



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
FÁBRICA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO EN LA CIUDAD DE
IBARRA”**

**Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
C.P.A.**

AUTORA: Grace Carolina Maya Cano

DIRECTOR: Ecom. Hernán Muñoz

Ibarra, Octubre 2012



RESUMEN EJECUTIVO

La realización de este trabajo trató sobre un “Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra”. Los resultados obtenidos para la realización de este proyecto fueron los siguientes: En el Diagnóstico Situacional se determinó la posibilidad de crear una fábrica dedicada a la producción de comercialización de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra, puesto que a través del análisis de oportunidades, amenazas, riesgos y aliados se estableció que existe: la demanda de conos de galleta por parte de los propietarios de heladerías de la ciudad, el consumo de helado en cono de galleta por parte de las personas, la inexistencia de competencia local que realice esta actividad de fabricación y las falencias de los competidores de otras ciudades con respecto a la distribución de producto. Con la realización del estudio de mercado se identificó la existencia de demanda insatisfecha que para el año 2012 es de 1.488.879 unidades de cono, esta cantidad se incrementa cada año en un 11.5% aproximadamente, también se determinó dar un valor agregado al cono de galleta haciendo que estos tengan sabores específicos como chocolate, vainilla, coco, fresa, limón, naranja, mora etc. El estudio técnico permitió identificar la ubicación de la fábrica que será en la ciudad de Ibarra, parroquia El Sagrario, barrio Ajaví Chiquito; también se identificó los procesos de fabricación del cono de galleta y la inversión total del proyecto de \$20.062,31. A través del Estudio Financiero se estableció que el proyecto a realizarse es rentable puesto que el V.A.N. es positivo en \$22458,16 y el T.I.R. que entrega el proyecto es del 39% de rentabilidad, además que el tiempo de recuperación de la inversión será aproximadamente en dos años. Por lo tanto se estableció un impacto positivo del proyecto con respecto a lo social y económico debido a que este generará fuentes de empleo, ayudará al desarrollo industrial de la ciudad y otorgará ganancias a los inversionistas.



THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The realization of this work tried on a Study of feasibility for the creation of a factory dedicated to the production and commercialization of cookie cones for ice cream in the city of Ibarra". The results obtained for the realization of this project were the following ones: In the Situational Diagnosis the possibility was determined of creating a factory dedicated to the production of commercialization of cookie cones for ice cream in the city of Ibarra, since through the analysis of opportunities, threats, waterings and allies settled down that it exists: the demand of cookie cones on the part of the proprietors of heladerías of the city, the consumption of ice cream in cookie cone on the part of people, the nonexistence of local competition that carries out this activity of production and the weaknesses of the competitors of other cities with regard to the product distribution. With the realization of the market study the existence of unsatisfied demand was identified that for the year 2012 are of 1.488.879 cone units, this quantity is increased approximately every year in 11.5%, it was also determined to give a value added to the cookie cone making that these they have specific flavors as chocolate, vanilla, coconut, strawberry, lemon, orange, Moorish etc. The technical study allowed to identify the location of the factory that will be in the city of Ibarra, parish The Sacarium, neighborhood Tiny Ajaví; it was also identified the processes of production of the cookie cone and the total investment of the project of \$20.062,31. through the Financial Study settled down that the project to carry out is profitable since the V.A.N. it is positive in \$22458,16 and the T.I.R. that gives the project it is of 39% of profitability, also that the time of recovery of the investment will be approximately in two years. Therefore a positive impact of the project settled down with regard to the social and economic because this it will generate employment sources, will help to the industrial development of the city and it will grant earnings to the investors.

AUTORÍA

Yo, Maya Cano Grace Carolina, portadora de la cédula de ciudadanía número 100314273-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”** que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que se han respetando las diferentes fuentes y referencias.

FIRMA

C.I. Nro. 100314273-2

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Maya Cano Grace Carolina para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría – C.P.A. cuyo Tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de octubre de 2012.

DIRECTOR: ECOM. HERNÁN MUÑOZ

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

Yo, Grace Carolina Maya Cano, con cédula de identidad Nro. 100314273-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5 y 6 en calidad de autor(es) de la obra o trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría-C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma: _____

Nombre: Maya Cano Grace Carolina

Cédula: 100314273-2

Ibarra, a los 29 días del mes de octubre de 2012.



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 dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de Identidad:	100314273-2		
Apellidos y Nombres:	Maya Cano Grace Carolina		
Dirección:	Ibarra, Aurelio Mosquera 3-21 y Fernando Villamar		
Email:	carito.maya@hotmail.com		
Teléfono Fijo:	2-645-024	Teléfono Móvil:	097603640

DATOS DE LA OBRA	
Título:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”
Autora:	Maya Cano Grace Carolina
Fecha:	29 de octubre de 2012
Sólo para trabajos de grado	
Programa:	<input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Postgrado
Título por el que Opta:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
Asesor/Director:	Ecom. Hernán Muñoz

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Maya Cano Grace Carolina con cédula de identidad N° 100314273-2, en calidad de autora 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 y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3.- CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de terceros, por tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de tercero.

Ibarra, a los 29 días del mes de octubre de 2012.

La Autora:

Aceptación:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre: Grace Maya

Nombre: Ing. Bethy Chávez

C.C.: 100314273-2

C.C.: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Luis y Emilia que con su esfuerzo y abnegación me han apoyado durante toda mi vida estudiantil y me han transmitido el valor para no rendirme nunca y seguir adelante.

A mis hermanos Andrés y Diana por todo el ánimo y colaboración que me han brindado para cumplir mis sueños y realizar este trabajo.

Y; a Orlando y Anita, por brindarme ese amor y amistad sincera, durante el tiempo de estudio en la universidad y en la realización de este trabajo.

Grace.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por regalarme la vida y por iluminarme con su amor día a día para poder cumplir esta meta de mi etapa estudiantil.

A mis padres por todo el esfuerzo y dedicación que han puesto en mí para que pueda estudiar y obtener una profesión.

A mis hermanos y abuelitos por todo el amor que me han brindado.

A la Universidad Técnica del Norte por brindarme la oportunidad de realizar esta carrera en Contabilidad y Auditoría.

A mis maestros que con paciencia y esmero me transmitieron todos los conocimientos necesarios para ser una excelente profesional.

A mi director de trabajo de grado que con sus observaciones y consejos me ayudado a culminar este trabajo de la mejor manera y ha sembrado en mí ese espíritu de emprendedor.

Y a mis amigos que a través de sus palabras de aliento me dieron ánimo para cumplir esta meta.

Grace.

PRESENTACIÓN

El presente Informe Final de Trabajo de Grado está conformado por siete capítulos, conclusiones y recomendaciones finales que a continuación se detallarán para dar a e conocer en forma resumida y específica el trabajo investigativo realizado.

El primer capítulo trata del Diagnóstico Situacional en el que se conoce y se analiza las oportunidades y amenazas, los riesgos y aliados que existen para la creación del proyecto, a través de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la población establecida, de las entrevistas hechas a expertos del tema, de un análisis de observación directa a los comerciantes de heladerías y de la ayuda de especialistas que proporcionaron una visión amplia de la información.

En el segundo capítulo se desarrolló el Marco Teórico por medio de investigaciones documentales en libros, textos, revistas, diarios y documentos personales e investigaciones virtuales de escritos teóricos del tema encontrados en internet; esto permitió que el autor del proyecto advierta errores y oriente su investigación con más claridad, realidad y originalidad; estos términos teóricos ayudaron al investigador enfrentarse en su trabajo y ampliaron el horizonte de estudio.

El Estudio de Mercado es el tercer capítulo ejecutado, en el cual se estableció la oferta y la demanda de los conos de galleta, que se lo elaboró por medio de las proyecciones obtenidas de estadísticas e índices económicos vigentes en el país encontradas en la web del INEC y Ministerios del Ecuador, y en empresas que colaboraron con información de datos reales de producción y comercialización de conos de galleta, además se consiguió información referente a segmentación de mercado, mercado meta, producto, precio y consumidores, a través de la aplicación de encuestas a la población de Ibarra para conocer los gustos, preferencias y precios para la oferta de los conos de galleta.

El cuarto capítulo trata del establecimiento de un Estudio Técnico que permitió conocer la macro y micro localización del proyecto, por medio de la realización de un croquis local; también se definió la ubicación, diseño, estructura e instalación de la fábrica a través de la elaboración de planos desarrollados por un arquitecto para el funcionamiento adecuado de la fábrica; además se elaboró flujogramas de producción y procesos que dieron a conocer los pasos adecuados en el procedimiento de fabricación de los conos de galleta para helados, y por último se realizó un presupuesto técnico para saber el tamaño de la inversión.

El Estudio Económico como quinto capítulo determinó las ventas, los costos y la rentabilidad proyectada para producir y comercializar los conos de galleta, por medio de presupuestos de ingresos y egresos; proyecciones del balance general, balance de resultados, flujos de caja y evaluaciones de inversión con el TIR, VAN, beneficio- costo, índice de rentabilidad beneficio-costo, punto de equilibrio y tiempo de recuperación de la inversión; a fin de proporcionar información que ayude a determinar la factibilidad de ejecutar el proyecto.

El sexto capítulo trata sobre la estructura administrativa y funcional de la empresa, en donde se desarrolló el organigrama estructural, el nombre y logotipo del producto, la misión, visión, objetivo empresarial y valores institucionales; además se estableció el perfil del talento humano necesario para trabajar en la fábrica.

Para el desarrollo de los Impactos en el capítulo séptimo se analizó las consecuencias y efectos que se crearán al elaborar y comercializar los conos de galleta, por medio de la preparación de cuadros estadísticos que permitieron conocer la influencia del proyecto en la sociedad.

Por último se determinó las Conclusiones y las Recomendaciones de la factibilidad en desarrollar este proyecto, por medio de los resultados obtenidos en el Diagnóstico Situacional, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico, Estructura Administrativa y Funcional e Impactos.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
THEY SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INTRODUCCIÓN	23
CAPÍTULO I	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
ANTECEDENTES.....	27
OBJETIVOS	29
OBJETIVO GENERAL	29
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	29
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	29
INDICADORES.....	29
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	31
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	32
CÁLCULO DE LA MUESTRA	32
DISEÑO DE INSTRUMENTOS	32
ENCUESTAS.....	33
ENTREVISTA	33
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	33
ENCUESTAS A COMERCIANTES QUE POSEEN NEGOCIOS DE HELADERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA	33
ENTREVISTA DIRIGIDA AL INGENIERO JUAN PABLO ALVARES OCHOA, EXPERTO EN EL NEGOCIO DEL HELADO Y DEL CONO	41

CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ OA Y AR	45
CRUCE ESTRATÉGICO	46
OPORTUNIDADES VS. AMENAZAS	46
ALIADOS VS. RIESGOS	47
PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	48
CAPÍTULO II.....	50
MARCO TEÓRICO.....	50
DEFINICIÓN DE HELADO	50
TIPOS DE HELADOS.....	51
CALIDADES DE HELADO	53
CONOS PARA HELADO	53
HISTORIA DE LOS CONOS DE HELADO	53
DEFINICIÓN DE CONO PARA HELADO	54
TIPOS DE CONOS PARA HELADO.....	55
FORMAS DE CONOS PARA HELADO	56
DEFINICIÓN DE FÁBRICA	57
TAMAÑO DE LA FÁBRICA	58
UBICACIÓN DE LA EMPRESA	59
MACRO LOCALIZACIÓN	59
MICRO LOCALIZACIÓN.....	60
DISTRIBUCIÓN FÍSICA.....	61
CAPACIDAD INSTALADA	63
NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	63
REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN.....	64
DEFINICIÓN DE PRODUCCIÓN.....	65
ASPECTOS PARA UN ADECUADO PLAN DE PRODUCCIÓN	67
PROCESOS DE FABRICACIÓN	67
MATERIA PRIMA.....	67
MANO DE OBRA	68
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	69
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE FABRICACIÓN	70

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	71
PROVEEDORES	71
DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.....	72
CANAL DE DISTRIBUCIÓN	73
COMPETENCIA	73
MARCA Y PATENTE	74
PATENTE.....	74
MARCA	74
CAPÍTULO III.....	76
ESTUDIO DE MERCADO	76
PRESENTACIÓN.....	76
OBJETIVOS	78
OBJETIVO GENERAL.....	78
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	78
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	79
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	80
CONO	80
CONO DE GALLETA.....	81
FORMAS DEL CONO	82
SABOR DEL CONO	83
MERCADO META	83
SEGMENTO DE MERCADO.....	84
MARCO MUESTRAL	85
CÁLCULO DE LA MUESTRA	85
FÓRMULA DE CÁLCULO	87
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	87
ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE IBARRA DE 10 AÑOS EN ADELANTE.	87
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	97
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	100
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	102
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	104

BALANCE OFERTA – DEMANDA	105
PROYECCIÓN DE PRECIOS	106
SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO	107
CONCLUSIÓN	107
CAPÍTULO IV	109
ESTUDIO TÉCNICO	109
MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	109
MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	109
MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	110
FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN	110
MATRIZ DE FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN	113
MATRIZ DE PRIORIZACIÓN Y PONDERACIÓN DE FACTORES	113
UBICACIÓN DE LA PLANTA	114
DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	115
DISEÑO DE LA PLANTA.....	115
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	116
SUPERFICIE TOTAL	116
AMBIENTE	116
DIAGRAMAS DE OPERACIÓN	119
DIAGRAMA DE BLOQUE	119
FLUJOGRAMA OPERATIVO	119
FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN	119
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	122
SIMBOLOGÍA.....	122
FLUJORAMA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA	123
FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO	124
FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS CONOS DE GALLETA PARA HELADO.....	126
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	127
PRODUCCIÓN.....	127
ADMINISTRACIÓN	127
TAMAÑO DEL PROYECTO	128

MERCADO.....	128
TECNOLOGÍA.....	128
PRODUCCIÓN.....	128
ADMINISTRACIÓN.....	129
ASPECTOS LEGALES.....	129
TALENTO HUMANO.....	130
INVERSIÓN.....	131
INVERSIÓN VARIABLE.....	131
INVERSIÓN DIFERIDA.....	131
INVERSIÓN FIJA.....	131
MONITOREO Y SEGUIMIENTO.....	132
CAPÍTULO V.....	133
ESTUDIO ECONÓMICO.....	133
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN.....	133
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	133
DESTINO DE LA INVERSIÓN.....	133
CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE.....	133
INVERSIÓN DIFERIDA.....	134
INVERSIÓN FIJA.....	135
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD.....	135
COSTO DEL CAPITAL.....	135
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO (T.R.M.).....	135
PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS.....	136
PRESUPUESTOS.....	137
PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	137
PRESUPUESTO DE COSTOS.....	138
PRESUPUESTO DE GASTOS.....	138
TABLAS DE DEPRECIACIÓN.....	139
OBLIGACIONES FINANCIERAS.....	139
BALANCES PROFORMA.....	142
BALANCE DE ARRANQUE PARA EL AÑO CERO.....	142
PROYECCIÓN DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	143

FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN.....	144
FLUJO DE CAJA LIBRE.....	145
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	146
EVALUADORES FINANCIEROS.....	146
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	146
TASA INTERNA DE RETORNO T.I.R.	147
COSTO BENEFICIO (B/C).....	149
ÍNDICE DE RENTABILIDAD BENEFICIO COSTO (I.R.B.C.)	149
PUNTO DE EQUILIBRIO	150
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	151
CAPÍTULO VI	152
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA FÁBRICA....	152
ESTRUCTURA ORGÁNICA	152
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	152
NOMBRE.....	152
MISIÓN	153
VISIÓN	153
OBJETIVO EMPRESARIAL.....	153
VALORES INSTITUCIONALES	153
MATRIZ DE SELECCIÓN DEL TALENTO HUMANO	154
CAPÍTULO VII.....	157
IMPACTOS	157
IMPACTO SOCIAL	157
IMPACTO ECONÓMICO.....	158
IMPACTO EMPRESARIAL	159
IMPACTO COMERCIAL	160
IMPACTO AMBIENTAL Y ECOLÓGICO	161
IMPACTO SALUD	162
CONCLUSIONES	163
RECOMENDACIONES	165
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	166
ANEXOS	169

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	31
CUADRO N° 2 CATASTRO DE HELADERÍAS EN LA CIUDAD DE IBARRA	32
CUADRO N° 3 PRODUCTOS SUSTITUTOS, PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR	33
CUADRO N° 4 CLASES DE PRODUCTOS	34
CUADRO N° 5 CARACTERÍSTICAS.....	35
CUADRO N° 6 DIFICULTADES CON LOS COMPETIDORES	36
CUADRO N° 7 DIFICULTADES DE LOS COMPETIDORES	36
CUADRO N° 8 NIVEL DE PRODUCCIÓN	37
CUADRO N° 9 CANTIDAD DE CONSUMO.....	38
CUADRO N° 10 TIEMPO DE ADQUISICIÓN	39
CUADRO N° 11 IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS	40
CUADRO N° 12 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	45
CUADRO N° 13 ALIADOS Y RIESGOS.....	46
CUADRO N° 14 TAMAÑO DE EMPRESA.....	59
CUADRO N° 15 REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS	64
CUADRO N° 16 REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS	65
CUADRO N° 17 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO	79
CUADRO N° 18 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA DE 10 AÑOS EN ADELANTE	86
CUADRO N° 19 PROYECCIÓN DE HABITANTES PARA EL AÑO 2011.....	86
CUADRO N° 20 PRODUCTO.....	88
CUADRO N° 21 PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR	89
CUADRO N° 22 PRODUCTO SUSTITUTO.....	90
CUADRO N° 23 PRODUCTO COMPLEMENTARIO	91
CUADRO N° 24 VALOR AGREGADO.....	92
CUADRO N° 25 PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR	93
CUADRO N° 26 PRODUCTO, CALIDAD	94
CUADRO N° 27 PROMOCIÓN, IMAGEN Y PRESENTACIÓN	95

CUADRO N° 28 PRECIO DE MERCADO.....	96
CUADRO N° 29 PRODUCTOS SUSTITUTOS, PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR	97
CUADRO N° 30 PREFERENCIA EN CONSUMIR HELADO	98
CUADRO N° 31 CLASES DE PRODUCTOS	98
CUADRO N° 32 PREFERENCIA DEL TIPO DE CONO	98
CUADRO N° 33 CANTIDAD DE CONSUMO EN CAJAS DE CONOS.....	99
CUADRO N° 34 TIEMPO DE ADQUISICIÓN CAJAS DE CONO.....	99
CUADRO N° 35 CANTIDAD DE CONOS DE GALLETA A ELABORARSE ANUALMENTE	100
CUADRO N° 36 TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	100
CUADRO N° 37 TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	101
CUADRO N° 38 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	101
CUADRO N° 39 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	102
CUADRO N° 40 FÁBRICAS QUE ELABORAN CONOS DE GALLETAS A NIVEL NACIONAL.....	102
CUADRO N° 41 TOTAL DE UNIDADES DE CONOS DE GALLETAS DISTRIBUIDAS POR LA EMPRESA PIAMAR CÍA. LTDA.	103
CUADRO N° 42 TOTAL DE UNIDADES DE CONOS DE GALLETAS PRODUCIDAS POR LA EMPRESA CHOCONO S.A.....	103
CUADRO N° 43 TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA	104
CUADRO N° 44 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	105
CUADRO N° 45 BALANCE OFERTA – DEMANDA	105
CUADRO N° 46 PROYECCIÓN DE PRECIOS DEL PRODUCTO	106
CUADRO N° 47 MATRIZ DE FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN....	113
CUADRO N° 48 MATRIZ DE PRIORIZACIÓN Y PONDERACIÓN DE FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN.....	114
CUADRO N° 49 CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA FÁBRICA	115
CUADRO N° 50 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	116
CUADRO N° 51 SUELDOS, OBLIGACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES DEL PERSONAL	130
CUADRO N° 52 INVERSIÓN PARA EL PROYECTO.....	131
CUADRO N° 53 DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN	133
CUADRO N° 54 MONTO DE LA INVERSIÓN	133

CUADRO N° 55 INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO	134
CUADRO N° 56 INVERSIÓN DIFERIDA	134
CUADRO N° 57 INVERSIÓN FIJA.....	135
CUADRO N° 58 COSTO DE OPORTUNIDAD	135
CUADRO N° 59 CÁLCULO DEL T.R.M.	135
CUADRO N° 60 BALANCE OFERTA – DEMANDA..., UNIDADES DE CONO DE GALLETA AL AÑO	136
CUADRO N° 61 CAJAS DE CONO DE GALLETA A ELABORARSE ANUALMENTE	137
CUADRO N° 62 PROYECCIÓN DE VENTAS	137
CUADRO N° 63 PROYECCIÓN DE COSTOS.....	138
CUADRO N° 64 PROYECCIÓN DE GASTOS	138
CUADRO N° 65 TABLA DE DEPRECIACIÓN.....	139
CUADRO N° 66 CÁLCULO DEL PAGO DE LA DEUDA	139
CUADRO N° 67 TABLA DE AMORTIZACIÓN	140
CUADRO N° 68 BALANCE GENERAL	142
CUADRO N° 69 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	143
CUADRO N° 70 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	144
CUADRO N° 71 FLUJO DE CAJA LIBRE.....	145
CUADRO N° 72 VALORES DEL PRECIO DE VENTA Y COSTOS FIJOS Y VARIABLES	151
CUADRO N° 73 PERFIL DEL GERENTE PROPIETARIO.....	154
CUADRO N° 74 PERFIL DEL OPERARIO	155
CUADRO N° 75 PERFIL DEL AUXILIAR ADMINISTRATIVO CONTABLE	156
CUADRO N° 76 IMPACTO SOCIAL.....	157
CUADRO N° 77 IMPACTO ECONÓMICO	158
CUADRO N° 78 IMPACTO EMPRESARIAL	159
CUADRO N° 79 IMPACTO COMERCIAL.....	160
CUADRO N° 80 IMPACTO AMBIENTAL Y ECOLÓGICO	161
CUADRO N° 81 IMPACTO SALUD	162

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 CONO PARA HELADO.....	81
GRÁFICO N° 2 CONO DE GALLETA	81
GRÁFICO N° 3 CONOS DE MOLDE O CAMPEÓN.....	82
GRÁFICO N° 4 CONOS CLÁSICO	82
GRÁFICO N° 5 FORMAS DE CONOS	83
GRÁFICO N° 6.....	88
GRÁFICO N° 7.....	89
GRÁFICO N° 8.....	90
GRÁFICO N° 9.....	91
GRÁFICO N° 10	92
GRÁFICO N° 11	93
GRÁFICO N° 12	94
GRÁFICO N° 13	95
GRÁFICO N° 14	96
GRÁFICO N° 15 PAÍS ECUADOR.....	109
GRÁFICO N° 16 PROVINCIA IMBABURA	109
GRÁFICO N° 17 CIUDAD IBARRA.....	109
GRÁFICO N° 18 DISEÑO DE LA FÁBRICA.....	118

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

El cono para helado es una galleta de forma cónica, hecha a base de harina, azúcar y esencias especiales las cuales le proporcionan un sabor muy agradable. El origen del cono es más reciente e incierto, en el siglo XV, en Europa, se preparaban obleas, antecesoras del cono, eran unas hojas delgadas y frágiles preparadas con agua, harina, azúcar y huevos, que luego eran cocinadas sobre el fuego con tenazas especiales, este producto que comenzó como un dulce en aquella época, se convirtió en un postre ancestral.

Sin embargo a principios del siglo XX los conos aparecieron gracias a Vittorio Marchionni, un italiano que viajó a Estados Unidos en donde se dedicó a la venta de helado, que en ese entonces sólo se lo consumía en tasas o copas de cristal, no obstante el buscó la manera de vender el helado, especialmente a los niños de edad escolar, en un soporte que facilite la degustación y transportación del mismo, creando así el cono. Otras fuentes indican que la invención del cono fue del americano Charles Menches, otros del sirio Ernest Hamwi que en 1904 observó que las personas compraban obleas y las comían con el helado, entonces intentó enrollar una oblea todavía caliente en forma de bolsa pequeña para llenar allí el helado. A pesar de estas creaciones de conos, Giovanni Torre de Liguria lo hace aparecer oficialmente por primera vez en Italia en el año de 1910 en la Exhibición de Turín, desde entonces su popularidad creció por todo el mundo.

De esta forma los conos para helado se han ido produciendo de acuerdo a las necesidades y gustos de los consumidores, hay de varias formas, colores y sabores, puesto que ya no solo es el consumo del helado sino también del cono, crocante en ciertos casos o suave en otros, esto depende de la calidad y del precio al que se lo quiera ofertar.

Debido a la demanda de helado, en el Ecuador existen algunas fábricas dedicadas a la elaboración de conos, barquillos, tulipanes, hojuelas, etc., como soporte o acompañamiento del helado; algunos los producen de manera artesanal y de distinta calidad, y otros son grandes industrias que los elaboran con materias primas adecuadas y maquinaria de punta para obtener un producto de calidad.

Una de las fábricas es Chocono S.A. ubicada en la ciudad de Quito; esta produce y comercializa este producto a precios competitivos para ganar el reconocimiento y la preferencia de los consumidores, también existen otras fábricas como Inshelsa S.A. de la ciudad de Guayaquil que elabora conos de galleta a igual de Chocono S.A. y otros medianos productores que fabrican en este caso el cono estampado o de molde.

La ciudad de Ibarra se la conoce por ser tradicional con respecto a la elaboración de postres, uno de ellos es el helado de paila que es fabricado artesanalmente y conocido a nivel nacional e internacional por su sabor. También existen los helados de crema de la marca pingüino y los que se producen en máquina; sin embargo para la venta de estos helados se adquieren conos fabricados en otras ciudades e incluso en otros países, que muchas de las veces no satisfacen las expectativas de los comerciantes de heladería que los adquieren, porque existe retraso en la entrega de producto, la falta de un transporte de la fábrica que permita entregar los conos a tiempo; ocasionando menores ventas por la carencia del producto o el incremento de costos al comprar otros conos de mayor valor. El almacenamiento prolongado del producto por parte del distribuidor local es otro problema, ocasiona mala calidad o mal estado del cono; todos estos aspectos observados indican la necesidad de crear una fábrica local dedicada a producir y comercializar conos de galleta para helado de alta calidad y a precios considerables ya que la demanda del helado es alta y se necesita de un soporte para poder venderlo.

JUSTIFICACIÓN

La ejecución de este proyecto es de carácter local, puesto que se lo realizará en la ciudad de Ibarra; además es trascendente, actual y original porque no existe competencia similar en la ciudad, permitiendo que sea factible e importante desarrollar esta propuesta, porque se creará desarrollo industrial y económico en el sector y además se podrá satisfacer la demanda del cono de galleta existente en el mercado local.

Las personas que tendrán interés con la creación de este proyecto serán los propietarios de negocios de heladería de la ciudad de Ibarra, puesto que, de la creación de esta fábrica, podrán adquirir con mayor facilidad los conos de galleta y a precios atractivos; además que las personas estarán satisfechas en adquirir un helado en un cono de galleta de excelente calidad y sabor.

Con esta propuesta se beneficiarán las personas que pondrán en funcionamiento la fábrica de conos de galleta, puesto que es un negocio con oportunidades de aceptación en el mercado, de crecimiento y desarrollo económico local y con rentabilidad; también serán favorecidas las personas que trabajarán en la elaboración de este producto, ya que tendrán seguridad de un empleo y de la entrada de ingresos.

Para la realización de este proyecto hay que señalar que la factibilidad de desarrollarlo es probable, puesto que se cuenta en la actualidad con los recursos materiales como la materia prima, tecnológicos como la maquinaria adecuada y de punta y con la infraestructura para ponerlo en marcha; además se cuenta con el talento humano calificado que contribuirá con la fabricación de los conos de galleta.

Para este proyecto se contará con personas que realizarán la investigación a los comerciantes de las heladerías, a los consumidores de helado en cono y a expertos con conocimiento en la elaboración de conos de galleta para helado.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Elaborar un diagnóstico situacional del proyecto para reconocer las oportunidades y amenazas, aliados y riesgos; por medio de un análisis de observación directa.
- ❖ Desarrollar el marco teórico por medio de una investigación documental y virtual para conocer los términos teóricos que intervienen en el proyecto.
- ❖ Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta, la demanda y el mercado meta de los conos de galleta para helado.
- ❖ Establecer un estudio técnico para ubicación, diseño, estructura e instalación de la fábrica.
- ❖ Determinar los costos y la rentabilidad de producir y comercializar conos de galleta para helado.
- ❖ Determinar que impactos produce la elaboración y comercialización de los conos de galleta para helado.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La provincia de Imbabura situada en el centro septentrional del país, conocida también como la Provincia de los Lagos por la cantidad de lagos y lagunas que se encuentran en ella se muestra fascinante por su naturaleza y su gente. Cuenta con seis cantones, uno de ellos es San Miguel de Ibarra con su capital del mismo nombre en la que se encuentran alrededor de 139.721 habitantes, según el censo del INEC 2010.

Ibarra es una ciudad que cuenta con una gastronomía variada y propia, sobre todo con respecto a la preparación de postres y dulce como las nogadas, el arropo de mora, los quimbolitos, pero el principal y el más conocido es el helado de paila.

