://www.ibarra.gob.ec>. Obtenido de <https://www.ibarra.gob.ec>

Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. España: Thomson Editores Sapin.

Gitman, L. (2007). *El futuro de los negocios*. Mexico: Thompson.

Gregory, M. (2007). *Principios de Economía*. Cengage Learning.

Hernández Sampieri, R. (2001). *Metodología de la Investigación*. Mexico : McGraw-Hill.

Herrera, J. A. (2013). *Administración de la Empresa Constructora*. lulu.

Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Ecoe.

INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

Koberski, M. L. (2016). *Cómo iniciar a los jóvenes en la investigación científica: reflexiones y propuestas*. Córdoba: Editorial Brujas.

Larousse. (2014). *El pequeño Larousse Gastronomique en español*. México DF: Larousse.

Obtenido de <https://laroussecocina.mx/palabra/postre-2/>

Leon, F. (2015). *merca20*. Obtenido de <https://www.merca20.com/sabes-lo-que-es-el-mercado-meta/>

Magill, J. H., & Meyer, R. L. (2004). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*.

Martínez, J. G. (2012). *Elaboraciones y presentaciones de helados: repostería*. IC Editorial.

Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de Proyectos*.

MinisteriodeCultura. (2016). <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>. Obtenido de

[http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Helado\\_de\\_paila](http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Helado_de_paila)

MINTUR. (2018). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://goo.gl/w758M1>

Monteros, E. (2011). *Manual de gestión microempresarial*. Ibarra.

Morcilo, P. (s.f.). *Generalidades sobre el tamaño del proyecto*.

Padilla, M. C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.

Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe.

Palacios, L. C. (2015). *Estrategias de creación empresarial* (Segunda ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.

Pazmiño Cruzatti, I. (2008). *Tiempo de investigar, investigación científica I: cómo hacer una tesis de grado*. . Quito: EDITEKA .

PDyOT. (2015). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf)

[link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001\\_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004\\_13-03-2015\\_17-34-44.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf)

Rivera, M. (2010). *Flujo de Caja y Flujo de efectivo*.

- Santos, M. A. (2017). *Investigación de mercados: manual universitario*. Díaz de Santos.
- Simón, A. (2005). *Diccionario de Economía*. Editorial Andrade.
- SRI. (2017). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- SRI. (2018). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-consumos-especiales>
- Thompson, I. (2016). *promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc GRAWHILL.
- Urbina, G. B. (2014). *Evaluación de Proyectos 5ta*. DF México: McGraw-Hill/Interamerica Editores S.A.
- Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Editorial.
- Vázquez, G. P. (2014). *Administración integral*. México: Grupo Editorial Patria.
- Zapata, P. (2008). *Contabilidad General*. Mc Graw- Hil.