La tradición de preparar este delicioso helado se remonta desde 1897 donde causaron una impresión y se convirtieron rápidamente en el bocadillo infaltable de los fines de semana y días soleados; estos helados se expenden en sitios ubicados estratégicamente en la ciudad, se los encuentra principalmente en las calles Olmedo, Sánchez y Cifuentes, Flores, Pedro Moncayo pero allí no están todos en otros lugares de la ciudad también se ofrece este postre. De la misma manera, en Ibarra se ofrece otra variedad de helados como son los de crema de la marca Pingüino y los elaborados en máquina que también se encuentran en distintas partes de la ciudad.

Describiendo la importancia que tiene este postre dentro de la gastronomía ibarreña se puede observar que para poder expenderlo con mayor facilidad para el cliente, se necesita de un soporte que permita llevarlo mientras se realiza turismo por la ciudad, este soporte muy conocido es el cono que es de dos clases: estampado o de molde y el de galleta.

Este último es de mejor calidad, puesto que su contextura es más firme y su sabor más delicioso, ya que es como una galleta de vainilla que acompaña muy bien al helado, por lo que la mayoría de personas gusta consumir los dos al mismo tiempo.

Sin embargo en las heladerías de la ciudad de Ibarra se utilizan estos dos tipos de conos; el cono estampado o de molde es muy frágil y de sabor insípido pero tiene una característica importante, su costo es realmente bajo comparado con el de galleta, por tal motivo los comerciantes de heladería lo prefieren ya que no eleva el precio del helado y se puede competir dentro del mercado local; no obstante otras heladerías prefieren el cono de galleta porque da mejor imagen y calidad al producto y porque las personas lo eligen como acompañamiento para su helado, debido a su sabor agradable.

Para poder conseguir estos conos de galleta se necesita ir hasta otras ciudades para comprarlos, incrementando costos y provocando dificultades por los viajes; en la ciudad de Quito existe la fábrica Choco S.A. dedicada a producir conos de galleta, barquillos, tulipanes y variedades de dulces; este proveedor es el más cercano a la ciudad y al que más compran los comerciantes de heladería, aunque existe un distribuidor en Ibarra pero este no expende en grandes cantidades.

La necesidad de adquirir los conos de galleta ha permitido que exista la posibilidad de crear una fábrica dedicada a la producción y comercialización de los mismos, tomando como demanda potencial a los propietarios de negocios de heladería de la ciudad de Ibarra a quienes se realizará una investigación a través de encuestas, también se tomará en consideración la opinión de expertos con respecto a la elaboración y distribución de conos de galleta por medio de entrevistas; esto permitirá obtener resultados concretos con respecto a las oportunidades y amenazas, oponentes y aliados que existirán para la realización de este proyecto.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional para determinar las principales causas que se relacionan con la producción y comercialización de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Establecer las características, gustos y preferencias de los consumidores.
- ❖ Identificar y evaluar las características de la oferta del producto.
- ❖ Conocer los posibles proveedores para la adquisición de la materia prima.
- ❖ Determinar la cantidad de unidades que se producen y que consumen los comerciantes que poseen negocios de heladería.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- ❖ Demanda
- ❖ Oferta
- ❖ Proveedores
- ❖ Producción

1.4 INDICADORES

DEMANDA

- Productos sustitutos
- Preferencias del consumidor
- Clases de productos
- Mercado Real
- Mercado Potencial
- Valor agregado

OFERTA

- Identificación de competidores
- Características
- Dificultades de los competidores
- Productos Complementarios
- Tiempo de adquisición

PROVEEDORES

- Materia Prima
- Volumen de compra
- Calidad de insumos
- Maquinaria

PRODUCCIÓN

- Nivel de producción
- Cantidad de consumo
- Capacidad de la maquinaria
- Infraestructura
- Fijación de precio

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuentes	Instrumentos	Publico meta
Establecer las características, gustos y preferencias de la demanda	Demanda	a) Productos sustitutos b) Preferencias del consumidor c) Clases de productos d) Mercado Real e) Mercado Potencial f) Valor agregado	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta, Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Comerciantes Comerciantes Comerciantes Opinión de expertos Opinión de expertos Opinión de expertos Opinión de expertos
Identificar y evaluar las características de la oferta.	Oferta	a) Identificación de competidores b) Características c) Dificultades de los competidores d) Productos Complementarios e) Tiempo de adquisición	Primaria	Encuesta, Entrevista Encuesta Encuesta, Entrevista Encuesta Encuesta	Comerciantes Opinión de expertos Comerciantes Comerciantes Opinión de expertos Comerciantes Comerciantes
Conocer los posibles proveedores para la adquisición de la materia prima	Proveedores	a) Materia Prima b) Volumen de compra c) Calidad de insumos d) Maquinaria	Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Opinión de expertos
Determinar la cantidad de unidades que se producen y que consumen los comerciantes que poseen negocios de heladería.	Producción	a) Nivel de producción b) Cantidad de consumo c) Capacidad de la maquinaria d) Infraestructura e) Fijación de precios	Primaria	Encuesta Encuesta Entrevista Entrevista Entrevista	Comerciantes Comerciantes Opinión de expertos Opinión de expertos Opinión de expertos

Fuente: Diagnóstico Situacional

Elaboración: La Autora

1.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Según la información proporcionada por la Dirección Nacional de Turismo de Imbabura, existen registradas las siguientes heladerías en la ciudad de Ibarra como parte del turismo gastronómico del cantón.

CUADRO N° 2

CATASTRO DE HELADERÍAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

N°	HELADERÍA	DIRECCIÓN
1	ROSALÍA SUAREZ N° 1	OVIEDO Y OLMEDO ESQ.
2	ROSALÍA SUAREZ N° 2	OVIEDO Y OLMEDO
3	LA BERMEJITA N° 3	PEDRO MONCAYO Y BOLÍVAR
4	LA BERMEJITA N° 2	OLMEDO Y JUAN JOSÉ FLORES
5	LA BERMEJITA N° 1	SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y OVIEDO
6	LA BERMEJITA	PLAZA SHOPPING CENTER / PATIOS DE COMIDA
7	LOS ALPES	PLAZA SHOPPING CENTER
8	NIEVE Y SABOR	VELASCO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES
9	LA ESQUINA N° 1	JUAN JOSÉ FLORES Y OLMEDO
10	LA ESQUINA N° 2	JUAN JOSÉ FLORES Y OLMEDO
11	LUIGI	PEDRO MONCAYO Y OLMEDO
12	FRUTITAS, CAFÉ Y ALGO MÁS	BOLÍVAR Y LORES

Fuente: Diagnóstico Situacional

Elaboración: La Autora

De acuerdo a la información obtenida por la Dirección de Turismo, existen 10 heladerías en la ciudad de Ibarra, sin contar en estos datos con dos locales por ser del mismo propietario, más otras 18 que fueron tomadas por observación, se tiene un total de 30 heladerías como población a investigar.

1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

No existe cálculo de muestra, puesto que la población es menor a 50 por lo tanto se realizó un Censo.

1.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS

El presente diagnóstico situacional se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas de investigación de campo para recopilación de información, siendo utilizadas las siguientes:

1.8.1 ENCUESTAS

Las encuestas fueron realizadas a los Comerciantes que poseen negocios de Heladerías en la ciudad de Ibarra, la misma que está determinada con 8 preguntas cerradas referentes al manejo del cono para helado.

1.8.2 ENTREVISTA

Se aplicó una entrevista a una persona que tiene experiencia en el negocio del helado y un conocimiento en el tratamiento del cono. La entrevista fue estructurada y planteada en base a diferentes aspectos necesarios a investigar, focalizándose a los indicadores de la matriz de relación diagnóstica.

1.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.9.1 ENCUESTAS A COMERCIANTES QUE POSEEN NEGOCIOS DE HELADERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA

Aplicando las encuestas a los Comerciantes se obtuvo los siguientes resultados:

PREGUNTA N° 1

En su negocio, el helado tiene más salida en:

CUADRO N° 3
PRODUCTOS SUSTITUTOS, PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	COPA DE CRISTAL	4	13%
2	CONO	25	83%
3	OTRO	1	3%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de las personas en la ciudad de Ibarra prefieren comprar un helado en cono que en copa de cristal, por cuanto es de menor valor, se encuentra al paso y por comodidad se lo puede ir consumiendo por la calle; esto permite apreciar que la demanda del cono es alta debido a la preferencia de los consumidores en adquirir un helado de esta manera; lo que se considera factible producirlos.

PREGUNTA N° 2

¿Qué tipo de cono utiliza usted de soporte para el helado?

CUADRO N° 4
CLASES DE PRODUCTOS

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	CONO ESTAMPADO O NORMAL	13	43%
2	CONO DE AZÚCAR	0	0%
3	CONO DE GALLETA	17	57%
4	OTRO	0	0%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

Para el soporte del helado, las heladerías de la ciudad de Ibarra, utilizan los dos tipos de conos que se encuentran en el mercado: el estampado o más conocido como campeón y el cono de galleta; el primero lo prefieren ciertos comerciantes por su bajo precio, ya que se lo obtiene en el mercado a 0.015 centavos de dólar, lo que representa para el comerciante una reducción de costos en la venta del producto, aunque su calidad no sea excelente debido a que es muy quebradizo o fácil de romperse. Por el contrario el cono de galleta que también es utilizado por algunos comerciantes, es de mejor calidad para ofrecer el producto, por cuanto este es menos quebradizo que el anterior y de mejor sabor, aunque su costo es mayor que el cono estampado, pues su valor va entre 0.04 a 0.05 centavos de dólar.

PREGUNTA N° 3

¿De qué ciudad es el proveedor que le facilita los conos para su negocio?

CUADRO N° 5
CARACTERÍSTICAS

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	QUITO	18	60%
2	GUAYAQUIL	4	13%
3	CUENCA	0	0%
4	AMBATO	0	0%
5	IBARRA	7	23%
6	OTRA	1	4%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

De acuerdo a la información proporcionada por las encuestas, el proveedor que abastece de conos a la mayoría de comerciantes es de la ciudad de Quito, no obstante que existen otros proveedores de la ciudad de Guayaquil pero que no representa un mayor porcentaje debido a la distancia entre las ciudades.

Sin embargo aunque las fábricas de cono se encuentren en otras ciudades, existe en la ciudad de Ibarra un distribuidor que adquiere directamente el cono estampado o de molde de estas fábricas para venderlos en la ciudad, en cambio los conos de galleta son adquiridos directamente de la fábrica Chocono S.A. situada en la ciudad de Quito.

PREGUNTA N° 4

¿Ha tenido algún problema o dificultad por parte de sus proveedores en adquirir este producto?

CUADRO N° 6

DIFICULTADES CON LOS COMPETIDORES

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	20	67%
2	NO	9	30%
3	NO CONTESTA	1	3%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 7

DIFICULTADES DE LOS COMPETIDORES

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Por retraso en la entrega	8	27%
2	Por mal estado de los conos	5	17%
3	Por faltante de unidades	0	0%
4	Por mala calidad	7	23%
5	Por mala atención al cliente	0	0%
6	Otra	10	33%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

Según los resultados de la encuesta, la mayor parte de los comerciantes han tenido alguna dificultad o problema con su proveedor; estos inconvenientes principalmente son por retraso en la entrega, mal estado de los conos, mala calidad pero se considera en mayor porcentaje la falta de un transporte o flete que entregue los conos, especialmente los de galleta, en la ciudad de Ibarra desde Quito, esto proporciona dificultades ya que en ciertas ocasiones no se cuenta con el producto suficiente para la venta del helado y cubrir la demanda o se necesita viajar a la Capital para adquirir directamente el producto, provocando mayores gastos.

PREGUNTA N° 5

¿Cuántas unidades posee la caja de conos que usted adquiere?

CUADRO N° 8
NIVEL DE PRODUCCIÓN

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	200 UNIDADES	1	3%
2	250 UNIDADES	1	3%
3	300 UNIDADES	0	0%
4	350 UNIDADES	10	34%
5	400 UNIDADES	2	7%
6	OTRO	16	53%
7	NO CONTESTA	0	0%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

La caja de conos estampado o campeón están en la categoría de otros, ya que cada caja contiene 1500 unidades, sin embargo algunos comerciantes compran en ciertas ocasiones hasta 400 unidades, esto depende de la demanda y del almacenamiento del producto; en cambio la caja de conos de galleta contiene de 350 a 360 unidades, esto permite determinar la cantidad de conos que necesita una heladería para ofertar su producto y así conocer cuántos se necesita elaborar.

PREGUNTA N° 6

¿Cuántas cajas de conos adquiere usted para abastecer sus ventas?

CUADRO N° 9
CANTIDAD DE CONSUMO

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	DE 1 A 5	21	71%
2	DE 6 A 10	6	20%
3	DE 11 A 15	1	3%
4	DE 16 A 20	0	0%
5	MÁS	1	3%
6	NO CONTESTA	1	3%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

Las encuestas muestran que los comerciantes compran de 1 a 5 cajas de conos, considerando el tipo de cono que se requiera, ya que a la información obtenida en el cuadro anterior determina que las cajas contienen un número considerable de unidades para abastecer sus ventas.

PREGUNTA N° 7

¿Cada qué tiempo adquiere usted los conos para su negocio?

CUADRO N° 10
TIEMPO DE ADQUISICIÓN

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SEMANAL	12	41%
2	QUINCENAL	3	10%
3	MENSUAL	13	43%
4	TRIMESTRAL	0	0%
5	OTRO	1	3%
6	NO CONTESTA	1	3%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

Las encuestas indican que los comerciantes adquieren las cajas de conos mencionadas en cuadro anterior de forma mensual, aunque hay algunas personas que lo requieren semanalmente para conservar las características y calidad del cono, esto garantiza también la excelencia del producto que ofrecen, puesto que la competencia dentro de la ciudad es considerable.

PREGUNTA N° 8

¿Conoce usted si en la ciudad de Ibarra existe una fabrica dedicada a la producción y comercialización de conos para helado?

CUADRO N° 11
IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES
PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	6	20%
2	NO	23	77%
3	NO CONTESTA	1	3%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS:

En la ciudad de Ibarra no existe una fábrica que se dedique a la elaboración y comercialización de conos para helado, sin embargo existe una persona en la ciudad que hace de manera artesanal todo tipo de obleas: conos, tulipanes, barquillos, etc.; pero al tratarse de una forma manual o artesanal los costos de los mismos son altos, llegando a costar un cono hasta 0.10 centavos de dólar.

1.9.2 ENTREVISTA DIRIGIDA AL INGENIERO JUAN PABLO ALVARES OCHOA, EXPERTO EN EL NEGOCIO DEL HELADO Y DEL CONO

Aplicando la entrevista al experto en tema se obtuvo los siguientes resultados:

PREGUNTA N° 1

¿Por qué motivo considera usted, que existiría la factibilidad de crear una fábrica de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra?

MERCADO REAL

RESPUESTA:

El mercado de helado es grande y lucrativo, sobretodo en la ciudad de Ibarra en donde el helado es reconocido a nivel internacional por lo que existe una alta demanda del mismo, por eso se ve la necesidad de crear una fábrica de conos de galleta para helado, primero porque es una necesidad como soporte para el helado y segundo porque no existe en la región una fábrica que compita con las de la ciudad de Quito.

PREGUNTA N° 2

¿Qué clase de conos se considera adecuada para elaborarlos?

CLASES DE PRODUCTOS

RESPUESTA:

Los conos que se pretende elaborar son los de galleta, por su calidad y sabor; para las heladerías de la ciudad y en un futuro para la Región Norte del país.

PREGUNTA N° 3

¿Se cuenta con la infraestructura para crear la fábrica?

INFRAESTRUCTURA

RESPUESTA:

Hoy en día se encuentra con la infraestructura para realizar y poner en marcha la fábrica.

PREGUNTA N° 4

¿Se cuenta con la maquinaria para la fabricación de estos conos?, ¿de cuánto es la capacidad de la maquinaria?

MAQUINARIA

CAPACIDAD DE LA MAQUINARIA

RESPUESTA:

También se cuenta con la maquinaria adecuada para la fabricación de este tipo de conos, por lo general las máquinas son de origen extranjero así que hay que importarlas.

Hay maquinarias de distintas capacidades, algunas producen hasta 2000 conos de galleta por hora.

PREGUNTA N° 5

¿De dónde es el proveedor que le facilitará la materia prima?, ¿cuánto se necesita de materia prima?, ¿la calidad de estos insumos es la apropiada para la producción de los conos?

MATERIA PRIMA

VOLUMEN DE COMPRA

CALIDAD DE INSUMOS

RESPUESTA:

Todavía no se conoce el proveedor y la materia prima que se va utilizar, lo que es seguro es que es del país, sin embargo hay que realizar una serie de pruebas con ciertos insumos para observar cuáles son los apropiados para la elaboración, lo esperado es producir un cono de calidad que supere al resto.

El volumen de compra de los insumos será de acuerdo a la capacidad que tenga la maquinaria y a las ventas que se requieran hacer.

PREGUNTA N° 6

¿Cuáles serían los competidores potenciales?

IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES

RESPUESTA:

Los competidores potenciales y los únicos que se dedican en producir en volumen el cono de galleta son Chocono S.A. e Inshelsa; los dos son de la ciudad de Quito.

PREGUNTA N° 7

¿Qué problemas piensa usted que existen, por parte de los competidores en la entrega del producto?

DIFICULTADES DE LOS COMPETIDORES

RESPUESTA:

Los problemas que muestran los competidores antes mencionados son los siguientes:

- a) No tienen transporte para la entrega del producto, o si lo tiene no es el adecuado para transportar el cono
- b) El empaqueo de producto no es adecuado, ya que en ciertas ocasiones el cono llega en mal estado.
- c) También poseen fallas mecánicas lo que paraliza la producción y la entrega para ciertas ciudades.

PREGUNTA N° 8

¿De acuerdo a que aspectos fijaría los precios?

FIJACIÓN DE PRECIOS

RESPUESTA:

Se fijaría los precios de acuerdo a los costos de producción: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación; también se tomaría en cuenta gastos administrativos y de venta que se originen y a un margen de rentabilidad que se desee ganar.

PREGUNTA N° 9

¿Cuál sería el mercado potencial o a quién estaría dirigido este producto?

MERCADO POTENCIAL

RESPUESTA:

El mercado potencial sería las heladerías de la ciudad de Ibarra, para luego poder proyectarse y abrir el mercado a la región norte del Ecuador.

PREGUNTA N° 10

¿Cuál sería el valor agregado en la elaboración del producto?

VALOR AGREGADO

RESPUESTA:

El valor agregado para el producto sería incluir en cada uno como la servilleta o papel en lo posible con el logo del cliente y logo nuestro, los demás competidores no lo hacen y sería de gran ayuda y beneficio para los comerciantes de las heladerías, puesto que ya no pasarían tiempo en hacer esta labor.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA:

La entrevista realizada al Sr. Juan Pablo Álvarez muestra la factibilidad de crear una fábrica de conos de galleta para helado; la información proporcionada indica que existe en la actualidad la infraestructura y maquinaria necesaria para la elaboración, aunque todavía se tiene pendientes aspectos importantes como costos indirectos de fabricación y materia prima puesto que hay que realizar pruebas con algunos insumos y determinar cuál es el adecuado para fabricar conos de galleta de calidad, mano de obra ya que según la cantidad requerida a producir determinará el número de trabajadores a ocupar, etc.; sin embargo la demanda de conos que existe en la ciudad de Ibarra por parte de los comerciantes es importante, como se puede observar en la respuesta, la falta de un transporte que garantice la entrega del bien provoca contrariedades en los comerciantes al no poder cubrir su demanda de helado en cono por la carencia del producto, además

el estado del producto por mantenerlo almacenado también es otro problema, ya que la calidad del cono cambia.

Una de las alternativas para dar valor agregado al cono, es envolverlo desde la fábrica con servilletas, esto ahorraría tiempo a los comerciantes puesto que pasan muchas horas haciéndolo ellos mismos, e incluso en algunas ocasiones cuando sus ventas son altas, se demoran en entregar el helado por envolver en ese momento la servilleta en el cono.

1.10 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ OA Y AR

CUADRO N° 12
OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> a) Existe poca competencia b) Gran número de personas que consumen helado en cono c) La presentación del cono como soporte para el helado de calidad d) La calidad del cono de galleta es parte del producto y su aceptación en el mercado e) Financiamiento que otorgan las instituciones financieras públicas para el emprendimiento de microempresas y empresas f) El producto de los competidores no es comestible g) Proyección hacia nuevos mercados 	<ul style="list-style-type: none"> a) El precio del cono estampado es menor al precio del cono de galleta b) El posicionamiento en el mercado de los competidores: Chocono S.A., Inshelsa S.A. c) Mejor tecnología de la competencia existente. d) La inestabilidad en los precios de los insumos, especialmente el de la harina

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 13
ALIADOS Y RIESGOS

ALIADOS	RIESGOS
a) Comerciantes de heladerías en la ciudad de Ibarra.	a) La crisis económica y social en el país.
b) Tradición en la elaboración de helados en la ciudad.	b) El desempleo
c) El clima templado-cálido de la ciudad de Ibarra.	c) La inflación
d) El turismo existente en la ciudad.	d) La inestabilidad política
e) La creación de nuevas leyes que incentivan la producción	
f) La publicidad visual	

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

1.11 CRUCE ESTRATÉGICO

1.11.1 OPORTUNIDADES VS. AMENAZAS

- ❖ La escasa presencia de competidores en el mercado local permite elaborar estrategias de ventas y de publicidad que desplacen a los competidores existentes.
- ❖ Las debilidades de los competidores son una oportunidad, permiten conocer los puntos frágiles o los errores que comenten como fabricar conos que no sean del agrado comestible de los consumidores, esto ayuda a perfeccionar la calidad del cono como soporte del helado mejorando su presentación y satisfacción en la degustación.

- ❖ Aunque el cono estampado es uno de los más apreciados en el mercado local por su bajo costo, no conserva la misma calidad que un cono de galleta.
- ❖ Con el financiamiento que otorgan hoy en día las Instituciones Financieras Públicas se puede ir innovando la tecnología de la maquinaria, a fin de reducir los precios en los conos y así desplazar a los competidores.
- ❖ La inestabilidad de los precios de los insumos puede ser una amenaza para la producción del cono de galleta, pero se puede contrarrestar con programas que da el Gobierno sobre subsidios de ciertos productos, sin que afecten a la calidad de cono que se ofrece.
- ❖ La proyección a nuevos mercados permite el crecimiento de la fábrica hacia otras ciudades con nuevas metas y estrategias, lo que demuestra la competitividad por perfeccionar el producto día a día y mejorar ante los otros competidores.

1.11.2 ALIADOS VS. RIESGOS

- ❖ Los comerciantes de heladerías son aliados en este proyecto, porque representan la demanda potencial de conos de galleta, sin embargo el riesgo de una crisis económica y social reduciría el poder adquisitivo de los consumidores, disminuyendo la compra del helado al no considerarse un producto necesario.
- ❖ La tradición de elaborar helados en la ciudad permite que exista la factibilidad de elaborar conos de galleta como soporte para los mismos; el riesgo de inflación en el mercado conlleva a elevar los costos de la materia prima, lo que podría encarecer el helado y bajar los niveles de venta.

- ❖ El clima templado-cálido de la ciudad de Ibarra es un factor importante para la venta de helado, puesto que los consumidores lo adquieren como una alternativa para calmar su sed, no obstante la presencia de una crisis económica y social permitirían optar por productos sustitutos de menor valor.
- ❖ El turismo es un aliado porque al atraer personas de otras ciudades se aumentan los niveles de venta en las heladerías, sin embargo el incremento de la tasa de desempleo conllevaría a la disminución del turismo.
- ❖ La creación de nuevas leyes como el Código de la Producción incentiva a la población a crear y fabricar productos, como los conos de galleta, no obstante la inestabilidad política provocaría la eliminación de estos beneficios e incentivos.
- ❖ La publicidad visual es una buena estrategia de venta, debido a que provoca en los consumidores un impulso de compra; siempre y cuando no exista el riesgo de una crisis económica y social que conduzca al desempleo y por lo tanto a la disminución del poder de compra.

1.12 PROBLEMA DIAGNÓSTICO

En la ciudad de Ibarra la venta de helado ha sido una de las actividades más antiguas y lucrativas del lugar, por lo que con el paso del tiempo se ha ido incrementando este negocio.

Las persona prefieren consumir el helado en cono, el cono es una galleta, hecha a base de harina, azúcar y otras esencias que sirve de soporte para el helado.

Los comerciantes que poseen negocios de heladería adquieren los conos de proveedores de otras ciudades del país, que algunas veces les han traído dificultades como carencia o desabastecimiento del cono por falta de un transporte o flete que haga la entrega del producto o por fallos en la maquinaria lo que lleva

un tiempo arreglarlas por ser de otro país. También el estado del cono no es muy bueno debido a que no se lo almacena adecuadamente o se los tiene por mucho tiempo guardado.

De seguir con este problema los comerciantes, dueños de las heladerías, bajarían su nivel de ventas por no tener conos para ofrecer su producto o tendrían que comprar directamente de la fábrica o solicitar los conos elaborados de forma artesanal que ocasionarían un costo elevado en la venta del helado en cono.

Por eso se considera la necesidad de crear una fábrica local, dedicada a la elaboración y comercialización de cono para helado, garantizando una entrega oportuna, un producto de calidad y un buen estado del cono para los comerciantes de las heladerías, a un precio accesible que no perjudique sus ventas ni eleve sus costos; además que pueda contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad, brindando empleo avance económico.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 DEFINICIÓN DE HELADO

El helado es un postre congelado compuesto de sabores frutales que será explicado con más claridad a través de las siguientes definiciones:

(www.wikipedia.org , 2010) expresa: *“En su forma más simple, el helado, crema helada o nieve es un postre congelado hecho de leche, nata o natillas combinadas con saborizantes, edulcorantes y azúcar. “*

(www.delbuencomer.com, 2010) afirma: *“Se trata de una preparación azucarada y azucarada de productos lácteos solidificados. Se suele consumir como postre o tentempié.”*

(www.gelatsgaliana.com, 2010) manifiesta: *“Los helados son preparaciones alimenticias que han sido llevadas al estado sólido, semisólido o pastoso, por una congelación simultánea o posterior a la mezcla de las materias primas utilizadas y que ha de mantener el grado de plasticidad y congelación suficiente, hasta el momento de su venta al consumidor.”*

(www.heladosgael.com, 2010) señala: *“El helado es un producto delicioso y nutritivo que se puede definir como leche batida, congelada, endulzada y concentrada, que es consumido en diferentes formas y tamaños.”*

Las mencionadas páginas web nos indican diversas definiciones de helado, sin embargo estas concuerdan en que el helado es un postre hecho a base de leche, saborizantes y azúcares, que al prepararse con estos ingredientes es llevado a estado sólido o semisólido, a temperaturas que están bajo los cero grados

centígrados, de tal manera que pueda mantener aquella plasticidad y congelación, hasta el momento en que es expedido o vendido a los consumidores finales.

Heladosgael.com nos indican que por aquel grado de flexibilidad y enfriamiento, el helado puede ser vendido en diversas formas y tamaños de acuerdo a las necesidades y gustos de los clientes.

Los helados no poseen únicamente los ingredientes antes indicados, pueden estar elaborados con frutas, grasa hidrogenada de coco o palmiste y agua en vez de leche; para casos de industrialización o de alta producción es elaborado con aire batido, esto permite que el producto se expanda con la finalidad de agrandar su contextura con la misma cantidad de materia prima utilizada.

Con las definiciones antes enunciadas puedo decir que el helado es un postre delicioso y nutritivo, hecho a base de endulzantes, leche o agua, saborizantes, edulcorantes, frutas, grasa hidrogenada y en la mayoría de los casos con aire batido, que después de un proceso de elaboración es sometido a temperaturas bajas para llevarlo a un estado sólido y así poder mantenerlo en un grado de plasticidad y congelación suficiente hasta el momento de su venta al consumidor, que puede pedirlo en diferentes formas y tamaños.

2.1.1 TIPOS DE HELADOS

❖ HELADOS DE CREMA

Este helado contiene como mínimo un 8 por 100 de materia grasa de origen lácteo y como mínimo un 2,5 por 100 de proteínas de origen lácteo.

❖ HELADOS DE LECHE

Se lo puede elaborar con leche entera. Los mínimos son aproximadamente un 70 por cien de la fórmula. Se utiliza otras combinaciones tipo Leche en Polvo + Nata.

❖ **HELADO DE LECHE DESNATADA**

Este helado se puede elaborar con leche desnatada. También se utiliza leche en polvo desnatada.

❖ **HELADO.**

Helado pensado para los industriales, tiene grasa hidrogenada de coco o palmiste y la posibilidad de incorporar solo proteínas lácteas, leche en polvo, o leche entera.

❖ **HELADO DE AGUA.**

No llevan normalmente productos lácteos.

❖ **SHERBETS O SORBETES**

Poseen azúcar, agua, fruta, color, sabor, estabilizantes y a veces sólidos de leche en forma de leche descremada en polvo, leche entera en polvo o leche condensada.

❖ **HELADOS DE FRUTA**

Fracción de fruta del 20%. Hay cuatro tipos de helados de fruta: con componentes lácteos y con aire batido, con pocos componentes lácteos y con aire batido, sin componentes lácteos y con aire batido y sin componentes lácteos y sin aire batido.

❖ **HELADOS DE YOGUR**

Contiene de 3 a 6% de grasa, de 11 a 20% de azúcares, de 10 a 12% de sólidos no grasos, 0.85% de estabilizantes y emulsificantes y un promedio de 70% de agua; también pueden estar elaborados con frutas.

❖ **HELADOS DIETÉTICOS**

Tienen pulpa de fruta en ciertos grados y un bajo contenido calórico. Contiene 14.4% de azúcar, 9.6% de jarabe o miel, 73% de agua y 3% de base fructosa.

2.1.2 CALIDADES DE HELADO

Existen en el mercado tres calidades de helado:

❖ HELADOS INDUSTRIALES

Estos helados existen en los supermercados, kioscos o restaurantes económicos, se los elabora de manera automática con saborizantes y colorantes, posee gran cantidad de aire, por lo que el helado es liviano y se lo puede ofrecer a precios muy bajos.

❖ HELADOS ARTESANALES

Los restaurantes de categoría alta y las heladería artesanales elaboran este tipo de helados, que son de alta calidad y muy personalizados. Para su producción se emplea insumos frescos y no se utiliza saborizantes, colorantes ni conservantes, no poseen aire incorporado y son de aspecto cremoso. Considerando la calidad y cantidad de insumos empleados en este tipo de helado, su precio es más alto que el industrial.

❖ HELADO SOFT

Se lo consigue en restaurantes de comida rápida. La mezcla base se coloca en una pequeña máquina mantecadora y accionando un grifo se extrae el helado en el momento. Tiene gran cantidad de aire, por lo que es muy liviano y de textura suave; su calidad es media-baja y su costo es muy barato.

2.2 CONOS PARA HELADO

2.2.1 HISTORIA DE LOS CONOS DE HELADO

El origen de cono comienza a principios del siglo XX, antes de esta época las personas consumían el helado en tazas o copas de cristal, sin embargo en el siglo XV existían las antecesoras de los conos, las obleas que son unas hojas de forma circular muy delgadas hechas con harina, sal y agua y que se utiliza como cubierta o base de algunos dulces.

Estas obleas eran demasiado frágiles, los fabricantes las producían de manera artesanal como unos panes y las cocinaban sobre el fuego con tenazas especiales. Este producto que comenzó siendo un dulce que se lo consumía en las calles, luego se convirtió en una especialidad "ancestral", debido a la escuela vienesa que lo utilizó en la confitería moderna, primero como un ingrediente y luego como una decoración.

Después de estos acontecimientos aparece el cono, aunque su origen es reciente e incierto. Según las historias, los conos aparecieron en los primeros años del siglo XX debido a Vittorio Marchionni, un italiano que emigró a los Estados Unidos y que estaba buscando una manera de vender helado a los niños en edad escolar.

Otras fuentes indican la invención al americano, Charles Menches. Otros al sirio, Ernest Hamwi que en 1904 observó a los visitantes de la Feria de muestras de St. Louis, comprar sus obleas y consumirlas con helado. Gracias a esta observación, intentó enrollar la oblea, cuando todavía estaba caliente, en forma de una bolsa pequeña para que pudiera llenarse allí de helado. Sin embargo en 1910 el cono aparece oficialmente por primera vez en Italia en una Exhibición en Turín, gracias al inventor del cono de la oblea dulce, Giovanni Torre de Liguria. Desde entonces, su popularidad creció en todo el mundo.

2.2.2 DEFINICIÓN DE CONO PARA HELADO

Para comprender mejor el significado de la palabra cono, se muestra a continuación las siguientes definiciones:

(www.mundohelado.com, 2010) manifiesta: *“Los conos son parte integrante del helado, así como el símbolo del helado artesanal y las obleas son su complemento ideal. En otros términos, son algo más que un apoyo trivial o una decoración más”*

(www.wikipedia.org, 2008) señala: *“Un cono de helado, tocar o corneta es un cono en forma de pasta , generalmente hecha de una oblea similar en textura a*

una galleta , en la que el helado se sirve, de forma que pueda comer sin un cuenco o una cuchara.”

Mundohelado.com señala que el cono es un complemento ideal para el consumo del helado, puesto que ayuda a que la degustación de este postre sólido sea menos complicada de hacerla.

Wikipedia. org, en cambio expresa que el cono es también conocido como tocar o corneta; posee una textura como de galleta y una forma de pasta, en la que el helado se sirve para evitar que se lo consuma en una recipiente y con una cuchara.

De acuerdo con la explicación de estos dos conceptos se puede determinar que las definiciones antes enunciadas sobre el cono para helado concuerdan en que este es una oblea y que es parte integrante del helado, ya que sirve como un soporte para que el helado pueda ser degustado con facilidad o sin la ayuda de otros implementos.

Con el análisis realizado a las definiciones anteriores puedo dar mi propia definición de cono para helado, exponiendo que es un pasta de galleta, que está hecha a base de agua o leche, harina, huevos y azúcar; el cual tiene diversas formas y tamaños según las necesidades de presentación que se necesita hacer al momento de servir el helado, pues de acuerdo a esto también nos dará mayor prestancia gastronómica y mejor visualización del producto que se va a vender, pudiendo por lo tanto según el cono, no utilizar cucharas u otro instrumento para servirnos.

2.2.3 TIPOS DE CONOS PARA HELADO

Existen tres tipos de conos para helado en el mercado:

❖ CONO DE PASTA

Los conos de pasta también conocidos como conos de pastel, poseen una contextura muy frágil y delgada, son de calidad media-baja, por lo que su costo es

barato y tiene una gran aceptación en el mercado, debido a que minimiza el precio de venta del helado en cono.

❖ **CONO DE AZÚCAR**

Los conos de galleta son aquellos que son producidos con más azúcar que el cono de galleta, algunas industrias lo fabrican con azúcar morena para dar brindar otra textura, color y sabor.

❖ **CONO DE GALLETA**

El cono de galleta es de mayor calidad, ya que su textura es crujiente y más durable; aunque su costo sea más elevado que el cono de pastel, brinda un mejor sabor al momento de consumir un helado y requiere de mayor cuidado para su fabricación.

2.2.4 FORMAS DE CONOS PARA HELADO

Existen muchas formas para los conos de helado, esto va según los gustos y preferencias de los consumidores, por lo que podemos encontrar en mercado conos como:

❖ **EL CONO "CLÁSICO"**

Con una forma geométrica regular y liso o decorado en los bordes.

❖ **LA "TAZA"**

Tiene una forma más grande y borde de distintos diseños (triangular, cuadrada, hexagonal o en forma de flor).

❖ **EL "VASO"**

También conocido como taza truncada, con tallo cortado.

❖ **EL CESTO**

Este es una clase de canasta de oblea.

También los conos tienen varios tamaños, que difieren en el diámetro de sus márgenes o en su longitud global, van desde 100 mm hasta 200 mm. Los conos pequeños (disponible en versiones coloreadas) se usan para decorar las copas de helados y permiten que los clientes disfruten de nuevos sabores.

Los conos pueden ser dulces, no muy dulces, saborizados con vainilla, limón o licor o incluso decorados. Las decoraciones incluyen una cobertura de chocolate interna o la superficie externa cubierta parcialmente con cacao, trozos de avellana, coco y trozos blancos o coloreados de azúcar.

2.3 DEFINICIÓN DE FÁBRICA

La fábrica es el lugar donde se llevan a cabo los procesos de elaboración de los productos que se van a ofertar, pero para tener más claro el concepto de este término, se expresa a continuación las siguientes definiciones:

(ANZOLA, 2002) manifiesta: *“Empresas de transformación son aquellas que se dedican a la producción de bienes. Por ejemplo, una fábrica de calzado, una maquiladora de ropa, etc.”* pág. 75

(GARCÍA, 2001) afirma: *“La empresa de transformación se dedica a la adquisición de materias primas para transformarlas física y/o químicamente y ofrecer un producto a los consumidores diferente a la que la empresa adquirió.”* pág. 7

(MICROSOFT ENCARTA, 2009) expresa: *“Establecimiento dotado de la maquinaria, herramienta e instalaciones necesarias para la fabricación de ciertos objetos, obtención de determinados productos o transformación industrial de una fuente de energía.”*

Los conceptos enunciados por los tres autores coinciden en que una fábrica es una empresa de transformación dedicada a la producción de bienes, diferentes a los que se adquirió para su elaboración.

Juan García Colín afirma que para la producción de estos bienes se necesita de materias primas que al transformarlas física o químicamente se crea objetos o bienes que serán ofertados a los consumidores según las necesidades y características deseadas.

Microsoft Encarta menciona también que una fábrica es un establecimiento compuesto de maquinarias, instalaciones, herramientas e instrumentos adecuados para su funcionamiento y para la elaboración de los bienes o productos, que deben estar de acuerdo a los requerimientos del mercado.

Con referencia a las definiciones de los autores antes mencionados puedo dar mi propia definición de fábrica, expresándola como una industria en la cual se realizan procesos de transformación de materias primas en productos terminados, que serán entregados a los consumidores, según los deseos, preferencias y necesidades del mercado.

Para la elaboración de un bien se requiere también de otros costos de producción como mano de obra y gastos indirectos de fabricación (servicios básicos, arriendo, materia prima indirecta, mano de obra indirecta, depreciaciones, amortizaciones, etc.) que son indispensables y parte integral del bien a fabricar; además una fábrica debe estar conformada con la maquinaria, herramientas e instalaciones necesarias y adecuadas para que el artículo a producir posea los requerimientos de calidad, seguridad y salubridad deseados; y sobre todo sea un establecimiento que brinde seguridad a las personas que vayan a operar en el.

2.3.1 TAMAÑO DE LA FÁBRICA

Para determinar el tamaño de la empresa, en este caso de una fábrica, se debe considerar la actividad económica a la que está dirigida y de acuerdo a esto se puede clasificarla de la siguiente manera:

CUADRO N° 14
TAMAÑO DE EMPRESA

TAMAÑO DE LA EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS
Microempresa	2 a 20
Pequeña empresa	11 a 50
Mediana empresa	51 a 200
Gran empresa	Más de 200

Fuente: Texto: Manual para la creación de Empresas

Autor: Carlos Julio Galindo Ruiz

Año: 2004

Tomando en cuenta que para la creación de una fábrica de conos en que la tecnología de la maquinaria y demás equipos funcionan de manera automática, el tamaño de esta se la consideraría como la de una microempresa en donde el número de empleados a contratar están entre 2 a 20 personas.

2.3.2 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La ubicación de la fábrica hace referencia a dos situaciones:

2.3.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

Por medio de la macro localización se puede conocer la ubicación de la fábrica en el país, región y ciudad donde se la quiere crear, además del sitio en donde puede tener más influencia su presencia; para la macro localización tomamos en cuenta los siguientes aspectos:

a) Geográficos

En este aspecto se observa si la fábrica está cerca de los contratistas, proveedores, operarios y clientes.

b) Climáticos

La fábrica puede estar ubicada en un sitio de clima frío, cálido, seco o templado, esto depende la actividad productiva que se desea realizar.

c) Malla vial, fluvial, aérea o férrea

Esto trata de la logística de la empresa, es decir, de los medios de transporte requeridos para la adquisición de materias primas y despacho de los productos elaborados; el transporte es importante, ya que de esto depende el desarrollo del proceso productivo de los bienes a ofertar, además que permite disminuir costos de transporte y flete.

2.3.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

Un conocimiento y análisis de la micro localización de la fábrica, ayuda a determinar la influencia de la misma en sector que se va a situar; además la necesidad de realizar un examen a los siguientes aspectos, permitirá evaluar el éxito o fracaso de la fábrica:

a) Estrato

De acuerdo al segmento de mercado al que va dirigido el producto a elaborar, se la clasificará en un estrato alto, medio o bajo.

b) Área de influencia

Se considera en el área de influencia los factores de logística empleados para la compra de materia prima, comercialización, distribución de productos, clientes, competidores, etc.

c) Competidores

El conocer a nuestros competidores es de suma importancia, porque permite mejorar el bien a producir, sin embargo para que esto suceda debemos identificarlos, dónde se encuentran localizados, cuáles son sus clientes potenciales, cuáles son sus proveedores, a qué precio venden sus productos, que estrategias de venta utilizan, etc.

d) Clientes

También se debe hacer un análisis de los clientes, cuáles son sus preferencias, sus gustos, cuál es el segmento de mercado al que nos dirigimos, donde están localizados, cuál es su poder económico, etc.

2.3.3 DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Para el eficiente desarrollo de proceso productivo, es importante determinar cuál será la distribución de la fábrica, con el fin de optimizar los procesos y recursos.

Una adecuada distribución de la planta, permite condiciones favorables para el empresario como para los trabajadores, porque al estar ubicadas las maquinarias, equipos y herramientas de manera correcta genera un ahorro de tiempo, dinero y a la vez seguridad para los operarios, por eso se debe conocer los espacios que se deja entre máquinas, la altura de los equipos, el peso de cada uno de ellos, su forma y diseño y la cantidad de equipos requeridos para la fabricación.

El empresario también debe tener en cuenta el proceso productivo del artículo o bien a elaborar, ya que de eso también depende la correcta colocación de los equipos dentro del espacio físico. Hay que también considerar otros implementos para el funcionamiento de la fábrica, como la ventilación, muebles y enseres, materiales de los pisos, paredes, equipos de seguridad, etc.; un asesoramiento técnico sería de gran ayuda.

También se debe tomar en cuenta otros factores como:

❖ MATERIALES

Es necesario conocer el tamaño, peso, forma, volumen y características físicas y químicas de los insumos que se utilizarán en proceso de fabricación del producto.

❖ **MANO DE OBRA**

Es importante evaluar y analizar la mano de obra que se requerirá, puesto que la calificación de los mismos permite determinar el grado de conocimientos y su nivel de experiencia en el manejo de los equipos, también permite conocer su grado de competencia y de superación, creando eficiencia y eficacia en el desarrollo de la producción; además que se debe también considerar los factores psicológicos que pueden influir positiva o negativamente en el desempeño laboral. El brindar seguridad al trabajador es indispensable y permite evitar riesgos laborales, por eso es necesario contar con adecuada iluminación, temperatura, controlar el ruido, ventilación, seguridad industrial, etc.

❖ **EL MOVIMIENTO**

Para evitar el almacenamiento de materiales, se debe tomar en cuenta los desplazamientos que se realizan de los materiales, mano de obra, maquinaria, equipos, productos en proceso, etc.

❖ **LAS ESPERAS**

Las esperas se crean por congestión en la línea de producción, maquinaria averiada, falta de operarios, falta de insumos, conflictos laborales y cuellos de botella que crean retrasos en el proceso productivo así como pérdidas de dinero.

❖ **SERVICIOS AUXILIARES**

Son servicios de ayuda o apoyo para el personal como para las maquinarias, detallados de la siguiente manera:

- a) Servicios Auxiliares para el Personal: primeros auxilios, equipos contra incendios, comités paritarios, etc.
- b) Servicios Auxiliares para la Maquinaria: mantenimiento, herramientas, repuestos, aseo, etc.

❖ **EL EDIFICIO**

El edificio debe estar adecuado para la instalación de las maquinarias y equipos, de tal manera que cumpla con los requisitos siguientes: forma de la planta de

producción, rutas de acceso, y de evacuación, escaleras, puertas y ventanas para la iluminación y seguridad, canales de desagüe, diseño y capacidad del sistema eléctrico, altura de techos, etc.

2.3.4 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada se refiere al número de unidades que se producirán en un tiempo establecido, este depende de la cantidad de maquinarias y equipos que posea la empresa y a la tecnología que estas maquinarias tengan, ya que hoy en día este un factor importante para la competitividad, puesto que si hay procesos productivos lentos habría pérdida de dinero y de clientes, y si en cambio tenemos exceso en la producción, se estaría condenado a reducir precios para mantener un stock adecuado de artículos.

2.3.5 NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

Al distribuir los elementos en la fábrica, hay que tomar en cuenta normas de seguridad e higiene para las máquinas, los insumos y los trabajadores; además que se deben aplicar estándares según el tipo de producto a ofertarse.

La organización Internacional de trabajo ha realizado una serie de normas que incluyen aspectos como: materiales para los pisos, techos, disposición de equipos, de personal, control del ruido, iluminación del puesto de trabajo, ventilación, materiales para la manipulación de insumos y productos, etc.

Las bodegas de materia prima y artículos terminados deben poseer condiciones de temperatura, humedad, espacio u otra característica especial, para evitar el maltrato, pérdida de propiedades, desperdicio, etc.

La maquinaria debe estar correctamente instalada, evitar el cambio constante de lugar y que sea usada para el fin que ha sido diseñada.

La seguridad de los trabajadores es lo más importante de todo, se debe crear manuales o normas de seguridad con el objeto de no tener riesgos laborales; así como de entregar al personal los implementos y vestimenta necesaria para el trabajo que realice.

2.3.6 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN

Para el funcionamiento de una empresa hay que contar con los siguientes requisitos de acuerdo al tipo de empresa que se desea crear:

CUADRO N° 15
REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS

EMPRESAS MERCANTILES	EMPRESAS CIVILES	EMPRESAS DE HECHO
<ul style="list-style-type: none"> • Escritura pública de constitución de la compañía; • Aprobación en la Superintendencia de Compañías; • Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria; • Inscripción en el Registro Mercantil ; • Los tipos de sociedades mercantiles son: nombre colectivo, comandita simple, responsabilidad limitada, anónima y economía mixta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Empresa Civil, para lo cual necesitamos llenar el estatuto de constitución y reconocerlo ante un juez de lo civil. 	<p>Ninguno</p>

Fuente: Creación y Formalización de la Microempresa Civil

Autor: Luis Torres Rodríguez

Año: 2005

CUADRO N° 16

REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS

EMPRESAS MERCANTILES	EMPRESAS CIVILES	EMPRESAS DE HECHO
Registro Único de Contribuyentes; Patente; Dependiendo de la actividad, requiere del permiso Sanitario; Debe afiliarse a una de las cámaras dependiendo de la actividad.	RUC y patente para empresas permanentes. Ninguna, para actividades de corta duración, como compra venta de 1 vehículo.	Registro Único de Contribuyentes; Patente; Dependiendo de la actividad, requiere del permiso sanitario y otros.

Fuente: Creación y Formalización de la Microempresa Civil

Autor: Luis Torres Rodríguez

Año: 2005

2.4 DEFINICIÓN DE PRODUCCIÓN

(DICCIONARIO DE MARKETING, 1999) afirma *“Proceso que permite al fabricante poner a disposición del mercado un producto. Para que esta operación produzca beneficios, los costes deben mantenerse en un nivel aceptable en relación al precio y al volumen de unidades producido. Asimismo, la calidad de producto debe cumplir los requisitos mínimos del mercado.”* pág. 272

(ANZOLA, 2002) manifiesta: *“Producción es la transformación de insumos, de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios.”* pág. 221

(<http://definicion.de/produccion/>, 2010) expresa: *“La producción es la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción es uno de los principales procesos económicos y el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.”*

De acuerdo con las tres definiciones anteriormente indicadas, se puede establecer que estas coinciden al expresar que producción es el procesamiento de bienes o artículos, creados para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Según el Diccionario de Marketing este proceso debe generar rentabilidad, procurando que los costos de fabricación sean considerados y aceptables, manteniendo un margen de beneficio ideal en relación al precio de venta y al volumen de producción; además el bien a elaborar debe poseer condiciones adicionales como la calidad para que tenga aceptación en el mercado y pueda competir con productos similares o sustitutos.

Para Sérvulo Anzola la producción es la transformación de materia prima, talento humano y recursos físicos como maquinaria, equipos, gastos indirectos, tiempo; en productos que son deseados y necesitados en el mercado.

También la página web, definicionesdeproduccion.com, afirma que la producción es un importante proceso económico, puesto que al crear bienes para satisfacer al mercado, también se crea riqueza y desarrollo económico e industrial para el sector en la cual se opera, por cuanto genera fuentes de trabajo que mejoran las condiciones de vida de las personas.

Con el análisis realizado a estas definiciones, puedo señalar a la producción como un proceso de fabricación, en el cual se transforma materia prima, talento humano, recursos físicos y tiempo para crear un producto terminado que trate de superar las expectativas y necesidades del mercado y sobre todo que de satisfacción a los deseos de los consumidores, procurando excelencia de calidad en el bien entregado. La producción es una etapa importante para el desarrollo económico de una ciudad o de un país, ya que al generar fuentes de empleo también se genera riqueza para el sector, por cuanto se cambiaría la actitud de consumo por producción y venta de bienes que creen beneficios y ganancias.

2.4.1 ASPECTOS PARA UN ADECUADO PLAN DE PRODUCCIÓN

Un plan de producción permite conocer el financiamiento y gestión de los recursos que van a ser utilizados en proceso de fabricación y para la elaboración del mismo se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Conocer la posibilidad técnica de fabricación del producto
- b) Analizar y determinar el tamaño óptimo, localización óptima, equipos, instalaciones y organización requerida para realizar la producción.

Para la parte productiva se debe considerar las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál es la demanda pronosticada?
- b) ¿Aproximadamente qué cantidad de sus producto puede vender semanalmente, mensualmente?

2.4.2 PROCESOS DE FABRICACIÓN

Es fundamental que el microempresario conozca el proceso de fabricación de sus productos, ya que de ello dependerán algunos aspectos como materia prima, eficiencia en los procesos, que se traducen en un mejor servicio para el cliente, calidad y ahorro económico.

Dentro del proceso de fabricación se incluyen elementos que son indispensables para la elaboración del bien a crear, estos son: materia prima o insumos, mano de obra y otros costos o gastos de fabricación.

2.4.2.1 MATERIA PRIMA

(ANZOLA, 2002) manifiesta: *“Son los elementos, partes o sustancias que está compuesto el producto terminado.”* pág. 227

(GALINDO, 2004) afirma: *“Son todos los insumos necesarios que utiliza el producto o servicio, su especificación se hace en unidades, y se multiplica por el volumen de producción de cada periodo.”* pág. 57

(GARCÍA, 2001) señala: *“Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.”* pág. 16

Las definiciones expresadas por los autores en cuanto a materia prima indican que son elementos, insumos o materiales que serán sometidos a procesos de transformación para la fabricación de un producto o servicio; estos elementos son un compuesto del bien terminado, ya que sin ellos no existiría proceso de elaboración ni producto para la venta.

Con esta explicación, manifiesto a continuación mi propia definición sobre materia prima considerándola como todos los insumos utilizados para crear el producto a ofertar, es decir, son los elementos compuestos en el artículo final, los cuales has pasado por un proceso de transformación.

La materia prima se divide en: Materia Prima Directa y Materia Prima Indirecta

La materia prima directa son aquellos materiales que se los pueden identificar y cuantificar, de acuerdo con el volumen de unidades producidas.

La materia prima indirecta, son aquellos insumos, difíciles de identificar y cuantificar, por eso forman parte de los gastos indirectos de fabricación.

2.4.2.2 MANO DE OBRA

(ANZOLA, 2002) manifiesta: *“La mano de obra se refiere a las personas que forman parte del proceso productivo y que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima y logran el producto terminado.”* pág. 226

(GARCÍA, 2001) señala: *“Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.”* pág. 16

(GALINDO, 2004) afirma: *“Personas que la empresa ha contratado para que laboren en el proceso productivo, inciden directamente en los cambios y transformación de las materias primas utilizadas en la elaboración de los productos o servicios.”* pág. 89

(CANTOS, 2002) expresa: *“Es la utilizada para la transformación de su materia prima en producto terminado.”* pág. 133

Los cuatro autores concuerdan en que la mano de obra son las personas que la empresa contrata para que intervengan en el proceso productivo de transformación de la materia prima en productos terminados, por medio de su esfuerzo y trabajo físico.

Con las definiciones de los autores anteriores puedo conceptualizar a la mano de obra como el esfuerzo humano utilizado en el proceso productivo y transformación o cambio la materia prima en producto terminado.

Como en la materia prima, la mano de obra también se divide en: Mano de Obra Directa y Mano de Obra Indirecta

La mano de obra directa es aquella cuya actividad se puede identificar y cuantificar en el proceso de producción, sea por unidades elaboradas o por el tiempo de producción; dentro de la mano de obra directa hay que considerar también las prestaciones u obligaciones patronales.

La mano de obra indirecta está considerada dentro de los gastos indirectos de fabricación, puesto que no se involucra directamente en la producción del bien, por ejemplo los supervisores de planta.

2.4.2.3 GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

(GARCÍA, 2001) señala: *“Son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente*

con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centro de costos determinados.”pág. 16

(GALINDO, 2004) manifiesta: *“Son aquellos en que incurre la empresa durante su proceso productivo, pero que no forman parte del costo primo = (materias primas + mano de obra directa).”pág. 90*

Estas definiciones manifiestan que los costos indirectos de fabricación son aquellos que se incurren en la elaboración del producto, pero que no pueden ser cuantificados y valorados con exactitud en cada unidad producida, por lo que son estimados a través de horas máquina u horas hombre.

He tomado estos autores para definir que los gastos indirectos de fabricación son aquellos costos que la empresa no los puede identificar y cuantificar, sin embargo se los puede calcular por medio de tasas estándar, estos costos no forman parte del costo primo, sin embargo están dentro de los costos de conversión = (mano de obra directa + gastos indirectos de fabricación).

2.4.3 MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE FABRICACIÓN

Se debe conocer cuáles serán las maquinarias y equipos necesarios para la fabricación de un producto, para esto se debe cotizar en el mercado alguna opciones de manera que se encuentre la maquinaria y equipo adecuado para el proceso de elaboración, sin embargo el objetivo tampoco es adquirir equipos nuevos, si se tiene en mente maquinaria usada se debe contar con el apoyo de un técnico que nos indique si la maquinaria o equipo se encuentra en las mejores condiciones de uso.

En la adquisición de una maquinaria también hay que tomar en cuenta ciertos aspectos como si esta es adaptable al proceso, espacio físico, eficiencia, disponibilidad económica, energía, costo de instalación, flexibilidad para adaptarse a otros procesos, consumo de energía, mano de obra, costo de mantenimiento y disponibilidad en el mercado de repuesto y accesorios.

2.4.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Es de vital importancia determinar la capacidad de cubrir la demanda proyectada, para esto se debe preguntar:

¿Cuál es la capacidad en unidades de sus máquinas?

¿Cuál es la capacidad real de producción que tiene en cuenta las posibles contingencias y restricciones de su sistema?

2.4.5 PROVEEDORES

(CANTOS, 2002) expresa: *“Los proveedores representan el inicio de la cadena de valor de los procesos y tienen un rol fundamental porque son quienes entregan los insumos y materias primas con los que se elaborará un producto o con los que se prestará un servicio.”* pág. 124

Según lo indicado por la autora anterior, los proveedores son importantes en la producción de bienes y servicios puestos que son los iniciadores del proceso productivo al entregar las materias primas objeto de transformación.

A esta explicación, puedo definir a los proveedores como quienes entregan los insumos necesarios para la fabricación de un producto y poseen un rol muy importante, ya que de ellos depende que las materias primas sean de calidad y entregadas a tiempo; además los proveedores proporcionan el financiamiento necesario, por medio de sus créditos a 30, 60 o 90 días.

Para identificar a un proveedor se debe preguntar

¿Quiénes son?

¿Cuál es su localización?

¿Qué otros proveedores más pueden ofrecer la misma materia prima o sus sustituto?

¿Cuáles son los proveedores de la competencia?

¿Cómo es trato con sus proveedores?

¿Qué beneficios ofrecen en cuanto a tiempos de entrega, precio, disponibilidad, calidad?

2.5 DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

(DICCIONARIO DE MARKETING, 1999) afirma *“Proceso por el cual, los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas.”* pág. 57

(www.definicionabc.com, 2008) manifiesta: *“Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.”*

(www.monografias.com, 2007) *“La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización.”*

Estas definiciones expresan a la comercialización como un proceso en que el bien elaborado pasa a operaciones o actividades de compra-venta, es decir la forma en que el producto es llevado a los clientes que pueden ser determinados como minoristas o mayoristas.

He tomado las definiciones de los autores anteriores para dar mi propio concepto de comercialización, entendida como un conjunto de actividades que se encarga de entregar a los consumidores o clientes el producto después de haber pasado por el proceso de producción, es decir se facilita la venta del artículo a través de diferentes fases u operaciones.

En la comercialización es importante fijar los mejores canales de distribución para que los consumidores tengan más facilidad y oportunidad de acceder o adquirir el producto fabricado, puesto que si no emplea los medios adecuados para la distribución, el cliente no accederá al producto de forma eficiente por más que este sea de excelente calidad y precio.

2.5.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GALINDO, 2004) afirma: *“Es la ruta que sigue un producto o servicio desde su proceso de fabricación hasta llegar al consumidor final, involucra a todos los intermediarios que interviene en este proceso.”* pág. 35

(LONGENECKER, 2007) dicen: *“Sistema de relaciones establecidas para guiar el desplazamiento de un producto.”* pág. 350

(GARCÍA, 2001) expresa *“Vía que el fabricante elige para hacer llegar su producción a los consumidores finales”* pág. 75

Los autores mencionados coinciden en sus definiciones al argumentar que un canal de distribución, es una ruta, sistema o vía en que un producto es dirigido hasta sus consumidores finales.

Con estas definiciones puedo determinar que un canal de distribución es la ruta, la guía o la vía donde se elige pasar a los consumidores el producto terminado, deteniéndose en varios puntos o fases, esto garantiza que el producto se distribuya o se comercialice en el mercado.

2.5.2 COMPETENCIA

(CANTOS, 2002) expresa: *“Es todo aquel otro oferente de su producto en otra marca, otra presentación o de un producto sustituto del suyo.”* pág. 105

La explicación dada por la autora a este término, me permite definir a la competencia a quienes ofrecen al mercado los mismos productos que ofrece una empresa o productos sustitutos, los competidores por lo general buscan conquistar los clientes de otras empresas, mejorando su productividad y estrategias de ventas.

❖ REQUISITOS PARA CONOCER A LA COMPETENCIAS

- a) La ubicación geográfica dónde está localizada la competencia
- b) Las ventajas de precio, servicio, calidad, diseño
- c) El FODA de la competencia
- d) ¿Cuáles son sus clientes?
- e) ¿Cómo es su aceptación en el mercado?
- f) ¿Qué prácticas administrativas de producción y comercialización utiliza?

2.5.3 MARCA Y PATENTE

3.5.3.1 PATENTE

(LONGENECKER, 2007) afirman: *“Derecho exclusivo registrado de un inventor para hacer, usar o vender un invento.”* pág. 348

(www.wikipedia.com, 2010) manifiesta: *“Una patente es un conjunto de derechos exclusivos concedidos por un Estado a un inventor o a su cesionario, por un período limitado de tiempo a cambio de la divulgación de una invención.”*

Según la argumentación de los autores en lo referente a patente, concuerdan en que es un derecho que una persona obtiene al inventar cierto artículo o servicio, estos derechos son valorados y concedidos por el Estado a cambio de que puedan ser compartidos con el resto de personas.

He tomado las definiciones de los autores antes mencionados para señalar a la patente como un derecho exclusivo concedido por el Estado a un inventor, para hacer uso o vender su invento, dentro de un periodo limitado.

3.5.3.2 MARCA

(LONGENECKER, 2007) afirman: *“Medio verbal o simbólico, o de ambos tipos, que permite la identificación de un producto.”* pág. 340

(ANZOLA, 2002) manifiesta: *“Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de los mismos, que identifica los bienes o servicios de una empresa y los diferencia de los de sus competidores.”* pág. 171

La marca es un nombre, símbolo o diseño que permite identificar a un bien o servicio exclusivo de una empresa; esto es en lo que concuerdan los autores antes mencionados, en la afirmación de sus definiciones.

He tomado como referencia a estos autores, para dar mi propia definición de Marca, señalando como un nombre, símbolo, medio verbal, término, signo, o diseño, o la combinación de todos estos elementos, que permite dar a conocer e identificar los bienes o servicios de una empresa para diferenciarlos de sus demás competidores.

Después de haber elaborado y diseñado el producto, se debe patentarlo de manera que no exista plagio e investigar si alguien más lo patentó. Los empresarios pueden acudir a instancias oficiales para que las mismas brinden protección necesaria y legalización para las patentes y marcas.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El presente proyecto permite demostrar la posibilidad de crear una fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra. La creación de esta fábrica está dirigida a los propietarios de heladerías de esta ciudad, puesto que ellos necesitan del cono como soporte para vender su producto principal que es el helado.

Los conos para helado prácticamente aparecieron a principios del siglo veinte en las ciudades de Estados Unidos y Europa pero se podrá considerar su aparición oficial en el año de 1910 en la Exhibición de Turín de Italia, este invento revolucionó la forma de comer un helado, ya que antes se lo consumía en tasas o copas, el cono permitió ser un soporte para el helado y a la vez una forma más agradable de presentación y consumo del mismo. La difusión de este invento fue a nivel mundial, extendiéndose inclusive hasta nuestro país. En el Ecuador se optó por utilizar los conos, debido a que la elaboración como el consumo del helado es alta y las personas necesitan de un soporte para una degustación apropiada y fácil de este postre frío. En muchas ciudades de nuestra nación podemos observar maneras distintas de elaborar helados, como por ejemplo los de paila, los de crema, los de agua que básicamente están hechos de jugos naturales, los de salcedo, los producidos por máquina que son otra variedad de los helados de crema , etc. Sin embargo no todos los helados que se elaboran necesitan del cono para ofertarse en el mercado, existen también la sección de palettería, en la cual, el helado es sujetado por un palo de madera aproximadamente de 10 cm.

La ciudad de Ibarra, cantón de la provincia de Imbabura se la conoce como la ciudad de los postres, porque aquí se preparan los más conocidos y exquisitos dulces a nivel nacional e incluso internacional, uno de ellos es el helado de paila. Este helado conocido a nivel nacional por su exquisito sabor pero sobre todo por

su dedicada producción artesanal, necesita del cono para ser ofertado en el mercado ya que la demanda de este helado es muy alta; también en la ciudad de Ibarra se puede encontrar helados de crema de diferentes marcas que requieren para su venta también del cono.

En nuestro país, la producción de conos es mínima, existen pocas fábricas dedicadas a elaborar este tipo de producto y de diferente forma, por eso se puede encontrar en el mercado conos de molde o más conocido como campeón que llevan poca azúcar y su estructura es más frágil y delgada que la del cono de galleta y el cono dulce o cono de galleta que tiene otra preparación y es horneado a más temperatura que el cono de molde.

La fábrica a crearse está enfocada a elaborar los conos de galleta por su calidad, textura y firmeza, pero además con un valor adicional y es que el cono de galleta tenga un sabor específico, que no sea únicamente de vainilla puede ser de chocolate, fresa, coco, naranja, limón etc.; aunque su costo sea alto que el de molde, sin embargo tiene otra textura y sabor que recompensa su debilidad en el costo.

En Ecuador existen dos grandes empresas dedicadas a elaborar conos de galleta estas son Chocono S.A. situada en la ciudad de Quito e Inshelsa de la ciudad de Guayaquil, aunque existen otras pequeñas empresas que fabrican conos de molde y conos de galleta en distintas ciudades del Ecuador.

Todo proyecto nace para satisfacer una necesidad de los consumidores y dado a que en la ciudad de Ibarra se adquiere helado en cono, este producto se presenta como una alternativa favorable debido a que en la ciudad no existe una fábrica dedicada a elaborar conos de galleta y más aún de sabores, lo que ayudaría a reducir costos de flete o transporte.

El estudio de mercado se refiere al análisis de la oferta y la demanda que son dos factores o dos variables que determinara la cantidad proyectada a producirse y el

precio que debe tener el producto o bien a fabricarse, ya que nuestra economía es libre y los precios lo rigen el mercado.

Se podría establecer que el mercado para este proyecto se determinaría como la oferta a la producción que crearía el proyecto y a la competencia, y con la demanda a la población, en este caso los comerciantes de negocios de heladerías de la ciudad de Ibarra como futuros compradores o clientes del cono de galleta.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de producir y comercializar conos de galleta en la ciudad de Ibarra.

3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Determinar si el producto a ofertarse tendrá aceptación en el mercado.
- ❖ Establecer las características, gustos y preferencias de la demanda.
- ❖ Establecer los precios de aceptación del producto.
- ❖ Determinar los proveedores adecuados para la adquisición de la materia prima.
- ❖ Establecer las políticas y estrategias para la comercialización de los conos de galleta.

3.2.3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

CUADRO N° 17					
MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO					
TEMA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA					
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA					
Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Fuentes	Instrumentos	Público meta
1.- Determinar si el producto a ofertarse tendrán aceptación en el mercado	Producto	- Productos sustitutos	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Precio	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Imagen Presentación	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Valor agregado	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Calidad	Primaria	Encuesta	Consumidores
2.- Establecer las características, gustos y preferencias de la demanda	Demanda	- Segmentación del mercado	Secundaria	Registros Poblacionales	Población Total
		- Fijación de Precios	Secundaria	Registros Históricos	Competencia
		-Demanda Histórica	Secundaria	Lincografía	Competencia
		-Preferencias del consumidor	Primaria	Encuesta	Consumidores
3.- Identificar y evaluar las características de la oferta	Oferta	- Nivel de Producción	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Identificación de competidores	Primaria y Secundaria	Observación y Registros Históricos	Competencia
		- Productos sustitutos	Primaria	Encuesta y Observación	Consumidores y Competencia
		- Productos complementarios	Primaria	Encuesta y Observación	Consumidores y Competencia
		- Estrategias de publicidad	Primaria y Secundaria	Observación y Lincografía	Competencia
4.- Establecer los precios de aceptación del producto	Precio	- Precio de mercado	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Precio psicológicos	Primaria	Observación	Competencia
		- Inflación	Secundaria	Índices Económicos	Ministerio de Agricultura y Ganadería, INEC
		- Utilidad	Secundaria	Proyección Registros Históricos	Competencia

5.- Determinar los proveedores adecuados para la adquisición de la materia prima	Proveedores	- Materia prima	Secundaria	Índices de Producción	Ministerio de Agricultura y Ganadería
		- Calidad de insumos	Secundaria	Lincografía	Posibles Proveedores
		- Volumen de compra	Secundaria	Lincografía	Posibles Proveedores
		- Precio de compra	Secundaria	Lincografía	Posibles Proveedores
		- Crédito	Secundaria	Lincografía	Posibles Proveedores
		- Descuento	Secundaria	Lincografía	Posibles Proveedores
6.- Establecer las políticas y estrategias para la comercialización de los conos de galleta	Comercialización	- Producto	Primaria	Encuesta y Observación	Consumidores y Competencia
		- Precio	Primaria	Encuesta	Consumidores y Competencia
		- Plaza	Primaria	Encuesta y Observación	Consumidores y Competencia
		- Promoción	Primaria	Encuesta	Consumidores
		- Atención y servicio al cliente	Primaria y Secundaria	Observación y Lincografía	Competencia

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Lo que pretende ofertar el presente proyecto al mercado de la ciudad de Ibarra son conos para helado del tipo galleta para el sector económico de heladerías.

Este producto se encuentra establecido por los siguientes aspectos:

3.3.1 CONO

El cono es un pasta hecha a partir de una oblea con textura de galleta, que está hecha a base de agua o leche, harina, huevos y azúcar, está elaborada para servir el helado y poder comerlo sin un cuenco o una cuchara, se los considera también como más que un apoyo trivial o una decoración más, sino un alimento adicional con el helado.

GRÁFICO N° 1
CONO PARA HELADO



3.3.1.1 CONO DE GALLETA

El cono de galleta es de mejor calidad, ya que su contextura es crujiente, dulce y más durable como el de una galleta; aunque su costo sea más elevado que el cono de molde o campeón, el cono de galleta brinda un mejor sabor al momento de consumir un helado y requiere de mayor cuidado para su fabricación.

Actualmente la producción de los conos de galleta lo comercializa Chocono S.A. abarcando casi la totalidad del mercado de la Región Sierra e Inshelsa el mercado de la Región Costa.

GRÁFICO N° 2
CONO DE GALLETA



GRÁFICO N° 3
CONOS DE MOLDE O CAMPEÓN



3.3.1.2 FORMAS DEL CONO

Existen muchas formas y variedades de conos, esto va según los gustos y preferencias de los consumidores, sin embargo el cono enfocado a elaborar para el mercado es el clásico, puesto que este es el más utilizado por los comerciantes de heladerías de la ciudad de Ibarra, de acuerdo a las observaciones realizadas. Este cono es de una forma geométrica regular y liso, su tamaño es de 10 cm. de largo y su diámetro superior de 50 mm.

GRÁFICO N° 4
CONOS CLÁSICO



GRÁFICO N° 5
FORMAS DE CONOS



3.3.1.3 SABOR DEL CONO

Los conos pueden ser dulces y no muy dulces, los conos de molde o campeón por lo regular no contienen azúcar o si lo llevan su cantidad es mínima de ahí que su textura es muy quebradiza, por el contrario los conos de galleta son dulces la mayoría de estos son fabricados con azúcar morena por eso su sabor es tan delicioso y agradable. También existen en el mercado conos saborizados con vainilla limón o licor hasta incluso decorados que incluyen una cobertura de chocolate interna o externamente están parcialmente cubiertos con cacao, avellana, coco o trozos blancos coloreados de azúcar.

La mayoría de heladerías de la ciudad de Ibarra utilizan los conos de galleta con sabor a vainilla; es por eso que se tiene enfocado producir conos de galleta con un sabor en especial que puede ser chocolate, coco, fresa, naranja, limón, mora, etc.; queriendo lograr que el producto a ofertarse en el mercado tenga un valor adicional, distinto al de la competencia en general.

3.4 MERCADO META

El mercado meta es una organización o un conjunto de clientes considerados como potenciales, es decir clientes a los cuales está enfocado directamente nuestro producto. Una empresa debe conocer, averiguar o analizar su mercado meta, de

esta forma podrá diseñar una mezcla de marketing que de satisfacción a la necesidades de los clientes potenciales.

Los clientes potenciales a los cuales está orientado este proyecto son los comerciantes de la ciudad de Ibarra que poseen negocios de heladerías y que necesiten de un cono para poder vender el helado.

Los principales consumidores están localizados en el sector urbano de la ciudad de Ibarra; hay que considerar que en esta ciudad existen setenta negocios de heladerías según datos proporcionados por el Municipio de Ibarra, sin embargo no todos estos negocios venden helados en cono, algunos son distribuidoras de helado y negocios de venta de helado en paletería. Se podría considerar alrededor de cuarenta establecimientos de heladería como potenciales clientes dentro de la ciudad de Ibarra.

Sin embargo para este estudio de mercado se ha orientado en recopilar información de los habitantes de la ciudad de Ibarra, para poder apreciar sus gustos y preferencias en relación al cono, esto permitirá fabricar los conos de galleta pensados y ofertarlos en las heladerías de acuerdo a la predilección de sus clientes.

3.5 SEGMENTO DE MERCADO

La segmentación del mercado es un proceso que divide al mercado en general en múltiples grupos más pequeños y homogéneos, de acuerdo al bien o servicio que se esté ofertando, es decir lo vital de la segmentación es que los miembros de cada grupo sean iguales en aspectos o factores que involucran la demanda. Es por eso que el éxito de una compañía o empresa radica en que pueda segmentar adecuadamente su mercado.

Una segmentación de mercado también permite diseñar el producto de acuerdo a la necesidad de ese pequeño grupo o población, es por eso que el mix de marketing (producto, precio, plaza y promoción) tiene una estrecha relación con la

segmentación, puesto que este es el camino en que el producto será acogido exitosamente por los clientes potenciales.

Por lo expuesto en el anterior análisis de segmentación de mercado, se puede considerar que este proyecto estará dirigido a las heladerías que consuman conos de galletas para sus helados, puesto que no todas las heladerías adquieren este tipo de cono, algunas prefieren adquirir el cono de molde o campeón por el precio que representa, menor al de galleta y teniendo la filosofía de que el cliente va por el helado y no por el cono, ya que es solo un soporte que algunas veces las personas no lo consumen.

Sin embargo como ya se obtuvo información de las heladerías del sector urbano de Ibarra, se obtendrá información de los habitantes de la ciudad para conocer las preferencias de los mismos por el cono, por lo cual se tomará la población de 15 años en adelante, puesto que desde esta edad se puede tener una predilección propia de lo que se desea consumir.

3.6 MARCO MUESTRAL

Para obtener información sobre los conos de galleta se seleccionó a la población de la ciudad de Ibarra de 10 años en adelante, esto permitirá conocer las particularidades y gustos de la demanda por el producto.

3.6.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para calcular la muestra se tomó en consideración los datos proporcionados por el INEC del año 2010 con relación al número de personas de 10 años en adelante en la ciudad de Ibarra obtenemos un total de 113497 habitantes, esta cantidad será proyectada para el año 2011 tomando como referencia la tasa de crecimiento anual del 1.86% establecida por el INEC, resultando un total de 115608 habitantes.

CUADRO N° 18**POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA DE 10 AÑOS EN ADELANTE**

Grupos de edad	ÁREA N° 100150		IBARRA
	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 10 a 14 años	7144	6928	14072
De 15 a 19 años	6694	6705	13399
De 20 a 24 años	6044	6499	12543
De 25 a 29 años	5501	6198	11699
De 30 a 34 años	4795	5498	10293
De 35 a 39 años	4353	5219	9572
De 40 a 44 años	3978	4627	8605
De 45 a 49 años	3543	4277	7820
De 50 a 54 años	2805	3139	5944
De 55 a 59 años	2290	2721	5011
De 60 a 64 años	1944	2166	4110
De 65 a 69 años	1548	1853	3401
De 70 a 74 años	1214	1425	2639
De 75 a 79 años	882	1045	1927
De 80 a 84 años	607	726	1333
De 85 a 89 años	322	380	702
De 90 a 94 años	131	190	321
De 95 a 99 años	32	61	93
De 100 años y más	6	7	13
Total	53833	59664	113497

Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

CUADRO N° 19**PROYECCIÓN DE HABITANTES PARA EL AÑO 2011**

Año	Población	Tasa de crecimiento
2010	113497	1.86%
2011	115608	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

3.6.1.1 FÓRMULA DE CÁLCULO

Para calcular la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

De donde se desprende:

N= Población o Universo

Z²= Valor crítico, valor dado del nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

δ²= Desviación típica de la población (0.5² = 0.25)

e= Error la medida de la muestra (5%; 0.05).

n= Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{115608 x (1.96)^2 x 0.25}{(0.05)^2(115608 - 1) + (1.96)^2 x 0.25}$$

$$n = \frac{111029.9232}{289.0175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{111029.9232}{289.9779}$$

$$n = 382.8909 \approx 383 \text{ encuestas}$$

3.6.2 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.6.2.1 ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE IBARRA DE 10 AÑOS EN ADELANTE.

Después de haber aplicado las encuestas a la población de la ciudad de Ibarra de 10 años en adelante se obtuvo los siguientes resultados:

PREGUNTA N° 1

1.- ¿Cada qué tiempo usted consume helado?

CUADRO N° 20

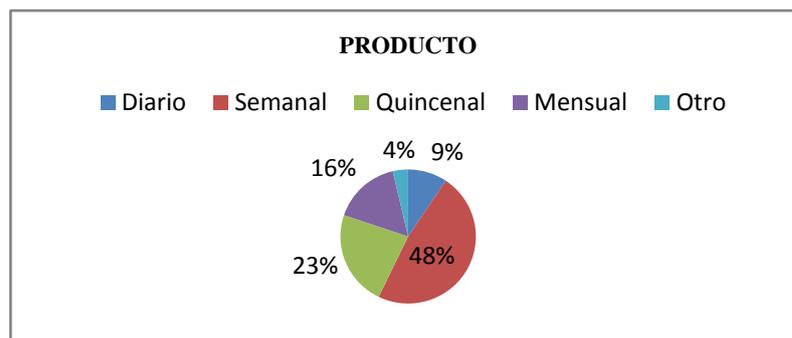
PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	36	9%
Semanal	183	48%
Quincenal	88	23%
Mensual	62	16%
Otro	14	4%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas consumen helado una vez por semana seguido por una vez quincenalmente; por lo general los fines de semanas y feriados es el tiempo en donde la mayoría de personas adquiere helado u otro producto que contenga el mismo. Para las heladerías estos días son muy importantes, ya que su producto tiene más salida en esta época sobre todo el helado en cono, por dos razones: la primera porque es más cómodo para los consumidores adquirir el helado en un soporte y seguir haciendo turismo por la ciudad y la segunda porque el espacio físico de las heladerías no abastece para atender a todos sus clientes.

PREGUNTA N° 2

Cuándo usted adquiere un helado, prefiere consumirlo en:

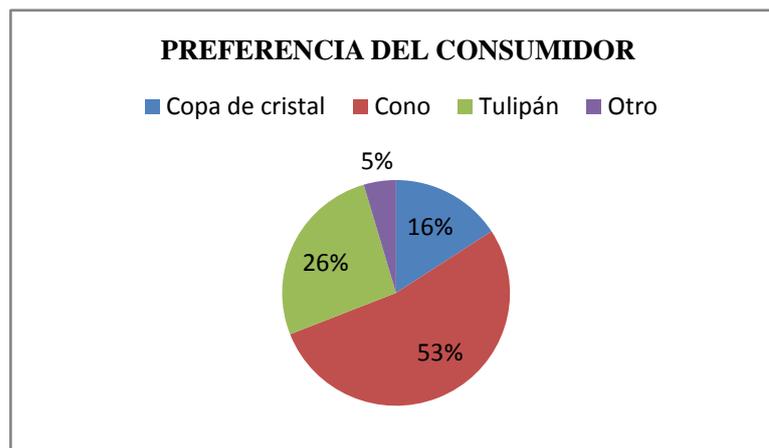
CUADRO N° 21
PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Copa de cristal	69	16%
Cono	232	53%
Tulipán	115	26%
Otro	20	5%
TOTAL	436	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de personas encuestadas prefieren consumir el helado en cono, ya que es más conocido, económico y menos complicado debido a que se puede comer un helado mientras se realiza otra actividad; por otra parte el tulipán también es un soporte apreciado por las personas aunque servir en este sea más costoso que en el cono, luego le sigue en copa de cristal cuando se decide consumirlo en las instalaciones de las heladerías y otros cuando se lo acompaña en otro postre como: ensalada de frutas, copa frisky, banana split, etc.

PREGUNTA N° 3

Cuándo usted compra un helado en cono, ¿en qué clase de cono le gusta adquirir el helado?

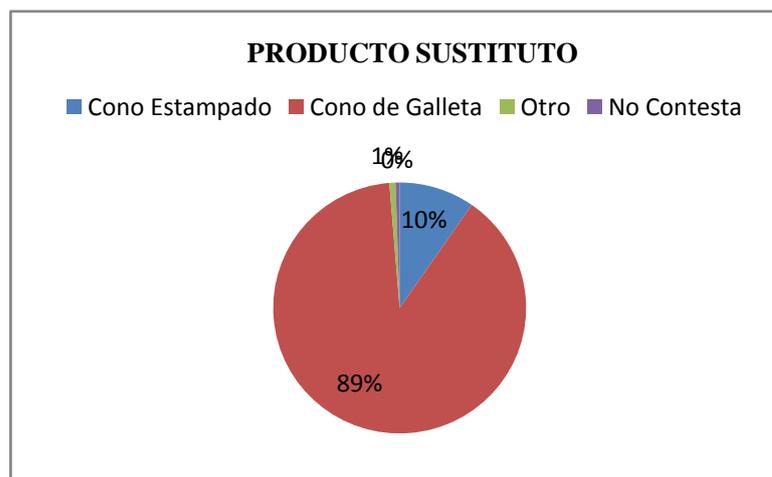
CUADRO N° 22

PRODUCTO SUSTITUTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cono Estampado	37	10%
Cono de Galleta	341	89%
Otro	3	1%
No Contesta	2	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Población urbana de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de personas prefieren adquirir el helado en cono de galleta por las siguientes razones: su contextura fuerte permite consumir el helado con más seguridad, su sabor por lo general a vainilla es muy agradable al paladar y porque este tipo de cómo se ha convertido en más que un soporte, es un acompañamiento para el helado. El cono estampado o de molde por ser económico, su calidad tiende a ser baja, puesto que es muy frágil e insípido al gusto, por lo tanto ciertas personas prefieren no comerlo.

PREGUNTA N° 4

Al momento de consumir un helado, ¿Usted consume también el cono?

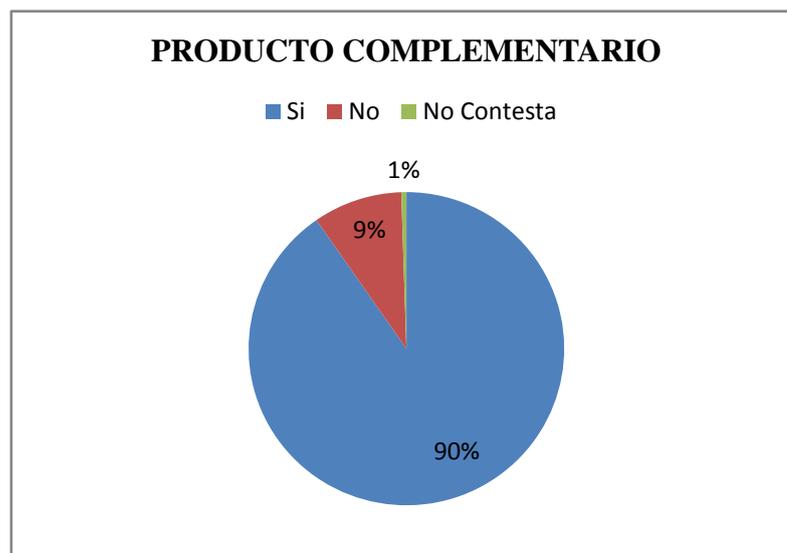
CUADRO N° 23
PRODUCTO COMPLEMENTARIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	346	90%
No	35	9%
No Contesta	2	1%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de personas consumen el helado junto con el cono, por lo general cuando este es de galleta; sin embargo algunas personas prefieren no comer el cono porque: contiene bacterias cuando este está en contacto con las manos, no se conoce los valores nutricionales que posee, no se conoce como es la preparación del mismo, pero principalmente por el sabor insípido que tiene tratándose del cono de molde, estampado o campeón.

PREGUNTA N° 5

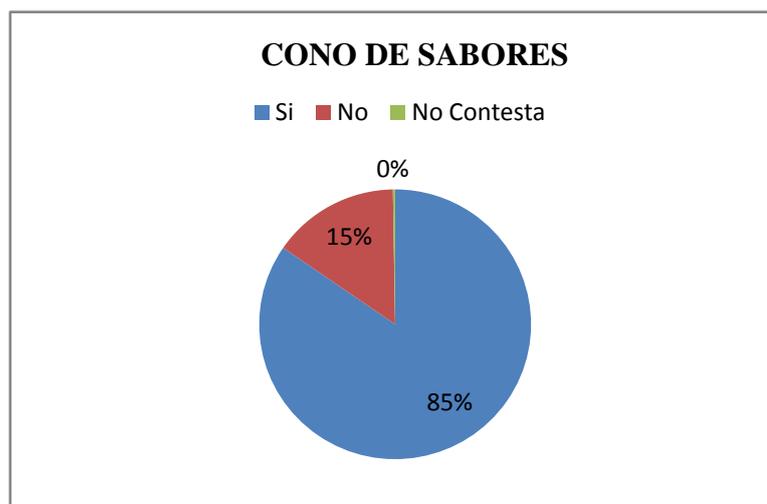
¿Le gustaría que el cono de galleta fuera de sabores?

CUADRO N° 24
VALOR AGREGADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	324	85%
No	58	15%
No Contesta	1	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Población urbana de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

Según las encuestas realizadas, la mayoría de personas desearían que el cono de galleta tuviera un sabor diferente al común que es de vainilla y que este pueda combinarse de acuerdo al sabor de helado que se va adquirir.

PREGUNTA N° 6

¿De qué sabor preferiría usted que fuera el cono de galleta?

CUADRO N° 25

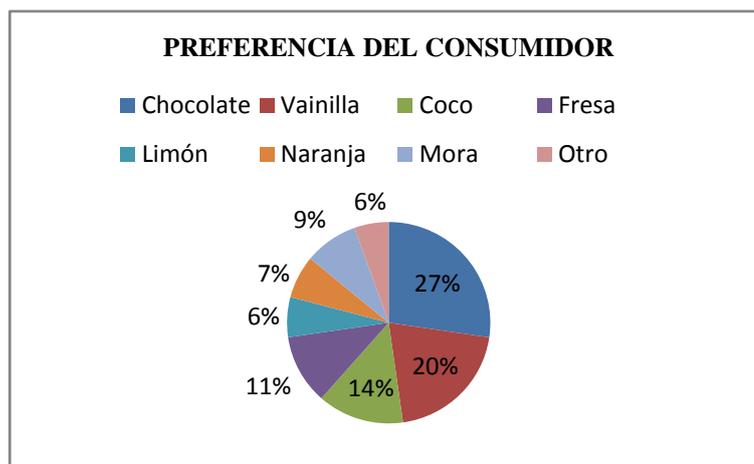
PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chocolate	115	27%
Vainilla	86	20%
Coco	58	14%
Fresa	47	11%
Limón	27	6%
Naranja	29	7%
Mora	36	9%
Otro	23	5%
TOTAL	421	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados de las encuestas, los sabores principales que desearían las personas para el cono de galleta es: chocolate, vainilla, coco y fresa; por lo general estos sabores son los que comúnmente también se adquieren como helado; sin embargo los sabores cítricos como naranja, limón y mora también son una alternativa como sabor para el cono de galleta; en la alternativa otros están sabores como: chicle, ron pasas, uva, sandia, etc.; aunque en menor proporción que los anteriores.

PREGUNTA N° 7

¿Le gustaría a usted que se introduzca al mercado conos de galletas de sabores?

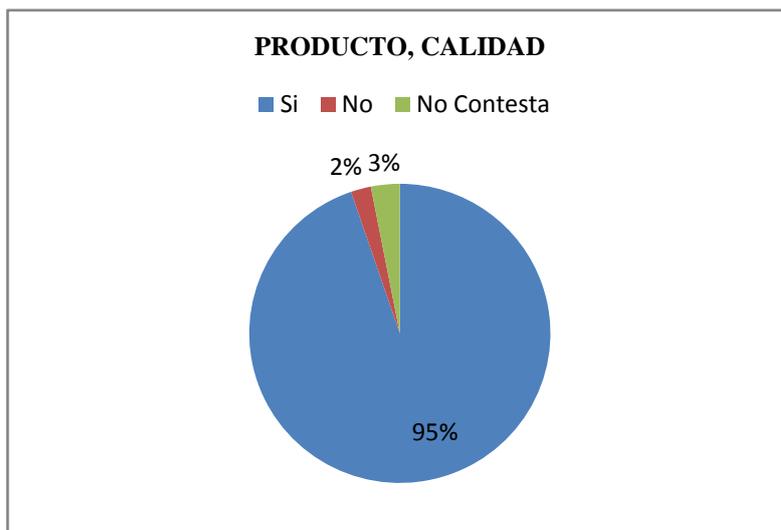
CUADRO N° 26
PRODUCTO, CALIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	307	95%
No	7	2%
No Contesta	10	3%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 12



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de personas están de acuerdo en que se introduzca al mercado conos de galleta con sabor, principalmente de los sabores descritos en el análisis anterior, esto permite conocer la acogida de este nuevo producto por el público.

PREGUNTA N° 8

¿Consideraría usted que se informe sobre los beneficios nutricionales que brinda un cono de galleta de sabores?

CUADRO N° 27

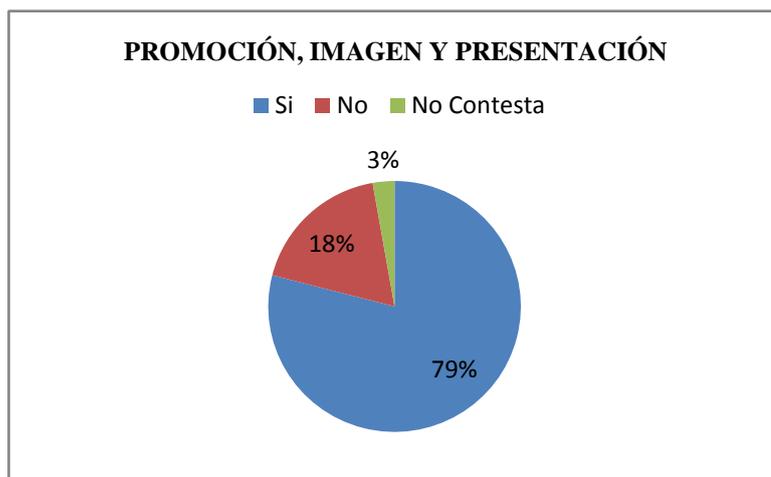
PROMOCIÓN, IMAGEN Y PRESENTACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	256	79%
No	59	18%
No Contesta	9	3%
TOTAL	324	100

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 13



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

Es muy importante dar a conocer los valores nutricionales que posee un producto porque así las personas aprecian los nutrientes y lo saludable que puede ser tal producto para el organismo humano. Según los resultados de las encuestas las personas están de acuerdo en conocer los valores nutricionales que posee el cono de galleta de sabor, debido a que esta mayoría desconoce los beneficios alimenticios que puede contener dicho cono.

PREGUNTA N° 9

¿De acuerdo a los costos de los productos que se presentan en el mercado cuanto estaría dispuesto a pagar por un helado en cono de galleta de sabor?

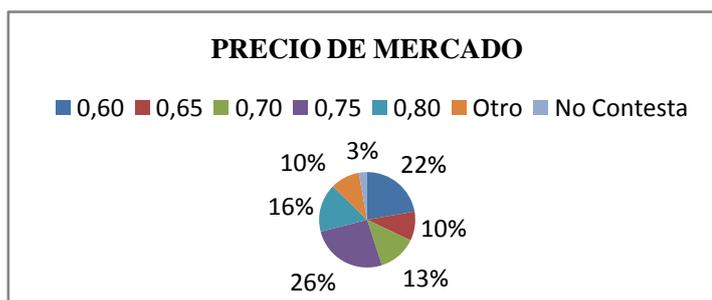
CUADRO N° 28
PRECIO DE MERCADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,6	72	22%
0,65	32	10%
0,7	42	13%
0,75	84	26%
0,8	53	16%
Otro	32	10%
No Contesta	9	3%
TOTAL	324	100

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 14



FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS:

De acuerdo con los resultados de las encuestas, el mayor porcentaje de las personas están dispuestas a pagar por un cono de galleta de sabor 0.75 y 0.60 centavos de dólar; sin embargo hay que tomar en consideración que en las heladerías un helado en cono de galleta tradicional cuesta entre 0.65 y 0.70 centavos de dólar; otras heladerías para competir en el mercado ofertan el helado en conos de molde o estampado llegando a costar 0.50 centavos de dólar. Analizando estos precios se concluye en que se puede ofertar un helado en cono de galleta de sabor por 0.70 o 0.75 centavos de dólar, puesto que este cono tiene un valor agregado distinto del tradicional que es un sabor específico.

3.7 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para identificar la demanda es importante conocer lo que significa este término y entendiéndose como la cantidad de un bien o servicio que las personas tanto naturales como jurídicas, están dispuestas a adquirir, esto radica en la necesidad que tienen los consumidores para satisfacer sus deseos. Pero esta necesidad va estrechamente relacionada con la capacidad de pago puesto que la demanda debe ir con la posibilidad real de adquirir ese bien o servicio, por lo tanto no hay demanda sino existe capacidad económica por parte del consumidor.

Realizando este análisis de lo que significa la demanda y de la investigación realizada en el diagnóstico situacional y el estudio de mercado del presente proyecto se puede apreciar que las personas prefieren consumir el helado en cono que en copa de cristal o en tulipán, por lo que es considerable la demanda de los conos por parte de las heladerías; además también se pudo determinar mediante la investigación del diagnóstico que de treinta heladerías de la ciudad de Ibarra, la mitad adquieren conos de galleta, ya que opinan que la presentación del helado es de mejor calidad; también en el estudio de mercado se determinó que las personas prefieren el helado en cono de galleta, porque este es más agradable al paladar.

CUADRO N° 29
PRODUCTOS SUSTITUTOS
PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Copa de cristal	4	13%
2	Cono	25	83%
3	Otro	1	3%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 30
PREFERENCIA EN CONSUMIR HELADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Copa de cristal	69	16%
Cono	232	53%
Tulipán	115	26%
Otro	20	5%
TOTAL	436	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO N° 31
CLASES DE PRODUCTOS

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Cono estampado o de molde	13	43%
2	Cono de azúcar	0	0%
3	Cono de galleta	17	57%
4	Otro	0	0%
TOTALES		30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 32
PREFERENCIA DEL TIPO DE CONO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cono Estampado	37	10%
Cono de Galleta	341	89%
Otro	3	1%
No Contesta	2	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Población urbana de Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

Con la información proporcionada en los resultados de las encuestas realizadas a los comerciantes de las heladerías, se pudo determinar aproximadamente la cantidad de conos que necesitan, esto permitirá establecer cuántos conos se requieren elaborar para satisfacer las necesidades de la demanda.

CUADRO N° 33
CANTIDAD DE CONSUMO
EN CAJAS DE CONOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 5	18	60%
DE 6 A 10	6	20%
DE 11 A 15	1	3%
DE 16 A 20	0	0%
MÁS	3	10%
NO CONTESTA	2	7%
TOTALES	30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 34
TIEMPO DE ADQUISICIÓN
CAJAS DE CONO

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SEMANAL	12	41%
2	QUINCENAL	3	10%
3	MENSUAL	13	43%
4	TRIMESTRAL	0	0%
5	OTRO	1	3%
6	NO CONTESTA	1	3%
	TOTALES	30	100%

Fuente: Encuestas a Comerciantes de negocios de heladerías

Elaboración: La Autora

Para la Región Norte el principal proveedor de conos de galleta es la Empresa Chocono S.A. de la ciudad de Quito; a la cual compran los conos de galleta casi todos los comerciantes de heladería de la ciudad de Ibarra que utilizan este tipo de cono. Cada caja de cono de galleta que elabora esta fábrica contiene 360 unidades.

Tomando en cuenta toda esta información procedemos a calcular aproximadamente la cantidad de conos de galleta que se necesita elaborar para satisfacer las necesidades de los posibles clientes, en este caso los comerciantes de heladería de la ciudad de Ibarra.

CUADRO N° 35

CANTIDAD DE CONOS DE GALLETA A ELABORARSE ANUALMENTE

NEGOCIOS DE HELADERÍA	ADQUISICIÓN DE CAJAS SEMANALMENTE	CANTIDAD DE CONOS DE GALLETA POR CAJA
17	5	360
TOTAL CONOS DE GALLETA A ELABORARSE SEMANALMENTE	TOTAL CONOS DE GALLETA A ELABORARSE MENSUALMENTE	TOTAL CONOS DE GALLETA A ELABORARSE ANUALMENTE
30600	122400	1468800

FUENTE: Encuestas Estudio de Mercado

ELABORADO POR: La Autora

3.8 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En vista de la poca información existente por parte de instituciones públicas sobre la demanda de conos en el Ecuador, se procedió a realizar la proyección de la demanda con un cálculo estimado de la siguiente manera:

De acuerdo a una proyección realizada por la autora del proyecto se puede determinar una tasa de crecimiento del 11.11%, con relación al número de heladerías que ofertan el helado en cono y del 10% con relación a la cantidad de conos de galleta adquiridos anualmente.

CUADRO N° 36

TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA DE HELADERÍAS	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2010	27	0.00000000
2011	30	0.11111111

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 37
TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA EN CANTIDAD DE CONOS DE GALLETA	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2010	1335273	0.00000000
2011	1468800	0.10

Fuente: Diagnóstico Situacional

Elaboración: La Autora

Para la proyección de la demanda se usó la siguiente fórmula exponencial:

$$C_n = C_o(1+i)^n$$

Donde:

C_n = Consumo Futuro

C_o = Consumo Inicial

i = Tasa de crecimiento anual

n = Año proyectado

1 = Constante

Con la tasa de crecimiento antes determinada se procedió a realizar la proyección de la demanda tomando como base el año 2010 y 2011

CUADRO N° 38
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA GENERAL	DEMANDA DEL 11.11%
2011	30	3.33
2012	33	3.67
2013	37	4.11
2014	41	4.56
2015	46	5.11
2016	51	5.68

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 39
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA GENERAL	DEMANDA DEL 10%
2011	1468800	146880
2012	1615680	161568
2013	1777248	177725
2014	1954973	195497
2015	2150470	215047
2016	2365517	236552

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

3.9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo a la investigación realizada en el Diagnostico Situacional de este proyecto se pudo determinar que casi todos los negocios de heladería que venden los helados en cono de galleta tienen como proveedor principal a Chocono S. A. de la ciudad de Quito; de donde traen directamente los conos, puesto que la fábrica no cuenta con un transporte o flete para la distribución de estos en Ibarra. Otra de las heladerías investigadas se provee de conos de galleta de la Empresa Inshelsa S. A. de la ciudad de Guayaquil.

A continuación se presenta el cuadro que muestra la posible competencia a nivel nacional en la fabricación de los conos de galleta:

CUADRO N° 40
FÁBRICAS QUE ELABORAN CONOS DE GALLETAS A NIVEL NACIONAL

CIUDAD	EMPRESA	PRODUCTO
Quito	Chocono S.A.	Conos, tulipanes, barquillos, galletas, barcas, etc.
Guayaquil	Inshelsa S.A.	Conos, tulipanes, barquillos, galletas, barcas, etc.

Fuente: Diagnóstico Situacional

Elaboración: La Autora

Para realizar la proyección de la oferta, se tomó la información proporcionada por la Empresa Piamar Cía. Ltda.; distribuidora de helados pingüino en la Región Norte del Ecuador y quien distribuye conos de galleta de la Empresa Chocono S.A. en la ciudad de Ibarra; a continuación se presenta el cuadro de la oferta histórica de esta Empresa:

CUADRO N° 41
TOTAL DE UNIDADES DE CONOS DE GALLETAS DISTRIBUIDAS POR LA
EMPRESA PIAMAR CÍA. LTDA.

AÑO	CAJAS	UNIDADES POR CAJA	TOTAL UNIDADES
2008	529	300	158700
2009	568	300 Y 360	188280
2010	405	360	145800
2011	365	360	131400

Fuente: Piamar Cía. Ltda.

Elaboración: La Autora

También se tomó en consideración como informativo para este capítulo la oferta histórica de la Empresa Chocono S.A. durante estos últimos cinco años de existencia en el mercado; a continuación se muestra el cuadro del número de unidades producidas anualmente:

CUADRO N° 42
TOTAL DE UNIDADES DE CONOS DE GALLETAS PRODUCIDAS POR LA
EMPRESA CHOCONO S.A.

AÑO	NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS ANUALMENTE
2007	2.400.000
2008	2.400.000
2009	6.000.000
2010	6.000.000
2011	6.000.000

Fuente: Chocono S.A.

Elaboración: La Autora

Es necesario resaltar que esta Empresa fabrica en gran cantidad este tipo de cono porque los distribuye casi a toda la Región Sierra del país; además provee de conos de galleta a la Transnacional Unilever Andina Ecuador S.A. para la elaboración del helado cornetto y para la distribución de estos conos en las agencias autorizadas de helado pingüino a nivel nacional.

3.10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

De acuerdo con la información entregada por la Empresa Piamar Cía. Ltda., se procedió a realizar la proyección de la oferta con el siguiente cálculo estimado: Para la proyección de la oferta se usó la siguiente fórmula exponencial:

$$C_n = C_o(1+i)^n$$

Donde:

- C_n = Oferta Futura
- C_o = Oferta Inicial
- i = Tasa de crecimiento anual
- n = Año proyectado
- 1 = Constante

CUADRO N° 43

TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA

AÑO	TOTAL UNIDADES	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2008	158700	0
2009	188280	0,19
2010	145800	-0,23
2011	131400	-0,1
TOTAL		-0.14

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La Autora

Que representa:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{-0.14}{4} = -0.035 = -3.5\%$$

Esto quiere decir que la Empresa Piamar Cía. Ltda., ha ido disminuyendo la distribución del cono de galleta a partir del año 2010, esto se debe a que en los años anteriores distribuía conos de galleta de una Empresa Chilena, por lo tanto los conos eran importados y de menor precio que los nacionales, sin embargo con los nuevos impuestos a las importaciones dejó de adquirirlos y se comenzó a distribuir los nacionales, es decir los que fabrica la Empresa Chocono S.A. de la ciudad de Quito.

CUADRO N° 44
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA GENERAL	OFERTA DEL -3.5%
2011	131400	4599
2012	126801	4438
2013	122363	4283
2014	118080	4133
2015	113947	3988
2016	109959	3849

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

3.11 BALANCE OFERTA – DEMANDA

El siguiente cuadro muestra el balance oferta-demanda en producción de conos de galleta, mostrando los siguientes resultados:

CUADRO N° 45
BALANCE OFERTA – DEMANDA

AÑO	DEMANDA (unidades)	OFERTA (unidades)	SUPERÁVIT O DÉFICIT (unidades)
2011	1468800	131400	1337400
2012	1615680	126801	1488879
2013	1777248	122363	1654885
2014	1954973	118080	1836893
2015	2150470	113947	2036523
2016	2365517	109959	2255558

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

Existe demanda insatisfecha en elaboración de conos de galleta, lo que indica que la oferta no abastece o no cubre la demanda del mercado meta.

3.12 PROYECCIÓN DE PRECIOS

En lo que se relaciona con los precios es importante aclarar que lo que se está ofertando es un producto que implica ciertos procesos de fabricación en los que incurren rubros de fábrica y de elaboración del producto; siendo así, para ello se toma en cuenta los tres elementos del costo que son materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación a los cuales hay que añadir un margen de utilidad del 20 por ciento.

Sin embargo en la actualidad, en un mundo de libre comercialización los precios los rige el mercado debido a la competencia existente aunque en este caso sea poca, pero se considera que estas dos fábricas tiene un gran posicionamiento en el mercado nacional, además que sus marcas tienen trayectoria en el mercado.

De acuerdo al análisis realizado y a la comparación de precios entre la competencia, se procede a desarrollar la proyección de los precios por caja que llevaran alrededor de 350 unidades de conos de galleta, también se tomará en cuenta la inflación de este último año (2011) que fue del 5.41% según el INEC, índice que iría aumentando con el pasar de los años, la proyección es como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 46
PROYECCIÓN DE PRECIOS DEL PRODUCTO

PRODUCTO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Conos de galleta	16.13	17.00	17.92	18.89	19.91	21.00

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

Los precios proyectados se fijaron de acuerdo a la competencia, en los cuales está incluido el Impuesto al valor Agregado (IVA) que es del 12%.

3.13 SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO

Los precios y los gastos en los que se relacionará e incurrirá la fábrica, van de acuerdo a la situación económica que se vive en el Ecuador, ya que estos precios no son fijos debido a la inflación o al porcentaje de riesgo país que se presente en determinado momento, además también está afectado por el entorno, debido a factores políticos, sociales, económicos, culturales, etc.

La situación económica en el país y en el mundo es volátil e imposible de predecir, por ende existirá variación de precios de venta y de compras, sin poder determinar el porcentaje de esta variación.

3.14 CONCLUSIÓN

Hay buenas razones para determinar la factibilidad de crear una fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta en la ciudad de Ibarra, una de ellas es la carencia de competidores y la demanda insatisfecha existente en el mercado; también es considerable observar que los competidores son de otras ciudades del país lo que ocasiona dificultad en la adquisición de los conos de galleta debido a la falta de transporte que entregue directamente el producto.

También se puede considerar como punto importante la calidad del cono de galleta con relación al cono de molde o estampado, el sabor del primero es delicioso y sobretodo ha dejado de ser un simple soporte para el helado sino un producto complementario en la degustación del mismo, puesto que la mayoría de personas les gusta consumir el cono junto con el helado.

Otro punto importante es el valor agregado que se dará al producto para que sea distinto del común, añadirle sabores que puedan combinarse también con el sabor del helado, añadiendo a esto la calidad óptima de cono de galleta, libre de bacterias, con textura fuerte y firme y de sabor muy agradable para el gusto de las personas.

Además Ibarra es una ciudad reconocida por la calidad en la fabricación del helado de paila, conocido a nivel nacional por su exquisito sabor; por tal motivo existen muchos negocios dedicados a la elaboración de este producto, por lo que necesitan de conos para poder ofertarlo y con mucha más razón si es un cono de calidad como lo es el de galleta.

De acuerdo al estudio de mercado realizado y a estas observaciones se ha llegado a establecer que la fábrica a crearse tiene buenas oportunidades para crecer y posesionarse en el mercado.

La fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado estará ubicada en Ecuador, en la provincia de Imbabura, en la ciudad de Ibarra que es dónde se situará la mayor parte del mercado potencial. En este lugar existe disponibilidad de recursos: energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico, transporte.

4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La fábrica estará situada en Ibarra que es la cabecera cantonal de la provincia y donde existen negocios dedicados a la elaboración del helado de paila y de crema.

4.1.2.1 FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN

Estos son los posibles lugares donde funcionará la fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado:

- a) Sector 1: Ajaví Chiquito
- b) Sector 2: Caranqui
- c) Sector 3: El Olivo

Para la selección del lugar donde se pondrá en marcha la fábrica se considera los siguientes factores geográficos, estratégicos y legales:

❖ FACTORES ESTRATÉGICOS

➤ Ubicación Comercial

La ciudad de Ibarra es el sitio donde se establecerá la fábrica, ya que en este lugar es donde se elabora y se comercializa variedades de helado y donde la mayoría de personas acuden a comprarlo, por lo tanto es muy común observar por el centro urbano de Ibarra negocios dedicados a este tipo de actividad.

➤ Vías de Acceso

Para tener acceso a la ciudad de Ibarra, las personas pueden movilizarse por medio del servicio de transporte público o privado, además cuenta con calles adoquinadas y asfaltadas en donde existe adecuada señalización.

➤ **Disponibilidad del espacio físico**

Para la puesta en marcha de la fábrica, las instalaciones deben ser adecuadas, esto permitirá que no exista ningún problema durante los proceso de elaboración del cono de galleta, cada sección debe estar ubicada específicamente para facilitar la producción, ahorrar tiempo y evitar accidentes.

➤ **Abastecimiento de materia prima**

En la ciudad de Ibarra se puede encontrar con facilidad la materia prima necesaria para la fabricación de los conos de galleta, sobretodo en el centro de la ciudad donde existe la mayor parte de negocios de abastos en los que se puede seleccionar con calidad los insumos adecuados para la preparación del producto.

➤ **Disponibilidad de mano de obra cualificada**

La mano de obra es un factor importante para la producción y comercialización de los conos de galleta, este debe estar preparado para el manejo de la maquinaria y la preparación óptima de la mezcla, siguiendo estándares de calidad que permita que el producto final cumpla con las expectativas de los clientes.

➤ **Servicios básicos**

La ciudad de Ibarra cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la elaboración del producto y la puesta en marcha de la fábrica como luz eléctrica, agua potable, servicio telefónico y transporte.

➤ **Mercado meta**

Los comerciantes de negocios de heladería son el mercado meta de este proyecto y en la ciudad de Ibarra se encuentran un buen porcentaje de estos establecimientos, puesto que aquí se elaboran diferentes tipos de helados, pero principalmente el helado de paila; por lo tanto se necesita de los conos como un soporte para el helado y que mejor si es de calidad como el de galleta.

➤ **Seguridad**

La fábrica se encuentra muy cercana a los organismos de auxilio que son la policía nacional y los bomberos, en caso de algún accidente o siniestro se puede contar con la pronta ayuda de estos organismos, puesto que es importante salvaguardar los activos de la fábrica.

❖ **FACTORES LEGALES**

➤ **Ordenanzas Municipales**

Cualquiera que fuese el sitio de ubicación de la fábrica, esta debe cumplir con todas las disposiciones municipales vigentes para el correcto funcionamiento legal de la misma.

➤ **Registro Sanitario**

Los conos de galleta deben tener el correspondiente registro sanitario que garantice que el producto cumpla con las normas de higiene legales a las que debe estar sometido para que pueda ofertarse en el mercado.

➤ **RUC**

La fábrica para su funcionamiento debe contar con el respectivo Registro Único de Contribuyentes (RUC), para cumplir con las normas y reglamentos tributarios vigentes en el país.

➤ **Permiso de Bomberos**

Se debe también cumplir con el permiso de bomberos para la puesta en marcha de la fábrica, si en algún momento existiere un siniestro se tendría la ayuda oportuna de este organismo de auxilio.

➤ **Permiso de Funcionamiento**

El permiso de funcionamiento lo otorga el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, por lo tanto, la fábrica debe cumplir con todos los requisitos legales de higiene y salud para con el producto que expende y con el talento humano.

4.1.2.2 MATRIZ DE FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN

Para valorar la posible ubicación de la fábrica se tomó como referencia la escala de 0 a 5.

CUADRO N° 47
MATRIZ DE FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN

FACTORES	A	B	C
1. FACTORES ESTRATÉGICOS			
Ubicación Comercial	5	4	3
Vías de Acceso	5	4	4
Disponibilidad del Espacio Físico	4	5	4
Abastecimiento de Materia Prima	5	4	4
Disponibilidad de Mano de Obra Cualificada	5	5	5
Servicios Básicos	5	4	3
Mercado Meta	5	4	3
Seguridad	5	3	3
TOTAL 1	39	33	29
2. LEGALES			
Ordenanzas Municipales	5	5	5
Registro Sanitario	5	5	5
RUC	5	5	5
Permiso de Bomberos	5	5	5
Permiso de Funcionamiento	5	5	5
TOTAL 2	25	25	25
TOTAL FINAL	64	58	54

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

4.1.2.3 MATRIZ DE PRIORIZACIÓN Y PONDERACIÓN DE FACTORES

A los factores estratégicos se les asignará el 70% por considerarse más significativos, el 30% restante se establecerá para los factores legales.

CUADRO N° 48
MATRIZ DE PRIORIZACIÓN Y PONDERACIÓN DE FACTORES DE MICRO
LOCALIZACIÓN

FACTORES	% DE PONDERACIÓN	A	B	C
1. FACTORES ESTRATÉGICOS				
Ubicación Comercial	11%	0,55	0,44	0,33
Vías de Acceso	6%	0,30	0,24	0,24
Disponibilidad del Espacio Físico	8%	0,32	0,40	0,32
Abastecimiento de Materia Prima	11%	0,55	0,44	0,44
Disponibilidad de Mano de Obra Cualificada	10%	0,50	0,50	0,50
Servicios Básicos	10%	0,50	0,40	0,30
Mercado Meta	9%	0,45	0,36	0,27
Seguridad	5%	0,25	0,15	0,15
TOTAL 1	70%	3,42	2,93	2,55
2. LEGALES				
Ordenanzas Municipales	6%	0,30	0,30	0,30
Registro Sanitario	6%	0,30	0,30	0,30
RUC	6%	0,30	0,30	0,30
Permiso de Bomberos	6%	0,30	0,30	0,30
Permiso de Funcionamiento	6%	0,30	0,30	0,30
TOTAL 2	30%	1,50	1,50	1,50
TOTAL FINAL	100%	4,92	4,43	4,05

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada a los tres posibles lugares en donde se situará la fábrica, aparentemente la opción A es la más indicada por tener el mayor puntaje, aunque se debe considerar otros aspectos para la decisión definitiva.

4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

La fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado aparentemente estará ubicada en la parte norte de la ciudad en la parroquia El Sagrario, barrio Ajaví Chiquito, donde no provocará problemas de contaminación y ruido a los ciudadanos en el momento de elaborar el producto. El lugar del terreno y del edificio es de propiedad familiar.

CUADRO N° 49
CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA FÁBRICA



4.3 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

4.3.1 DISEÑO DE LA PLANTA

Las instalaciones de la fábrica estarán divididas en dos áreas: producción y administración.

En el área de producción se realizará todos los procesos de fabricación que nos conducirán a obtener los conos de galleta, en este lugar operará la mano de obra calificada; y el área administrativa que estará a cargo del gerente propietario y la

auxiliar administrativo-contable, quienes realizarán todas las gestiones administrativas, contables y legales de la fábrica; también se contará con el cuarto de baño en la parte derecha.

4.3.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

4.3.2.1 SUPERFICIE TOTAL

La fábrica tendrá una superficie total de 110 m²

CUADRO N° 50
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

SECCIONES		DIMENSIONES
Sección 1	Cuarto de Mezcla	13
Sección 2	Maquinaria	47
Sección 3	Bodega de materia prima	10
Sección 4	Bodega para cajas	10
Sección 5	Empaque	9
Sección 6	Oficina	13
Sección 7	Cuarto de baño	8
TOTAL		110 m²

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

4.3.2.2 AMBIENTE

La fábrica estará compuesta de las siguientes secciones:

❖ **Primera Sección: Cuarto de Mezcla**

En esta sección se preparará la masa para elaborar los conos de galleta, aquí se encuentra la batidora que mezclará todos los ingredientes de máxima calidad.

❖ **Segunda Sección: Maquinaria**

En la segunda sección se encontrará la maquinaria semiautomática que horneará y dará forma a los conos de galleta. Su capacidad es la siguiente:

DIMENSIONES

Largo	1200 cm.
Ancho	1300 cm.
Alto	2100 cm.
Conexión	10-15 Kilowatt
Consumo hora	7-12 Kilowatt
Peso aproximado	500 kg's
Peso empacado	640 kg's

❖ Tercera Sección: **Bodega de materia prima**

En este lugar estarán almacenados todos los ingredientes que se necesitan para la elaboración de los conos de galleta; este lugar debe estar libre de humedad y con ventilación para que los insumos guarden su calidad y no se deterioren.

❖ Cuarta Sección: **Bodega para cajas**

En esta sección estarán ubicadas las cajas que servirán para empacar los conos de galleta, también como la primera sección debe estar libre de humedad para evitar daños en el cartón.

❖ Quinta Sección: **Empaque**

A la sección de empaque se llevarán los conos de galleta ya elaborados para su respectiva selección y empaque en envolturas de celofán y luego en las respectivas cajas con compartimiento que permitirán evitar el quiebre de los mismos.

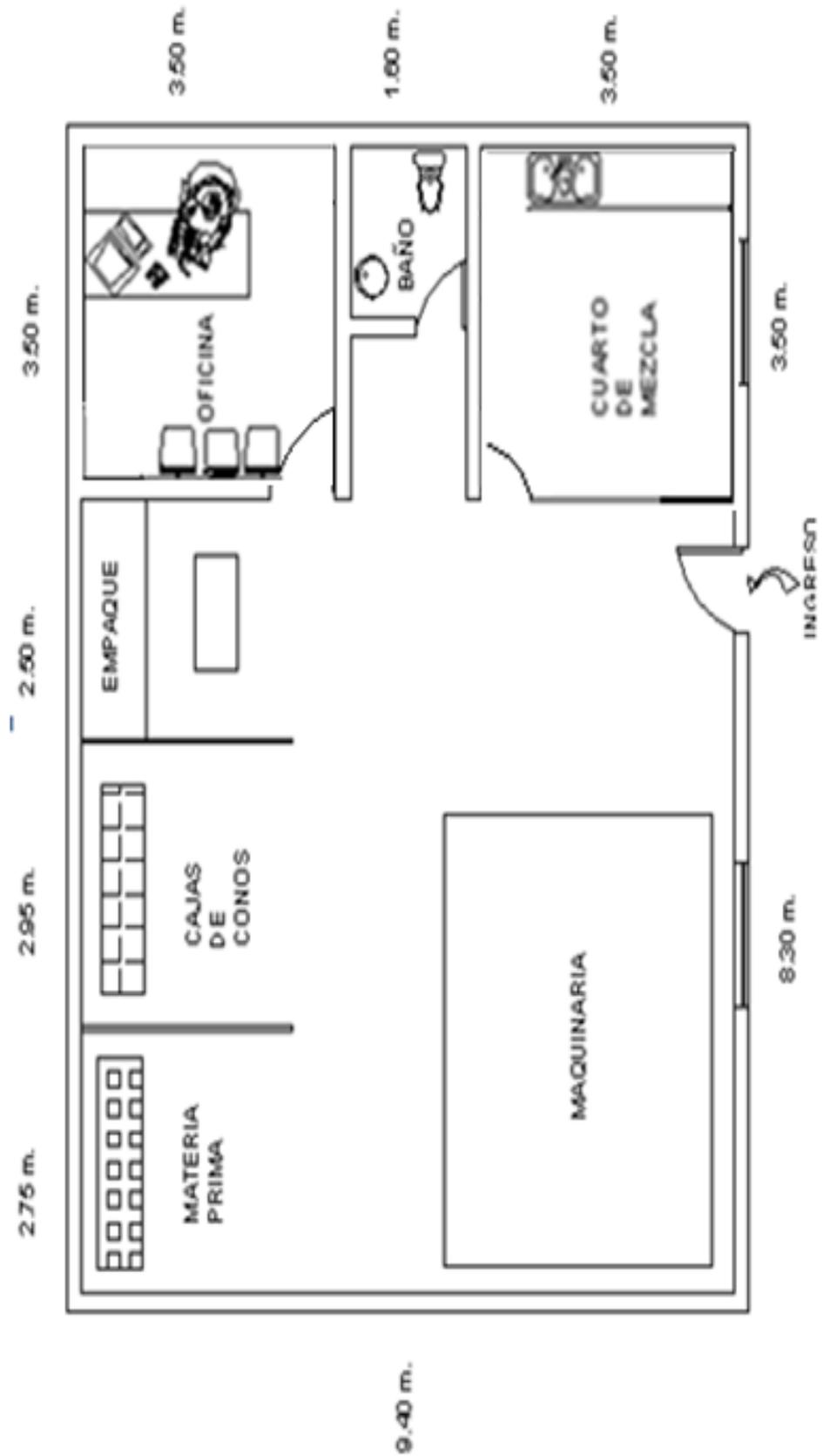
❖ Sexta Sección: **Oficina**

La oficina es parte de la sexta sección de la fábrica, aquí constarán muebles y enseres, equipos de oficina y equipos de computación; en este lugar se cerrarán los negocios con clientes y proveedores, se llevará la parte administrativa y contable del establecimiento así como el archivo de los documentos respectivos.

❖ Séptima sección: **Cuarto de baño**

La fábrica contará con un cuarto de baño para uso interno y externo.

GRÁFICO N° 18
DISEÑO DE LA FÁBRICA

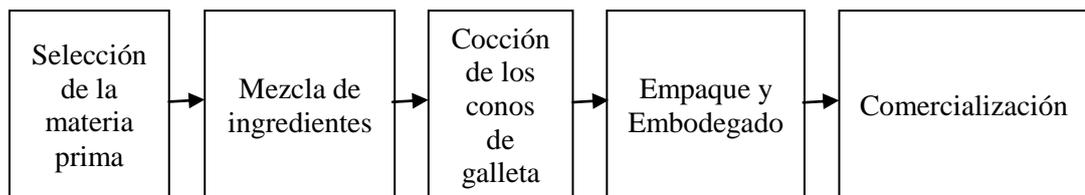


4.4 DIAGRAMAS DE OPERACIÓN

Los diagramas son representaciones gráficas que muestran los sucesos o los pasos que se necesitan para realizar cierta actividad. Para el presente estudio técnico se utilizará diagramas de operación que indicarán todos los procesos específicos para la elaboración de los conos de galleta.

4.4.1 DIAGRAMA DE BLOQUE

El presente diagrama sintetiza el proceso de producción de los conos de galleta, esto permite conocer la finalidad del proyecto a simple vista.



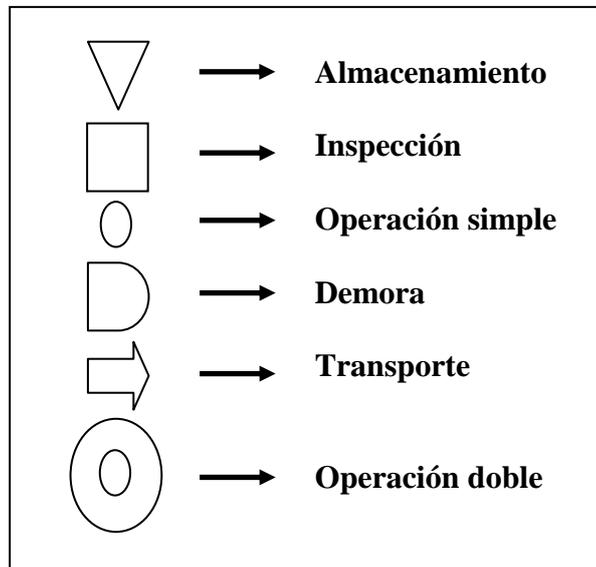
4.4.2 FLUJOGRAMA OPERATIVO

Este flujograma permitirá detallar los procesos específicos relacionados con la producción de los conos de galleta para helado; se establecerán las actividades en forma secuencial y con asignación de tiempo aproximado; esto ayudará a que se cumplan los procesos de fabricación establecidos.

4.4.2.1 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

Se considerará la siguiente simbología para dar significado a cada actividad correspondiente con la producción de los conos de galleta para helado.

CUADRO N° 48
SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN



Fuente: Estudio Técnico
Elaboración: La Autora

La producción de los conos de galleta para helado tiene las siguientes actividades establecidas:

N°	Actividades	Tiempo previsto (minutos)
1.	Selección de la materia prima	15 minutos
2.	Mezcla de los ingredientes	20 minutos
3.	Batir los ingredientes	15 minutos
4.	Colocación de la masa en los moldes	10 minutos
5.	Preparación de la maquinaria	15 minutos
6.	Colocación de los moldes en la maquinaria	5 minutos
7.	Horneada en la maquinaria para 2000 conos de galleta	60 minutos
8.	Enfriamiento	5 minutos
9.	Supervisión del cono de galleta	12 minutos
10	Empacado y almacenamiento del producto por caja	15 minutos

❖ PLANILLA DE CONTROL PRODUCTIVO

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
⇒□○○⊙▽D	Selección de la materia prima	15 minutos
⇒□○○⊙▽D	Mezcla de los ingredientes	20 minutos
⇒□○○⊙▽D	Batir los ingredientes	15 minutos
⇒□○○⊙▽D	Colocación de la masa en los moldes	10 minutos
⇒□○○⊙▽D	Preparación de la maquinaria	15 minutos
⇒□○○⊙▽D	Colocación de los moldes en la maquinaria	5 minutos
⇒□○○⊙▽D	Horneada en la maquinaria para 2000 conos de galleta	60 minutos
⇒□○○⊙▽D	Enfriamiento	5 minutos
⇒□○○⊙▽D	Supervisión del cono de galleta	12 minutos
⇒□○○⊙▽D	Empacado y almacenamiento del producto por caja	15 minutos

El tiempo de producción para dos mil unidades (2000,00 unid.) de conos de galleta es de tres horas (03H:00).

Se considera elaborar por día 4140 conos por lo que el tiempo estimado diario de producción sería de seis horas con cinco minutos aproximadamente (06H:05); para elaborar el producto se requiere de la ayuda de un operario.

❖ RESUMEN OPERATIVO:

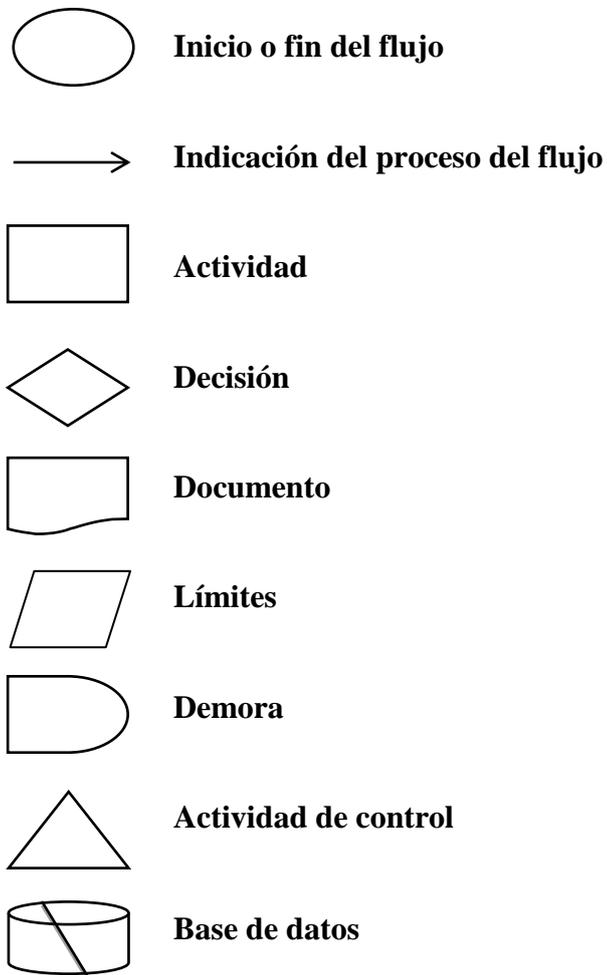
➤ Almacenamiento	0
➤ Inspección	1
➤ Operación Simple	2
➤ Demora	1
➤ Transporte	2
➤ Operación Doble	4

❖ **TIEMPO PREVISTO:**

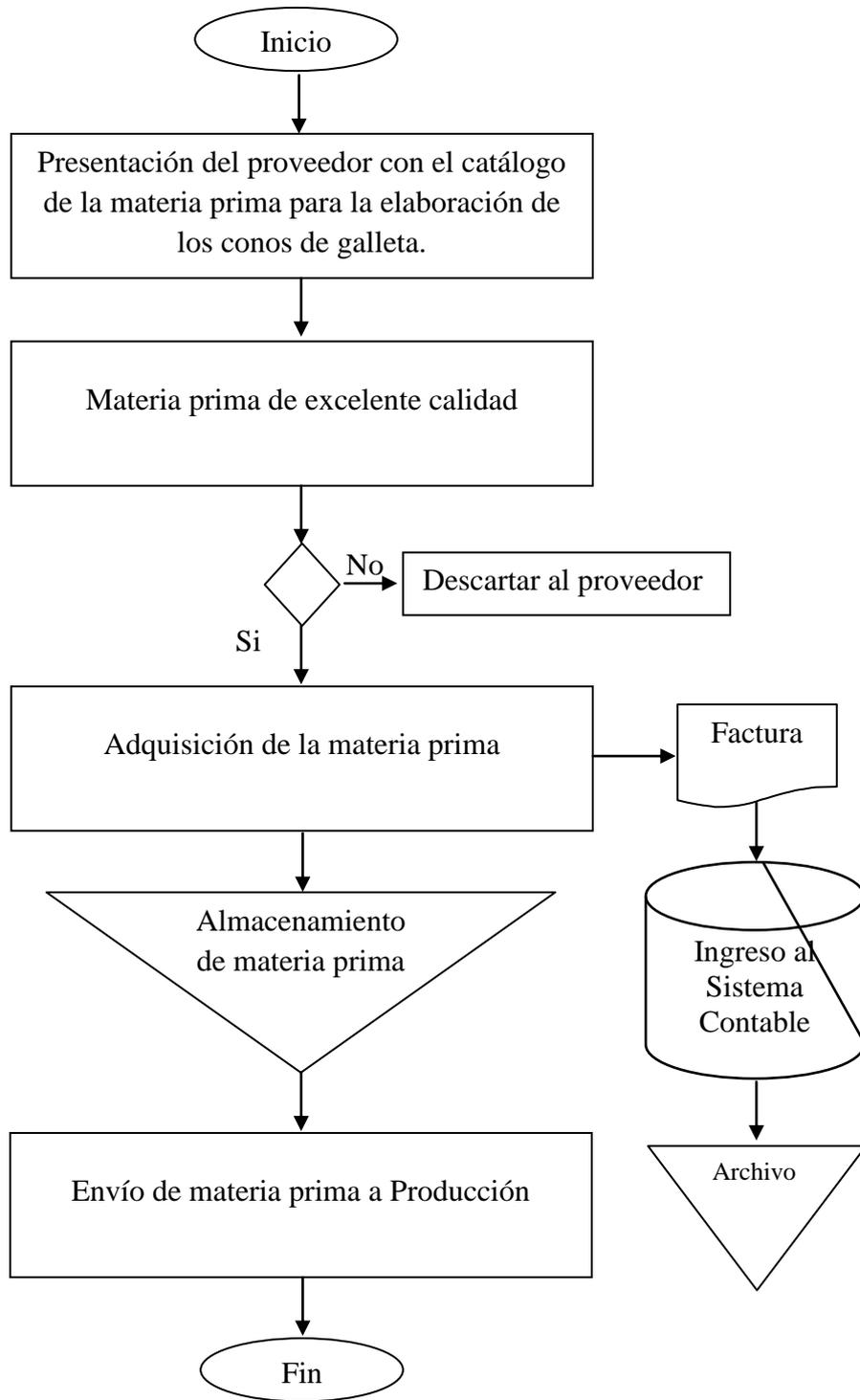
172 minutos

4.4.3 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

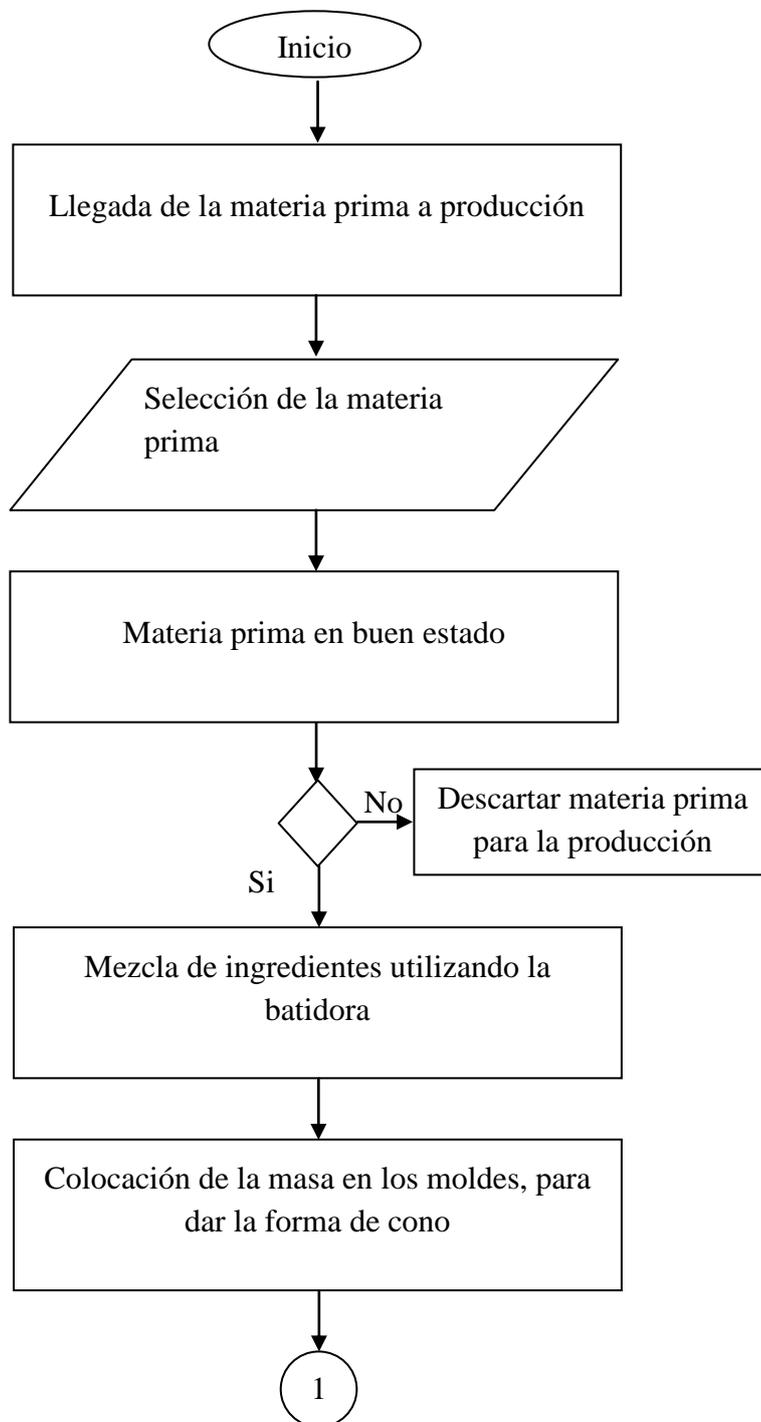
4.4.3.1 SIMBOLOGÍA

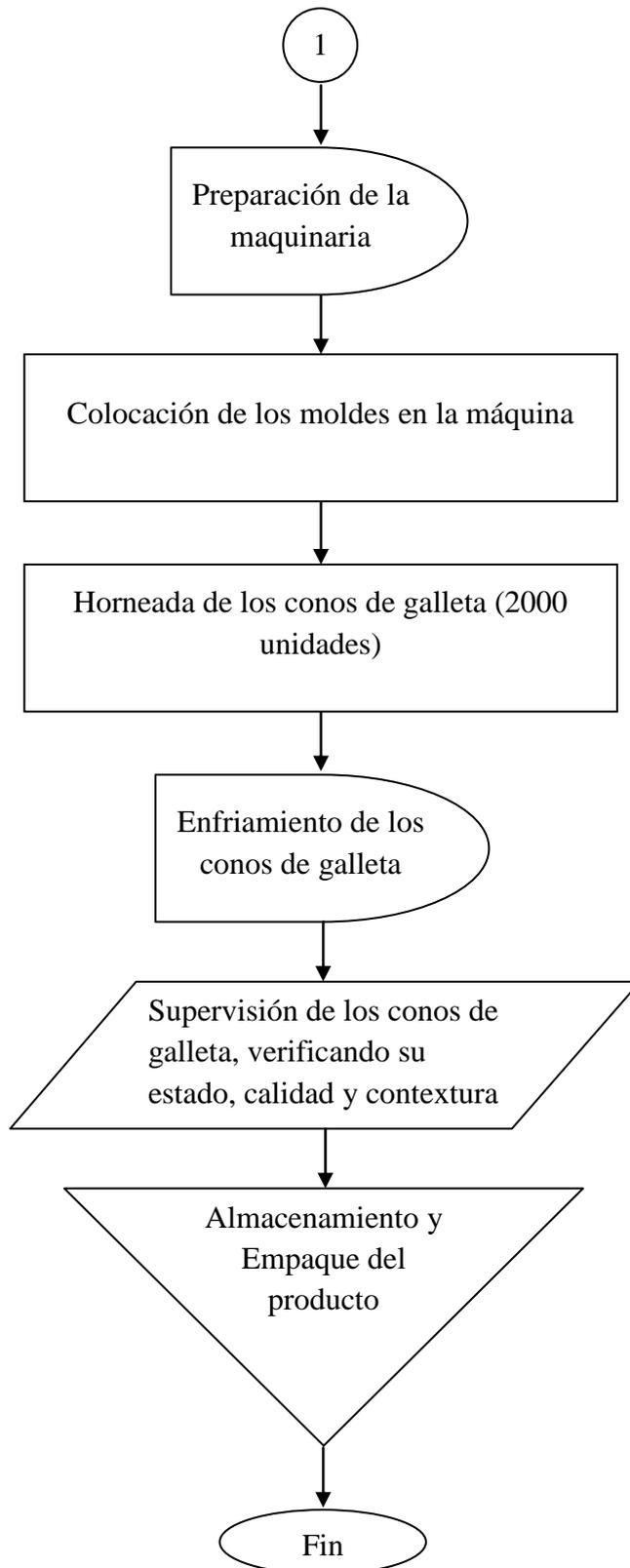


4.4.3.2 FLUJOGRAMA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA

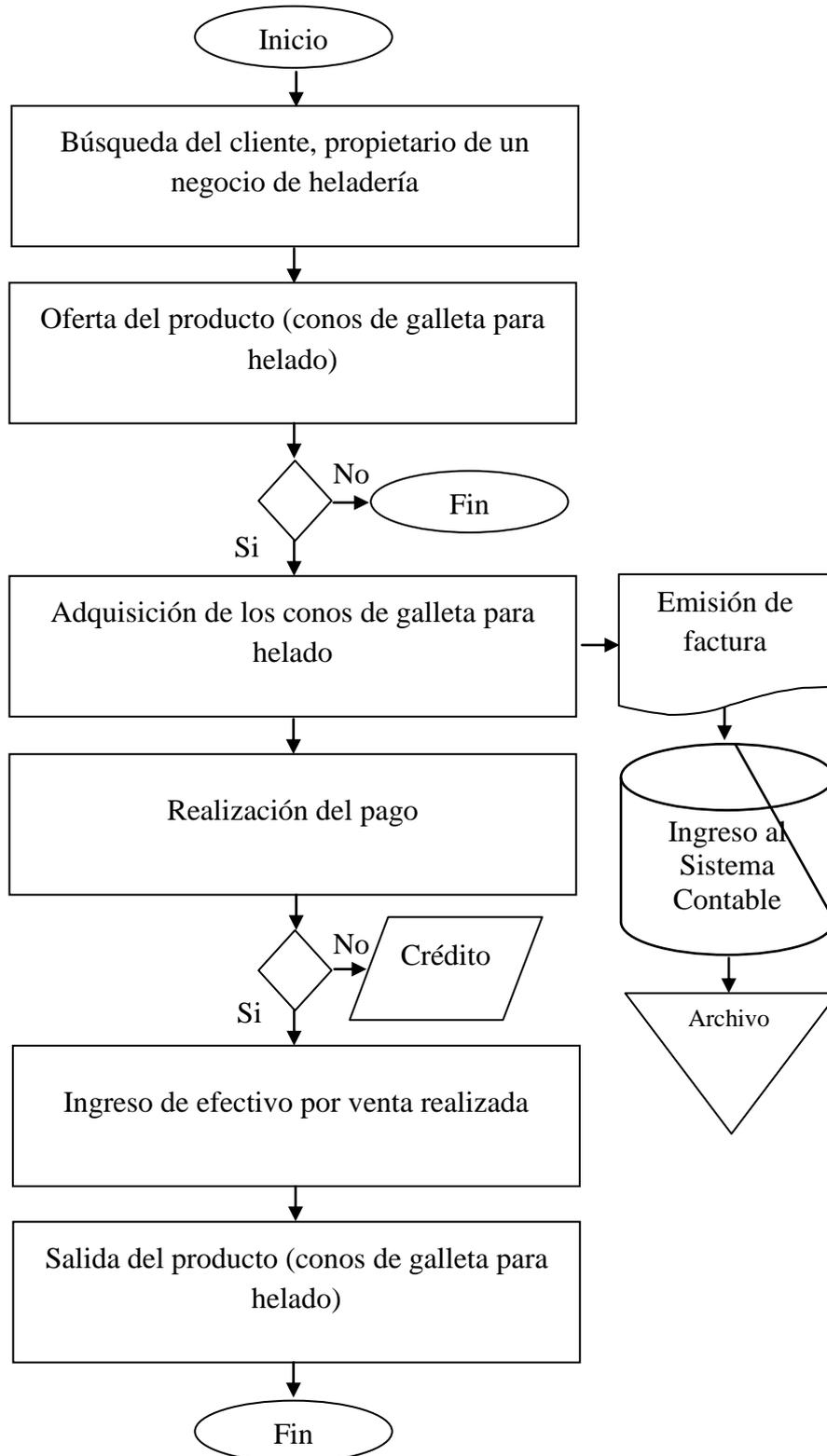


4.4.3.3 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA HELADO





4.4.3.4 FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS CONOS DE GALLETA PARA HELADO



4.5 PRESUPUESTO TÉCNICO

A continuación se detallará los implementos que serán utilizados para el proceso de elaboración de los conos de galleta y para el funcionamiento óptimo de la fábrica:

4.5.1 PRODUCCIÓN

Para el área de producción se usarán los siguientes elementos:

a)	Recipientes diversas capacidades	5
b)	Cucharones	1
c)	Jarras	3
d)	Utensilios de cocina	
e)	Manteles	5
f)	Guantes quirúrgicos	20
g)	Gorros de cocina	3
h)	Delantales	3
i)	Mesas	2
j)	Sillas	2
k)	Fundas de celofán	1500
l)	Cajas	50
m)	Estanterías	1
n)	Balanza	1
o)	Batidora	1
p)	Maquinaria	1
q)	Útiles de limpieza	

4.5.2 ADMINISTRACIÓN

Para el área administrativa se contará con los siguientes bienes muebles y elementos de oficina:

a)	Computador	1
b)	Escritorio	1
c)	Sillas	3
d)	Archivador	1
e)	Teléfono	1
f)	Útiles de Oficina	1

4.6 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se tomará en consideración los siguientes aspectos que permitirán conocer cuánto se necesitará invertir para que el proyecto funcione.

4.6.1 MERCADO

Para poder determinar el tamaño del proyecto, se debe fijar el mercado potencial, esto permitirá apreciar cuanto se deberá invertir para satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

En este caso el mercado al cual nos dirigiremos son a los propietarios de heladerías en la ciudad de Ibarra.

4.6.2 TECNOLOGÍA

Con respecto a la tecnología, se utilizará una maquinaria importada de México, valorada en \$12500.00 dólares de los Estados Unidos de América, de excelente capacidad tecnológica; esta maquinaria es semiautomática por lo que se necesita la ayuda de mano de obra para poder operarla.

También para la producción de los conos de galleta se contará con algunos implementos de tecnología tradicional y mejorada y además, con aspectos legales que harán de la elaboración de este producto, la más óptima:

4.6.2.1 PRODUCCIÓN

Se utilizará los siguientes implementos tradicionales y mejorados para la producción:

- Recipientes diversas capacidades
- Cucharones
- Jarras
- Utensilios de cocina
- Mantales
- Guantes quirúrgicos
- Gorros de cocina

- Delantales
- Mesas
- Sillas
- Fundas de celofán
- Cajas
- Estanterías
- Balanza
- Batidora
- Maquinaria
- Útiles de limpieza

4.6.2.2 ADMINISTRACIÓN

Para la parte administrativa se contará con los siguientes equipos tradicionales y mejorados:

- Computador (Hardware y Software mejorados)
- Escritorio
- Sillas
- Archivador
- Teléfono
- Útiles de Oficina

4.6.2.3 ASPECTOS LEGALES

Para la elaboración de los conos de galleta y el funcionamiento de la fábrica se necesita realizar la siguiente documentación y registros legales:

- Adquirir el RUC
- Obtener el registro sanitario
- Registro de marcas y patentes
- Registro comercial
- Permiso de bomberos
- Obtener la patente municipal
- Afiliación a la Cámara de Comercio

4.6.3 TALENTO HUMANO

Al iniciar este proyecto se contará con el personal necesario para la realización de las funciones de producción y administración, hay que tener presente que para comenzar el proyecto se debe incurrir en un mínimo de costos y gastos, ahorrar recursos y tratar de no desperdiciar elementos. Por lo tanto, para la puesta en marcha de la fábrica se contará con el siguiente personal que desempeñará las siguientes funciones:

Para el área de producción se contará con una persona que realizará toda la parte operativa en la fabricación de los conos de galleta: La mezcla de los ingredientes y el manejo de la maquinaria no requiere complejidad, puesto que se cuenta con una batidora y maquina de punta, de fácil manipulación.

El área administrativa estará a cargo de dos personas: Gerente propietario y auxiliar administrativo-contable; ellos se encargarán de todos los aspectos organizacionales, de venta, contables y legales para el adecuado emprendimiento funcional, económico y financiero de la fábrica; y el cumplimiento de todas las disposiciones, normas y reglamentos legales fijados por el gobierno;

A continuación se presenta un cuadro que muestra la distribución del sueldo aproximado del personal incluidos los beneficios sociales a que tienen derecho.

CUADRO N° 51
SUELDOS, OBLIGACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES DEL
PERSONAL

CARGO	ÁREA	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente propietario	Administrativa	320,00	3840,00
Auxiliar Administrativo-contable	Administrativa	300,00	3600,00
Operario 1	Producción	292,00	3504,00
Aporte Patronal total trabajadores		110,81	1329,696
Décimo tercero total trabajadores		76,00	912,00
Décimo cuarto total trabajadores		73,00	876,00
Vacaciones total trabajadores		38,00	456,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

4.7 INVERSIÓN

La inversión se clasifica en tres tipos:

4.7.1 INVERSIÓN VARIABLE

La inversión variable corresponde a los activos menores y a los rubros estimados que constituyen el capital de trabajo para poner en marcha el proyecto.

4.7.2 INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida corresponde a todos los requerimientos y documentos legales que se necesita obtener para que la fábrica pueda entrar en funcionamiento, es decir todo los gastos de constitución.

4.7.3 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija hace referencia a todos los activos fijos productivos sujetos o no a depreciación.

CUADRO N° 52
INVERSIÓN PARA EL PROYECTO

INVERSIÓN VARIABLE		4.622,31
INVERSIÓN DIFERIDA		400,00
INVERSIÓN FIJA		15.040,00
Equipo de computación	600,00	
Muebles y enseres	1.085,00	
Maquinaria y herramientas	13.285,00	
Equipo de oficina	70,00	
TOTAL		20.062,31

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

4.8 MONITOREO Y SEGUIMIENTO

Para el adecuado control en la calidad del producto y del servicio al cliente, el Gerente-propietario será el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar todos los procesos productivos y administrativos de la fábrica, es decir, él llevará a cabo un seguimiento de la calidad del cono de galleta que pueda satisfacer las necesidades de los clientes y de los consumidores del helado en cono tratando de superar sus expectativas y adquiriendo información a los mismos de cómo el producto puede mejorar, además controlará los procesos de producción, el desenvolvimiento de los empleados en sus funciones, las ventas proyectadas y la parte administrativa, contable y legal del establecimiento; garantizando así el funcionamiento óptimo de la fábrica y la elaboración de un producto de calidad que supere a la competencia del mercado.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

5.1.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 53

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión Propia	5062,31
Inversión Financiada	15000,00
TOTAL	20062,31

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

5.1.2 DESTINO DE LA INVERSIÓN

La inversión para el presente proyecto estará distribuida de la siguiente manera:

CUADRO N° 54

MONTO DE LA INVERSIÓN

Inversión variable	4622,31
Inversión diferida	400,00
Inversión fija	15040,00
TOTAL	20062,31

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

5.1.2.1 CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE

La inversión variable o el capital de trabajo están destinados en los siguientes gastos operacionales; considerando que el capital de trabajo está calculado para un mes; puesto que con la rotación del mismo y las políticas de venta, se deduce recuperar la inversión en el tiempo antes indicado.

CUADRO N° 55**INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO**

GASTOS OPERACIONALES	VALOR EN USD.
Gasto sueldos	912,00
Gasto aporte patronal	110,81
Decimo tercero	73,00
Decimo cuarto	76,00
Vacaciones	38,00
Suministros de oficina	80,00
Suministros de cocina	127,40
Suministros de limpieza	44,10
Inventario materia prima	2.500,00
Gasto transporte	50,00
Gasto publicidad	20,00
Gastos varios	30,00
Gasto servicios básicos	61,00
Gastos embalaje y empaque	500,00
TOTAL	4.622,31

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

5.1.2.2 INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida está compuesta por todos los aspectos legales prioritarios que se necesitan realizar para que el proyecto entre en funcionamiento.

CUADRO N° 56**INVERSIÓN DIFERIDA**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR EN USD.
Patente	50.00
Registro Sanitario	60.00
Bomberos	50.00
Obtención del RUC	10.00
Inscripción en la Cámara de Comercio	30.00
Registro marcas y patentes	100.00
Registro comercial	100.00
TOTAL	400.00

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

5.1.2.3 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija corresponde a todos los activos fijos sujetos de depreciación.

CUADRO N° 57
INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	TOTAL
Equipo de computación	600,00
Muebles y enseres	1.085,00
Maquinaria y herramientas	13.285,00
Equipo de oficina	70,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	15.040,00

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

5.2 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

CUADRO N° 58
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	5062,31	25,23	4,53	114,31
Inversión Financiada	15000,00	74,77	11,00	822,44
TOTAL	20062,31	100,00	15,53	936,74

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

5.2.1 COSTO DEL CAPITAL

Costo del Capital = $936,74 / 100 = 9,3674\%$

5.2.2 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO (T.R.M.)

CUADRO N° 59
CÁLCULO DEL T.R.M.

Rendimiento	9,37%
Inflación	5,41%
T.R.M.=	15,28%

Fuente: Estudio Económico (cálculos matemáticos)

Elaboración: La Autora

Donde:

$$Ck \text{ (Costo del Capital)} = 9,3674\% \Rightarrow 9,3674/100 = 0,093674$$

$$\text{Inflación} = 5,41\% \Rightarrow 5,41 / 100 = 0,0541$$

$$T.R.M. = (1 + Ck) * (1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$T.R.M. = (1 + 0,093674) (1 + 0,0541) - 1$$

$$T.R.M. = 0,1528 \Rightarrow 0,1528 * 100 = 15,28\%$$

Teóricamente el proyecto producirá una rentabilidad del 15,28%

5.3 PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS

Según los datos proporcionados en el Balance Oferta – Demanda del Estudio de Mercado, se tiene la siguiente proyección en cajas de 360 unidades de cono de galleta.

CUADRO N° 60
BALANCE OFERTA – DEMANDA
UNIDADES DE CONO DE GALLETA AL AÑO

AÑO	DEMANDA (unidades)	OFERTA (unidades)	SUPERÁVIT O DÉFICIT (unidades)
2011	1468800	131400	1337400
2012	1615680	126801	1488879
2013	1777248	122363	1654885
2014	1954973	118080	1836893
2015	2150470	113947	2036523
2016	2365517	109959	2255558

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

Conos de galleta para helado por cajas de 360 unidades cada una.

CUADRO N° 61
CAJAS DE CONO DE GALLETA A ELABORARSE ANUALMENTE

AÑO	DEMANDA (cajas de 360 unidades)	OFERTA (cajas de 360 unidades)	SUPERÁVIT O DÉFICIT (cajas de 360 unidades)
2011	4080	365	3715
2012	4488	352	4136
2013	4937	340	4597
2014	5430	328	5102
2015	5974	317	5657
2016	6571	305	6265

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

Se tendrá una participación en el proyecto en el número de cajas a producir al año, considerando la oferta y la demanda con los siguientes porcentajes:

Caja de conos de galleta para helado: 11% aproximadamente.

5.3.1 PRESUPUESTOS

5.3.1.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

CUADRO N° 62
PROYECCIÓN DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen Proyectado	4.136	4.597	5.102	5.657	6.265
Precio Venta Proyectado	15,18	16,00	16,87	17,78	18,74
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS	62.783,05	73.558,46	86.065,78	100.581,42	117.426,00

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.3.1.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

CUADRO N° 63
PROYECCIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen Proyectado	4.136	4.597	5.102	5.657	6.265
Costo venta proyectado	10,04	10,58	11,16	11,76	12,40
TOTAL COSTOS PROYECTADOS	41.523,18	48.649,78	56.921,81	66.522,10	77.662,70

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.3.1.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

CUADRO N° 64
PROYECCIÓN DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos administrativos	10601,96	11175,53	11780,12	12417,43	13089,21
Imprevistos	100,00	105,41	111,11	117,12	123,46
Gastos de Ventas	840,00	885,44	933,35	983,84	1037,07
TOTAL GASTOS PROYECTADOS	11541,96	12166,38	12824,58	13518,39	14249,74

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.3.1.4 TABLAS DE DEPRECIACIÓN

CUADRO N° 65
TABLA DE DEPRECIACIÓN

ACTIVOS FIJOS	VALOR	TIEMPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE RESCATE
Equipo de computación	600,00	3 años	200,00	200,00	200,00			60,00
Muebles y enseres	1.085,00	10 años	108,50	108,50	108,50	108,50	108,50	108,50
Maquinaria y herramienta	13.285,00	10 años	1.328,50	1.328,50	1.328,50	1.328,50	1.328,50	1.328,50
Equipo de oficina	70,00	10 años	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN FIJA	15.040,00		1.644,00	1.644,00	1.644,00	1.444,00	1.444,00	1.504,00

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.3.1.5 OBLIGACIONES FINANCIERAS

CUADRO N° 66
CÁLCULO DEL PAGO DE LA DEUDA

	ANUAL	MENSUAL
DEUDA FINANCIADA	15000,00	
TASA	11%	0,0092
TIEMPO	5	60

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 67
TABLA DE AMORTIZACIÓN

N° DE PAGOS	CAPITAL INSOLUTO	ANUALIDAD	INTERESES	SALDO SOLUTO	VALOR FUTURO
1	15000,00	326,14	137,50	188,64	14811,36
2	14811,36	326,14	135,77	190,37	14621,00
3	14621,00	326,14	134,03	192,11	14428,89
4	14428,89	326,14	132,26	193,87	14235,02
5	14235,02	326,14	130,49	195,65	14039,37
6	14039,37	326,14	128,69	197,44	13841,93
7	13841,93	326,14	126,88	199,25	13642,67
8	13642,67	326,14	125,06	201,08	13441,59
9	13441,59	326,14	123,21	202,92	13238,67
10	13238,67	326,14	121,35	204,78	13033,89
11	13033,89	326,14	119,48	206,66	12827,23
12	12827,23	326,14	117,58	208,55	12618,68
13	12618,68	326,14	115,67	210,47	12408,21
14	12408,21	326,14	113,74	212,39	12195,82
15	12195,82	326,14	111,80	214,34	11981,48
16	11981,48	326,14	109,83	216,31	11765,17
17	11765,17	326,14	107,85	218,29	11546,88
18	11546,88	326,14	105,85	220,29	11326,59
19	11326,59	326,14	103,83	222,31	11104,28
20	11104,28	326,14	101,79	224,35	10879,94
21	10879,94	326,14	99,73	226,40	10653,53
22	10653,53	326,14	97,66	228,48	10425,05
23	10425,05	326,14	95,56	230,57	10194,48
24	10194,48	326,14	93,45	232,69	9961,79
25	9961,79	326,14	91,32	234,82	9726,97
26	9726,97	326,14	89,16	236,97	9490,00
27	9490,00	326,14	86,99	239,14	9250,86
28	9250,86	326,14	84,80	241,34	9009,52
29	9009,52	326,14	82,59	243,55	8765,97
30	8765,97	326,14	80,35	245,78	8520,19

31	8520,19	326,14	78,10	248,03	8272,15
32	8272,15	326,14	75,83	250,31	8021,85
33	8021,85	326,14	73,53	252,60	7769,24
34	7769,24	326,14	71,22	254,92	7514,33
35	7514,33	326,14	68,88	257,26	7257,07
36	7257,07	326,14	66,52	259,61	6997,46
37	6997,46	326,14	64,14	261,99	6735,46
38	6735,46	326,14	61,74	264,39	6471,07
39	6471,07	326,14	59,32	266,82	6204,25
40	6204,25	326,14	56,87	269,26	5934,99
41	5934,99	326,14	54,40	271,73	5663,25
42	5663,25	326,14	51,91	274,22	5389,03
43	5389,03	326,14	49,40	276,74	5112,29
44	5112,29	326,14	46,86	279,27	4833,02
45	4833,02	326,14	44,30	281,83	4551,19
46	4551,19	326,14	41,72	284,42	4266,77
47	4266,77	326,14	39,11	287,02	3979,75
48	3979,75	326,14	36,48	289,66	3690,09
49	3690,09	326,14	33,83	292,31	3397,78
50	3397,78	326,14	31,15	294,99	3102,79
51	3102,79	326,14	28,44	297,69	2805,10
52	2805,10	326,14	25,71	300,42	2504,67
53	2504,67	326,14	22,96	303,18	2201,50
54	2201,50	326,14	20,18	305,96	1895,54
55	1895,54	326,14	17,38	308,76	1586,78
56	1586,78	326,14	14,55	311,59	1275,19
57	1275,19	326,14	11,69	314,45	960,74
58	960,74	326,14	8,81	317,33	643,41
59	643,41	326,14	5,90	320,24	323,17
60	323,17	326,14	2,96	323,17	0,00

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.4 BALANCES PROFORMA

5.4.1 BALANCE DE ARRANQUE PARA EL AÑO CERO

CUADRO N° 68
BALANCE GENERAL

ACTIVOS		PASIVOS Y PATRIMONIO	
INVERSIÓN VARIABLE	4622,31	PASIVOS	
INVERSIÓN DIFERIDA	400,00	Deuda	15000,00
INVERSIÓN FIJA:	15040,00		
Equipo de computación	600,00		
Muebles y enseres	1.085,00	PATRIMONIO	
Maquinaria y herramientas	13.285,00	Inversión propia	5062,31
Equipo de oficina	70,00		
TOTAL ACTIVOS	20062,31	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	20062,31

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.4.2 PROYECCIÓN DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO N° 69
BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	62783,05	73558,46	86065,78	100581,42	117426,00
(-) Costos Operacionales	41523,18	48649,78	56921,81	66522,10	77662,70
(=) Utilidad Bruta Proyectada	21259,87	24908,69	29143,97	34059,32	39763,30
(-) Gastos					
Gastos Administrativos	10601,96	11175,53	11780,12	12417,43	13089,21
Gastos de Ventas	840,00	885,44	933,35	983,84	1037,07
Imprevistos	100,00	105,41	111,11	117,12	123,46
Amortización gastos de constitución	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Depreciación	1644,00	1644,00	1644,00	1444,00	1444,00
Total Gastos Operativos	13265,96	13890,38	14548,58	15042,39	15773,74
(=) Utilidad Bruta Proyecta	7993,91	11018,31	14595,39	19016,93	23989,56
(-) Gastos Financieros	1532,31	1256,75	949,30	606,27	223,55
Utilidad antes del 15% Proyectada	6461,59	9761,55	13646,09	18410,66	23766,02
(-) 15 P. T. Proyectado	969,24	1464,23	2046,91	2761,60	3564,90
(=) Utilidad Proyectada Antes del IR	5492,35	8297,32	11599,17	15649,06	20201,12
(-) Impuesto a la Renta Proyectado	0,00	0,00	93,96	463,29	1058,17
UTILIDAD DEL EJERCICIO	5492,35	8297,32	11505,21	15185,77	19142,95

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.5 FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

CUADRO N° 70
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	- 20062,31					
INGRESOS						
Utilidad Neta Proyectada		5492,35	8297,32	11505,21	15185,77	19142,95
(+) Depreciación		1644,00	1644,00	1644,00	1444,00	1444,00
Valor de Rescate						1504,00
(=) TOTAL INGRESOS	- 20062,31	7136,35	9941,32	13149,21	16629,77	22090,95
EGRESOS						
Pago Principal de la Deuda		2381,32	2656,89	2964,34	3307,37	3690,09
(=) TOTAL EGRESOS		2381,32	2656,89	2964,34	3307,37	3690,09
(=) FLUJO DE CAJA NETO	- 20062,31	4755,03	7284,44	10184,88	13322,40	18400,86

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.6 FLUJO DE CAJA LIBRE

CUADRO N° 71
FLUJO DE CAJA LIBRE

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	62783,05	73558,46	86065,78	100581,42	117426,00
TOTAL INGRESOS	62783,05	73558,46	86065,78	100581,42	117426,00
EGRESOS					
Costos Operacionales	41523,18	48649,78	56921,81	66522,10	77662,70
Gastos Administrativos	10601,96	11175,53	11780,12	12417,43	13089,21
Gastos de Ventas	840,00	885,44	933,35	983,84	1037,07
Imprevistos	100,00	105,41	111,11	117,12	123,46
Amortización gastos de constitución	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Depreciación	1644,00	1644,00	1644,00	1444,00	1444,00
Pago del crédito	3913,64	3913,64	3913,64	3913,64	3913,64
TOTAL EGRESOS	58702,78	66453,79	75384,03	85478,13	97350,07
FLUJO NETO	4080,27	7104,67	10681,75	15103,29	20075,93

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

5.7 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.7.1 EVALUADORES FINANCIEROS

5.7.1.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

❖ CÁLCULO DEL VAN CON FLUJO DE CAJA PROYECTADA

Para el cálculo del VAN; si se va tomar en cuenta toda la inversión, los flujos de caja neto serán igual a los ingresos; no se considera los egresos por el pago del capital de la inversión financiada.

$$VAN = \langle INVERSIÓN \rangle + \sum FC / (1 + i)^n$$

Donde:

INVERSIÓN = El total de dinero que se necesita para que el proyecto funcione

\sum = Sumatoria

FC = Flujos de caja neto

i = Tasa de descuento (tasa de rendimiento medio T.R.M.)

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

Para el cálculo del VAN

$$VAN = -20062,31 + \left(\frac{7136,35}{(1 + 0,1528)} + \frac{9941,32}{(1 + 0,1528)^2} + \frac{13149,21}{(1 + 0,1528)^3} + \frac{16629,77}{(1 + 0,1528)^4} + \frac{22090,95}{(1 + 0,1528)^5} \right)$$

$$VAN = -20062,31 + 42520,47$$

$$VAN = 22458,16$$

El proyecto es rentable, puesto que el valor actual neto VAN es positivo.

❖ **CÁLCULO DEL VAN DE LOS ACCIONISTAS CON FLUJO DE CAJA PROYECTADA**

Para el cálculo del VAN de los Accionistas, se determina restando a la inversión total la inversión financiada, ya que en el flujo de caja proyectado se considera el egreso por el pago del capital adeudado

$$VAN = -5062,31 + \left(\frac{4755,03}{(1 + 0,1528)} + \frac{7284,44}{(1 + 0,1528)^2} + \frac{10184,88}{(1 + 0,1528)^3} + \frac{13322,40}{(1 + 0,1528)^4} + \frac{18400,86}{(1 + 0,1528)^5} \right)$$

$$VAN = -5062,31 + 32835,48$$

$$VAN = 27773,17$$

El proyecto es rentable, puesto que el valor actual neto VAN de los accionistas es positivo.

5.7.1.2 TASA INTERNA DE RETORNO T.I.R.

La tasa interna de retorno significa la rentabilidad que entrega el proyecto durante su vida útil, tomando en consideración los flujos de caja proyectados o el momento en que el valor actual neto VAN es igual a 0.

❖ **CÁLCULO DEL T.I.R. POR INTERPOLACIÓN**

VAN CON 47%

$$VAN = -20062,31 + \left(\frac{7136,35}{(1 + 0,47)} + \frac{9941,32}{(1 + 0,47)^2} + \frac{13149,21}{(1 + 0,47)^3} + \frac{16629,77}{(1 + 0,47)^4} + \frac{22090,95}{(1 + 0,47)^5} \right)$$

$$VAN = -20062,31 + 20374,38$$

$$VAN = 312,07$$

VAN CON 48%

$$VAN = -20062,31 + \left(\frac{7136,35}{(1 + 0,48)} + \frac{9941,32}{(1 + 0,48)^2} + \frac{13149,21}{(1 + 0,48)^3} + \frac{16629,77}{(1 + 0,48)^4} + \frac{22090,95}{(1 + 0,48)^5} \right)$$

$$VAN = -20062,31 + 19993,73$$

$$VAN = -68,58$$

Interpolando:

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

Donde:

T.I.R. = Tasa interna de retorno

Ti = tasa inferior de redescuento (20%)

Ts = tasa superior de redescuento (21%)

VAN (+) = Valor actual neto positivo

VAN (-) = Valor actual neto negativo

$$TIR = 0,47 + 0,01 \left[\frac{312,07}{(312,07 - (-68,58))} \right]$$

$$TIR = 0,3935$$

$$TIR = 39,35\% \approx 39\%$$

5.7.1.3 COSTO BENEFICIO (B/C)

El costo-beneficio nos permite determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual se toma en cuenta los ingresos y egresos proyectados del flujo de caja libre.

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{\sum \text{INGRESOS} / (1 + i)^n}{\sum \text{EGRESOS} / (1 + i)^n}$$

$$B/C = \left(\left(\frac{62783,05}{(1 + 0.1528)} + \frac{73558,46}{(1 + 0.1528)^2} + \frac{86065,78}{(1 + 0.1528)^3} + \frac{100581,42}{(1 + 0.1528)^4} + \frac{117426,00}{(1 + 0.1528)^5} \right) \right) / \left(\left(\frac{58702,78}{(1 + 0.1528)^1} + \frac{66453,79}{(1 + 0.1528)^2} + \frac{75384,03}{(1 + 0.1528)^3} + \frac{85478,13}{(1 + 0.1528)^4} + \frac{97350,07}{(1 + 0.1528)^5} \right) \right)$$

$$B/C = 280617.53 / 246347.21$$

$$B/C = 1.14$$

Este resultado significa que por un dólar de gastos (1,00 USD), se genera un dólar con catorce centavos (1,14 USD) de ingresos.

5.7.1.4 ÍNDICE DE RENTABILIDAD BENEFICIO COSTO (I.R.B.C.)

Este índice permite analizar en nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial, este análisis es muy adecuado para proyectos de inversión en mercados financieros.

❖ RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN

Fórmula:

$$IRBC = \frac{\sum FLUJOS DE CAJA / (1+i)^n}{INVERSION}$$

I.R.B.C. CON FLUJO DE CAJA PROYECTADO

$IRBC =$

$$\left(\frac{4755,03}{(1+0,1528)} + \frac{7284,44}{(1+0,1528)^2} + \frac{10184,88}{(1+0,1528)^3} + \frac{13322,40}{(1+0,1528)^4} + \frac{18400,86}{(1+0,1528)^5} \right) /$$

20062,31

$$I.R.B.C. = 32835,48 / 20062,31$$

$$I.R.B.C. = 1.64$$

El índice de rentabilidad beneficio-costo realizado con los flujos netos de caja proyectados indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.

5.7.1.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es válido únicamente para el año 1, debido a que mientras es más tardío el pronóstico es menos cierto.

❖ FÓRMULA PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTOS FIJOS}{PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

❖ **PUNTO DE EQUILIBRIO DE LOS CONOS DE GALLETA PARA HELADO**

CUADRO N° 72
VALORES DEL PRECIO DE VENTA
Y COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS	8187,90
PRECIO DE VENTA UNITARIO	15,18
COSTO VARIABLE UNITARIO	10,04

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: La Autora

$$PE = \frac{8187,90}{15,18 - 10,04}$$

PE= 1593 cajas de cono de galleta

PE= 573480 unidades de conos de galleta

5.7.1.6 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este elemento ayudará a conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en consideración los flujos de caja proyectados. El proyecto entre menos tiempo de recuperación tenga es mejor, puesto que, mientras más se demore la recuperación de la inversión, esta pierde su atracción, es decir no es conveniente.

CON FLUJOS DE CAJA

∑ FLUJOS DE CAJA	53947,60	5	años
INVERSIÓN	20062,31	x	

$$X = \frac{(20062,31 * 5)}{57785,53947,6002}$$

X= 1,86 ≈ 2 años

En dos años se recuperará el proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA FÁBRICA

La fábrica dedicada a la producción y comercialización de los conos de galleta para helado se manejará a nombre de Persona Natural, por lo tanto para su puesta en marcha necesita contar con los siguientes requisitos:

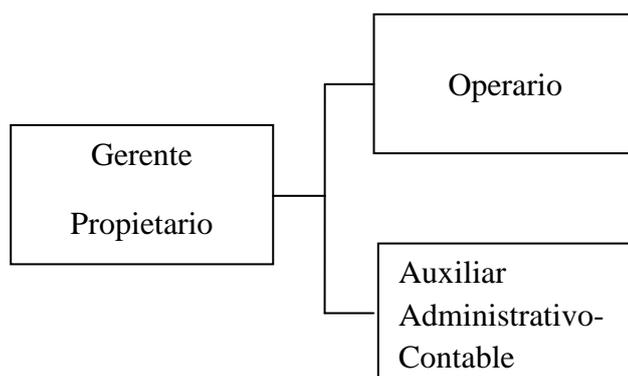
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Inscripción y pago de patente municipal
- Permiso de Bomberos
- Permiso Sanitario

6.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Niveles a considerar:

- Ejecutivo.- Gerente propietario
- Operativo.- Operarios
- Apoyo.- Auxiliar Administrativo-Contable

6.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.3 NOMBRE

La fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado se denominará: Ricono

Estará ubicada en la ciudad de Ibarra en el sector norte de la ciudad, barrio Ajaví Chiquito, calles Aurelio Mosquera 3-21 y Luis Fernando Villamar.



6.4 MISIÓN

Ricono tiene como misión esencial producir y comercializar conos de galleta para helado de excelente calidad que cumpla con las necesidades de los comerciantes de heladerías en la ciudad de Ibarra y de satisfacción a las personas en el momento de consumir el helado en cono.

6.5 VISIÓN

En los próximos cinco años Ricono alcanzará el posicionamiento en el mercado local como un referente de calidad, debido a su alto potencial nutritivo que ofrece el cono de galleta, logrando la aceptación de su mercado potencial.

6.6 OBJETIVO EMPRESARIAL

El objetivo empresarial de Ricono es fabricar un cono de galleta de excelente calidad, innovando en su textura y sabor, para brindar un producto único que tenga buena competencia en el mercado.

6.7 VALORES INSTITUCIONALES

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Honestidad
- Precio justo
- Servicio de calidad
- Pro actividad

- Empeño
- Esfuerzo
- Perfección

6.8 MATRIZ DE SELECCIÓN DEL TALENTO HUMANO

CUADRO N° 73

PERFIL DEL GERENTE PROPIETARIO

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
Administrador del proyecto (Gerente propietario)	<ul style="list-style-type: none"> · Liderazgo · Formación en valores · Empatía con el proyecto · Estabilidad emocional 	1.- Estructurales <ul style="list-style-type: none"> - Creatividad - Proactivo - Emprendedor 2.- Laborales <ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa para tomar decisiones - Capacidad para trabajar en equipo - Trabajo a Presión - Superación permanente 3.- Desarrollo <ul style="list-style-type: none"> - Adaptabilidad - Capacidad de Gestión - Experticia en el trabajo 	1.- Académicos <ul style="list-style-type: none"> - Formación completa de tercer nivel - Capacitación actualizada - Manejo correcto del inglés técnico - Manejo de paquetes informáticos 2.- Laborales <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia real - Disponibilidad de tiempo - Referencias laborales

Fuente: Estructura administrativa y funcional.

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 74
PERFIL DEL OPERARIO

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
Operario	<ul style="list-style-type: none"> - Aptitud para trabajar en equipo - Estabilidad emocional - Responsabilidad 	1.- Estructurales <ul style="list-style-type: none"> - Emprendedor - Entusiasta 2.- Laborales <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para trabajar en equipo - Trabajo a Presión 3.- Desarrollo <ul style="list-style-type: none"> - Adaptabilidad - Estabilidad en el trabajo - Cooperación entre compañeros 	1.- Académicos <ul style="list-style-type: none"> - Formación de primer o segundo nivel - Conocimientos básicos de cocina 2.- Laborales <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia - Referencias personales

Fuente: Estructura administrativa y funcional.

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 75

PERFIL DEL AUXILIAR ADMINISTRATIVO-CONTABLE

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
Auxiliar Administrativo- Contable	Puntualidad Responsabilidad Honestidad Honradez Iniciativa Estabilidad emocional Ética profesional	1.- Estructurales Amable Entusiasta 2.- Laborales Capacidad para trabajar en equipo Trabajo a Presión 3.- Desarrollo Estabilidad laboral Capacitación continua	1.- Académicos Formación completa de segundo o tercer nivel Conocimientos en atención al cliente Conocimientos administrativos y contables Conocimientos legales 2.- Laborales Experiencia real Referencias laborales Referencias personales

Fuente: Estructura administrativa y funcional.

Elaboración: La Autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Para evaluar los impactos se aplicará la siguiente escala de valoración:

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
➤ Muy alto	5
➤ Alto	4
➤ Medio	3
➤ Bajo	2
➤ Muy bajo	1
➤ Indiferente	0

7.1 IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 76
IMPACTO SOCIAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Aplicación de conocimientos										X	
Generación de conocimientos										X	
Cultura de la comunidad									X		
Tradiciones										X	
Valores Ancestrales									X		
TOTAL									6	12	
	18 / 5 = 3.6 = 4 El impacto es alto										

Fuente: Impactos

Elaboración: La Autora

➤ **SOCIAL**

El impacto del proyecto en el aspecto social, es de afectación alta porque se desarrolla una cultura en la comunidad al crear una fábrica dedicada a elaborar un producto que no se fabrica en la ciudad, también mejora conocimientos, por medio de la generación y la aplicación de los mismos en materia de producción, comercialización y distribución de conos de galle para helado.

Otro punto importante en el impacto social son los valores ancestrales, ya que en la ciudad de Ibarra se preparan los mejores helados de paila desde mucho tiempo atrás, por lo tanto, al crear una fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta, contribuye a que la calidad de este helado sea superior, considerando que el cono de galleta es más que un soporte sino es un acompañamiento delicioso para el helado.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO N° 77
IMPACTO ECONÓMICO**

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Alimentación y nutrición										X	
Estabilidad laboral									X		
Calidad de Vida									X		
Generación de empleo									X		
Seguridad Familiar									X		
Estabilidad familiar									X		
TOTAL									15	4	
	19 / 6 = 3.17 = 3 El impacto es medio										

Fuente: Impactos

Elaboración: La Autora

➤ **ECONÓMICO**

El proyecto es de afectación media con respecto a lo económico, ya que aporta en cierta medida a la estabilidad laboral y familiar de las personas por la generación de empleo, aunque al principio del proyecto no se cuenta con un gran número de empleados; sin embargo esto en cierta forma ayudará a mejorar la calidad de vida de las personas beneficiarias del proyecto, puesto que existirá seguridad, alimentación y nutrición familiar.

7.3 IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 78
IMPACTO EMPRESARIAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Espíritu emprendedor										X	
Creatividad										X	
Cultura de Organiza. y Planificación											X
Toma de decisiones											X
Manejo o Administra. Técnica											X
Asignación óptima de recursos											X
Rentabilidad social y financiera										X	
TOTAL										12	20
	$32 / 7 = 4.57 = 5$ El impacto es muy alto										

Fuente: Impactos

Elaboración: La Autora

➤ **EMPRESARIAL**

Con relación al impacto empresarial, el proyecto es de afectación muy alta, lo que con lleva a manejarse con criterio de empresa moderna adaptándose al mundo de la tecnología y agilización de procesos, con espíritu emprendedor y creatividad,

innovando el producto para convertirlo en el mejor del mercado, además cuenta con un alto puntaje de cultura de organización y planificación por el trabajo en equipo de sus miembros en la realización de actividades dando nuevas ideas para alcanzar las metas fijada; también cuenta con la asignación óptima de recursos evitando desperdicios en materia prima, aprovechando el tiempo de trabajo de los trabajadores y mejorando los sistemas, pero en especial perfeccionando la calidad de fabricación de los conos de galleta.

7.4 IMPACTO COMERCIAL

CUADRO N° 79
IMPACTO COMERCIAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Canales de distribución									X		
Puntos de Venta									X		
Precios									X		
Proveedores									X		
Promoción y publicidad										X	
Competencia				x							
Imagen										X	
Mercado										X	
TOTAL				-2					12	12	
	$22 / 8 = 2.75 = 2$ El impacto es bajo										

Fuente: Impactos

Elaboración: La Autora

➤ **COMERCIALIZACIÓN**

En el aspecto comercial el proyecto a realizarse es de afectación baja, puesto que no cuenta con el posicionamiento que posee la competencia en el mercado lo que indica que se debería potenciarse el sistema de marketing y distribución del

producto, buscando nuevas alternativas de penetración y venta de los conos de galleta.

7.5 IMPACTO AMBIENTAL Y ECOLÓGICO

CUADRO N° 80
IMPACTO AMBIENTAL Y ECOLÓGICO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Manejo de desechos										X	
Reciclado de la basura											X
Aguas servidas			X								
Polución del aire			X								
Polución del paisaje					X						
Contaminación auditiva				X							
Contaminación visual				X							
Contaminación de olores			X								
TOTAL			-9	-4	-1					4	5
	-5 / 8 = 0.63 = 1 El impacto negativo es muy bajo										

Fuente: Impactos

Elaboración: La Autora

➤ AMBIENTAL Y ECOLÓGICO

El impacto en lo ambiental y ecológico es de afectación negativa, es decir muy baja, por cuanto no presenta una mayor dificultad en la conservación del ambiente y porque puede ser mitigado cualquier tipo de contaminación.

Además la fabricación de los conos de galleta no causará contaminación auditiva y de olores en el sector, puesto que la maquinaria es de calidad y de funcionamiento eléctrico.

7.6 IMPACTO SALUD

CUADRO N° 81
IMPACTO SALUD

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Prevención						X					
Atención médica						X					
Hábitos alimenticios									X		
Nutrición										X	
Enfermedades contagiosas						X					
Política de estado						X					
Presupuesto de salud						X					
Cobertura de servicios						X					
TOTAL						0			3	4	
	7 / 8 = 0,88 = 1 El impacto es muy bajo										

Fuente: Impactos

Elaboración: La Autora

➤ SALUD

Con respecto a la salud es de afectación muy bajo porque no es de mayor pertinencia a excepción de dos aspectos: hábitos alimenticios y nutrición, lo que se considera aspectos importantes, debido a que el producto contiene nutrientes saludables para las personas que no perjudica a los buenos hábitos alimenticios.

CONCLUSIONES

- ❖ Este estudio permitió determinar la necesidad de crear una fábrica dedicada a la producción y comercialización de conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra, debido a que los comerciantes de heladería requieren de un cono de galleta de calidad que sea más que un soporte para el helado, sino que sea un acompañamiento y que mejore la presentación del mismo para sus clientes; además que se pueda encontrarlo oportunamente sin tener que viajar a otra ciudad para adquirirlos, puesto que en Ibarra se carece de competencia en la elaboración del cono de galleta.

- ❖ Con el estudio de mercado se pudo establecer la importancia de dar un valor agregado al producto, de innovarlo con ideas originales para que sea especial y distinto al de la competencia, como en el caso de los conos de galleta de sabores.

- ❖ Según el estudio de evaluación financiera, el proyecto se muestra factible ya que el Valor Actual Neto (VAN) es de valor positivo lo que indica que el proyecto es rentable y atractivo siempre y cuando las condiciones y los escenarios actuales no varíen.

- ❖ El tiempo de recuperación de la inversión es de aproximadamente dos años, sin embargo no es un tiempo lejano para recobrar lo invertido, está dentro de un lapso en que se puede superar las expectativas iniciales.

- ❖ De acuerdo al análisis de impactos, el proyecto muestra efectos positivamente altos en lo referente a lo social y económico, lo que sería una oportunidad

muy buena para su creación, también indica un impacto muy bajo en relación a la contaminación de ambiente, esto es importante porque no sólo generaría rentabilidad sino también responsabilidad social; sin embargo los efectos en la comercialización son bajos, por lo que se debería buscar nuevas alternativas para la distribución de los conos de galleta.

- ❖ Por medio de este estudio se pudo determinar que existe demanda en el consumo de helado en la ciudad de Ibarra, lo que permite apreciar que los conos de galleta pueden introducirse al mercado, específicamente para el mercado potencial que son las heladerías de Ibarra, puesto que estas mostraron aceptación en la creación de la fábrica de este tipo de cono.

RECOMENDACIONES

- ❖ El presente proyecto contribuye en bien a la sociedad puesto que ofrece empleo y brinda desarrollo económico a la ciudad; por lo tanto para mejorar su crecimiento, se debería tomar más en cuenta el aspecto de la comercialización con mejores y nuevas estrategias de marketing y distribución, por medio de anuncios publicitarios y promociones.
- ❖ Los conos de galleta para helado son de buena acogida dentro del mercado local, se recomendaría promocionar este bien y a la vez ir innovándolo siempre dando un valor agregado al producto, para que pueda ser mejor que el de la competencia.
- ❖ Con la ayuda de financiamiento que ofrece el Gobierno actual se puede invertir en proyectos de productivos como este; sin embargo se requiere más tiempo de plazo para el pago cuando la inversión es de alto valor.
- ❖ El Gobierno debe ayudar a las personas que desean poner en marcha proyectos productivos como este a través de la obtención fácil y rápida de los documentos para los trámites de funcionamiento y estimularlos por medio de la reducción de impuestos.
- ❖ La Cámara de Comercia de Ibarra debería ayudar a los comerciantes de la ciudad a tener nuevas ideas de comercialización y penetración de los productos en el mercado, por medio de cursos de marketing, relaciones públicas, relaciones humanas, tributarios, etc.
- ❖ Es importante realizar diagnósticos para determinar la situación del producto en el mercado, conocer nuevos clientes, proveedores y competidores; y establecer nuevas oportunidades de crecimiento comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

➤ BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, Sérvulo, Administración de pequeñas empresas, MacGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.; Segunda Edición; México

BERNAL, César; Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales; Pearson Educación; Segunda edición; México 2006.

CANTOS, Enriqueta; Gestión de Empresas; Editor CODEU, Tecnología Educativa; Quito 2002

CASHIN, James; POLIMENI, Ralphs; SULLIVAN, William; Teoría y problemas de contabilidad de costos; MacGraw-Hill/Latinoamérica; Bogotá, 1980

CHILQUINGA, Manuel; Costos; Ibarra, Ecuador, 2007

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN FACAE, Guía para el diseño del plan de trabajo de grado; Editorial Universitaria; Ibarra, 2005.

JHON, Cook; AUDITORIA, Copirigh Print, 3º Edición, México, 1990

CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES; Ley orgánica de defensa del consumidor; Corporación de estudios y Publicaciones; Quito, 2007

DEL CID, Alma; MENDEZ, Rosemary; FRANCO, Recinos; Investigación, fundamentos y metodología; Pearson Education; México 2007

DICCIONARIO DE MARKETING; Mercadotecnia; Cultural S.A.; Madrid, España, 1999.

FORMOSO, Antonio; FORMOSO, Jorge; Formoso 2000, procedimientos industriales al alcance de todos; La Coruña; 1991.

GALINDO, Carlos; Manual para la creación de empresas; ECOE Ediciones, Bogotá, Colombia, 2004.

GARCÍA, Juan; Contabilidad de costos; McGraw-Hill/Interamericana Editores; Segunda Edición; México, 2007

IZQUIERDO, Enrique, Investigación Científica; Tercera Edición; Loja-Ecuador, 1998

JÁCOME, Walter, Bases teóricas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión; Ibarra, 2005

LONGENECKER, Justin; Administración de pequeñas empresas; Internacional Thomson; Treceava edición; México, 2007

MEIGS, Robert; WILLIAMS, Jan; HAKA, Susan; BETTNER, Mark; Contabilidad. La base para decisiones gerenciales; McGraw-Hill/Interamericana S.A.; Undécima Edición; Bogotá 2005

MICROSOFT ENCARTA, Fábrica, 2009

NARVÁEZ, Eduardo; Tesis de Grado; Ibarra, 2007

SÁNCHEZ, Oscar; MOTA, Martha; Introducción a la Contaduría; Pearson Educación; México, 2008

ZAPATA, Pedro; Contabilidad de costos; MacGraw-Hill; Bogotá, Colombia, 2007

ZORRILLA, Santiago; TORRES, Miguel; LUIZ, Amado; ALCINO Pedro; Metodología de la Investigación; McGraw-Hill/Interamericana S.A.; Segunda Edición; México 1992.

➤ **LINCOGRAFÍA**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Helado>

<http://www.mundohelado.com/materiasprimas/cucuruchos/cucuruchos-01.htm>

<http://www.gelatsgaliana.com/analisisdeladefinicion.htm>

http://www.heladosgael.com/gael/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=17

<http://www.itdg.org.pe/fichastecnicas/pdf/FichaTecnica22Elaboracion%20de%20helado.pdf>

<http://definicion.de/produccion/>

<http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>

ANEXOS

- **ANEXO “A” ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE NEGOCIOS DE HELADERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA PARA REALIZAR EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES QUE POSEEN
NEGOCIOS DE HELADERÍAS EN LA CIUDAD DE IBARRA**

El objetivo de la presente encuesta es adquirir información para determinar la factibilidad de crear una fábrica que elabore y comercialice conos para helado en la ciudad de Ibarra.

Instrucciones:

La encuesta es anónima para garantizar la fiabilidad de la información
Marque con una sola X en el paréntesis, según corresponda su respuesta

CUESTIONARIO:

1.- En su negocio, el helado tiene más salida en:

- Copa de cristal ()
Cono ()
Otro () ¿Cuál?

2.- ¿Qué tipo de cono utiliza usted de soporte para el helado?

- Cono Estampado o Normal ()
Cono de Azúcar ()
Cono de Galleta ()
Otro () ¿Cuál?.....

3.- ¿De qué ciudad es el proveedor que le facilita los conos para su negocio?

- Quito ()
Guayaquil ()
Cuenca ()
Ambato ()
Ibarra ()
Otra () ¿Cuál?.....

4.- ¿Ha tenido algún problema o dificultad por parte de sus proveedores en adquirir este producto?

Si ()

No ()

Si su respuesta es Si señale lo siguiente:

Por retraso en la entrega ()

Por mal estado de los conos ()

Por faltante de unidades ()

Por mala calidad ()

Por mala atención al cliente ()

Otra ()

¿Cuál?.....

5.- ¿Cuántas unidades posee la caja de conos que usted adquiere?

200 unidades ()

250 unidades ()

300 unidades ()

350 unidades ()

400 unidades ()

Otro () ¿Cuántas?

6.- ¿Cuántas cajas de conos adquiere usted para abastecer sus ventas?

De 1 a 5 ()

De 6 a 10 ()

De 11 a 15 ()

De 16 a 20 ()

Más () ¿Cuántas?.....

7.- ¿Cada qué tiempo adquiere usted los conos para su negocio?

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

Trimestral ()

Otro () ¿Cuál?.....

8.- ¿Conoce usted si en la ciudad de Ibarra existe una fabrica dedicada a la producción y comercialización de conos para helado?

Si ()

No ()

➤ **ANEXO “B” ENTREVISTA DIRIGIDA A UN EXPERTO EN LA ELABORACIÓN DE CONOS DE GALLETA PARA LA REALIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ING. JUAN PABLO ÁLVAREZ OCHOA

El objetivo de la presente entrevista es adquirir información para determinar la factibilidad de crear una fábrica de conos para helado en la ciudad de Ibarra.

Fecha:

Hora:

Inicio:

Terminación:

Nombre del entrevistador:

DESARROLLO:

- 1.- ¿Por qué motivo considera usted, que existiría la factibilidad de crear una fábrica de conos para helado en la ciudad de Ibarra?
- 2.- ¿Qué clase de conos se está considerando elaborar?
- 3.- ¿Cuenta por el momento con la infraestructura para crear la fábrica?
- 4.- ¿Cuenta también con la maquinaria para la fabricación de estos conos?, ¿de cuánto es la capacidad de la maquinaria?
- 5.- ¿De dónde es proveedor que le facilitará la materia prima?, ¿la calidad de estos insumos es la apropiada para la producción de los conos?
- 6.- ¿Cuáles sería sus competidores potenciales?
- 7.- ¿Qué problemas piensa usted que existen, por parte de los competidores en la entrega del producto?
- 8.- ¿De acuerdo a que aspectos fijaría los precios?
- 9.- ¿Cuál sería su mercado potencial o a quién estaría dirigido este producto?
- 10.- ¿Cuál sería su valor agregado en la elaboración de producto?

➤ **ANEXO “C” ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA PARA LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA

El objetivo de la presente encuesta es adquirir información para determinar la posibilidad de crear una fábrica que produzca y comercialice conos de galleta para helado en la ciudad de Ibarra.

Instrucciones:

La encuesta es anónima para garantizar la fiabilidad de la información
Marque con una X en el paréntesis, según corresponda su respuesta
Le agradecemos su colaboración anticipadamente.

Género: Femenino () Masculino ()

Edad: _____

1.- ¿Cada qué tiempo usted compra un helado?

- Diario ()
- Semanal ()
- Quincenal ()
- Mensual ()
- Otro () ¿Cuál?

2.- Cuando usted adquiere un helado, prefiere consumirlo en:

- Copa de cristal ()
- Cono ()
- Tulipán ()
- Otro () ¿Cuál?

3.- Cuándo usted compra un helado en cono, ¿en qué clase de cono le gusta adquirir el helado?

- Cono Estampado ()
- Cono de Azúcar ()
- Cono de Galleta ()
- Otro () ¿Cuál?

4.- Al momento de consumir un helado, ¿Usted consume también el cono?

- Si ()
- No ()

Si su respuesta es no; ¿por qué?

5.- ¿Le gustaría que el cono de galleta fuera de sabor?

- Si ()
- No ()

Si su respuesta es Si por favor continúe con la encuesta

6.- ¿De qué sabor preferiría usted que fuera el cono de galleta?

- Chocolate ()
- Vainilla ()
- Coco ()
- Fresa ()
- Limón ()
- Naranja ()
- Mora ()
- Otro () ¿Cuál?.....

7.- ¿Ha observado usted que en las heladerías de nuestra ciudad existen conos de galleta de sabores?

- Si ()
- Rara Vez ()
- Nunca ()

8.- ¿Le gustaría a usted que se introduzca al mercado conos de galletas de sabores?

Si () No ()

11.- ¿Cree usted que un cono de galleta de sabores contiene un valor nutricional?

Si () No ()

12.- ¿Consideraría usted que se informe sobre los beneficios nutricionales que brinda un cono de galleta de sabores?

Si () No ()

13.- ¿De acuerdo a los costos de los productos que se presentan en el mercado cuanto estaría dispuesto a pagar por un helado en cono de galleta de sabor?

0.60	()	0.75	()
0.65	()	0.80	()
0.70	()	Otro	() ¿Cuánto?

Muchas gracias.

➤ ANEXO “D” PROFORMA DEL COMPUTADOR



PROFORMA
A
00004621

FECHA: 12 de abril de 2012
NOMBRE: Carolina Maya
RUC / CI: 100314273-2
DIRECCIÓN: Aurelio Mosquera 3-21
TELÉFONO: 097603640

Cantidad	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Computadora de 500 GHZ Samsum	600,00	600,00
	SUBTOTAL		600,00
	IVA		72,00
	TOTAL		600.72

VALIDEZ DE LA PROFORMA : 15
DÍAS

Firma autorizada

Cliente

➤ ANEXO “E” PROFORMA DE MUEBLES Y ENSERES



FECHA: 12 de abril de 2012
NOMBRE: Carolina Maya
RUC / CI: 100314273-2
DIRECCIÓN: Aurelio Mosquera 3-21
TELÉFONO: 097603640

Cantidad	Descripción	V. Unit.	Total
1	Escritorio	350,00	350,00
1	Archivador	150,00	150,00
4	Sillas metálicas	15,00	60,00
1	Silla giratoria	50,00	50,00
2	Sillones de espera	100,00	200,00
2	Mesa	100,00	200,00
1	Extintor de incendios	75,00	75,00
	SUBTOTAL		1085,00
	IVA		130,20
	TOTAL		1215.2

Tiempo de entrega: Inmediato
 Forma de pago: Contado
 Validez de la proforma: 15 días

Firma

Cliente

➤ ANEXO “F” PROFORMA DE LA MAQUINARIA

www.creandotuhelado.com



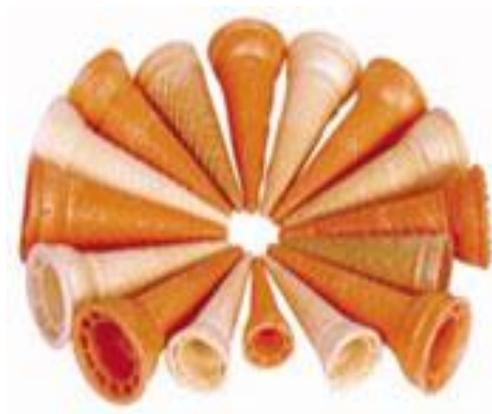
creando tu
helado

Tels.: 5203.3778 .: 5203.3882 ventas@creandotuhelado.com
Shakespeare No. 154 Col. Anzures CP 11590 México D.F.

EQUIPAMIENTO Y ASESORÍA PARA HELADERÍA

FABRICADORA DE CONOS MOLDEADOS MODELO 500

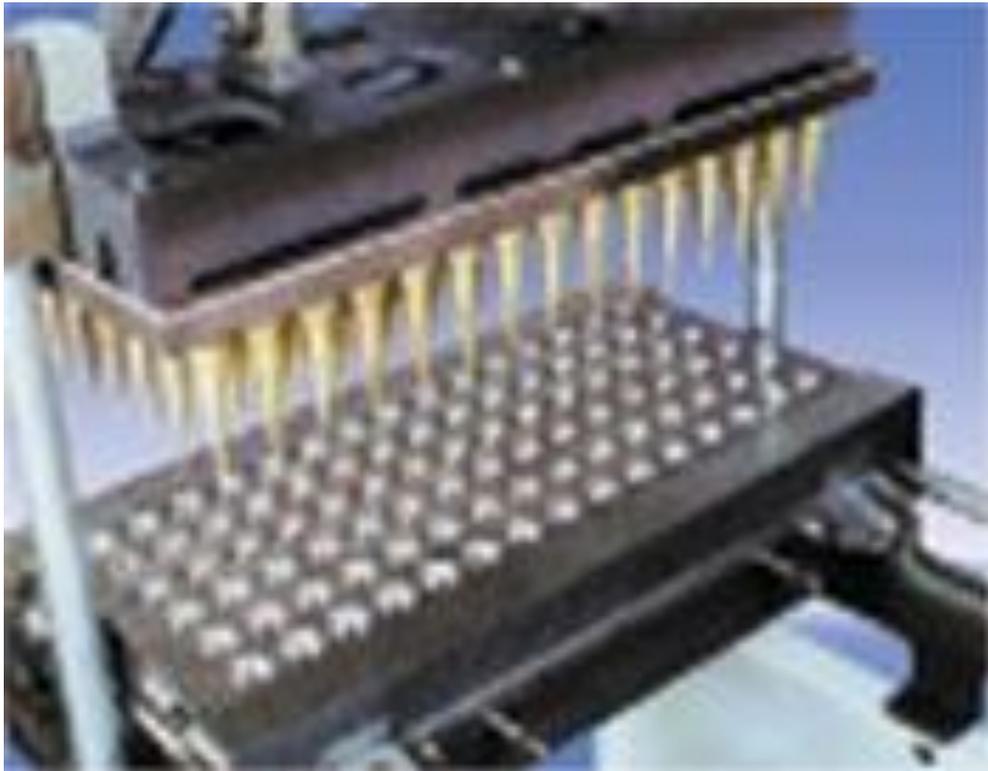
PRECIO \$12,500 USD



GE-500

CE Certified





Tiempo de entrega 90 días

Garantía de 1 año

Forma de pago 70% anticipo, 30% a la llegada a nuestro almacén

Capacidad

DIMENSIONES

Largo 1200

Ancho 1300

Alto 2100

Conexión 10-15 Kilowatt

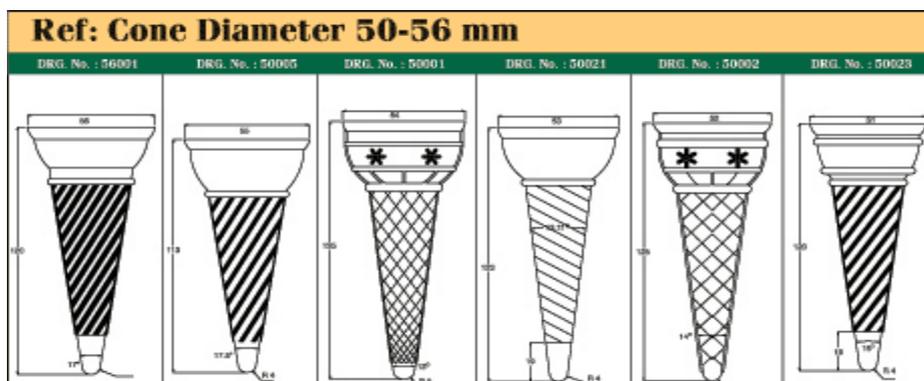
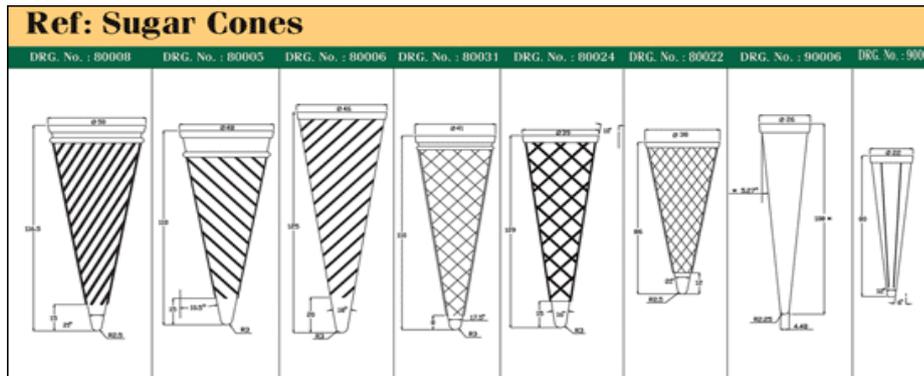
Consumo hora 7-12 Kilowatt

Peso aproximado 500 kg's

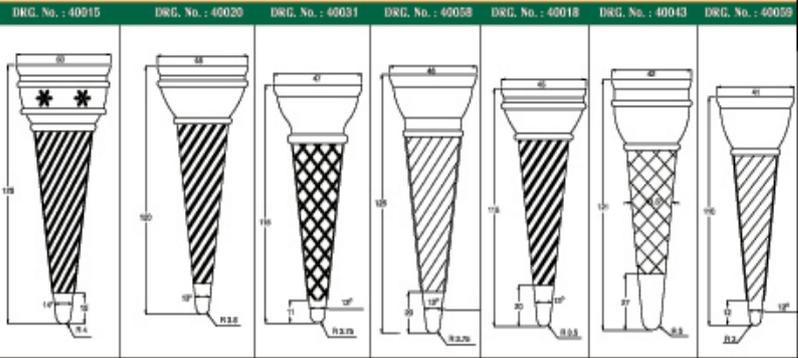
Peso empacado 640 kg's

PRODUCCIÓN

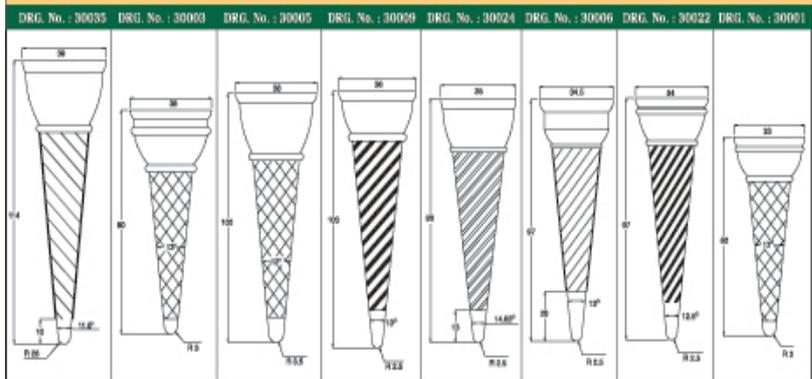
DIÁMETRO EL CONO	PRODUCCIÓN HORA
24	3900
27	3500
31	3100
33	3000
38	2600
42	2000
46	1500
56	1200
60	810



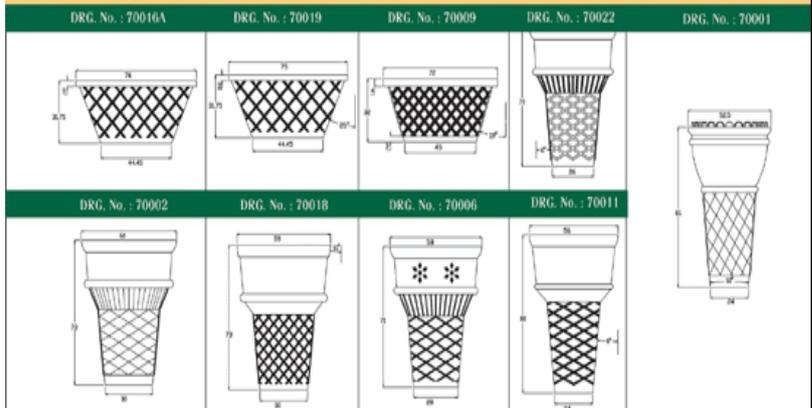
Ref: Cone Diameter 40-50 mm



Ref: Cone Diameter 30-40 mm



Ref: Cups



➤ ANEXO “G” ESTUDIO FINANCIERO

COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO

COSTOS MENSUALES		
REMUNERACIÓN OPERARIO		
Sueldo	292	
Décimo tercero	24,33	
Décimo cuarto	24,33	
Vacaciones	12,17	
Aporte patronal	35,48	
TOTAL	388,31	
MATERIA PRIMA		
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Harina (quintal)	40	35,00
Cubetas de huevos	50	4,00
Azúcar (quintal)	20	40,00
Esencias	10	1,40
Saborizantes	10	3,00
Crema de leche (medio litro)	30	1,60
Royal	5	1,60
TOTAL		2.500,00
Suministros de Cocina		
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Recipientes plásticos	4	3,50
Cucharones	2	2,00
Jarras	3	5,00
Manteles	3	1,80
Guantes quirúrgicos	8	0,50
Gorros de cocina	4	5,00
Delantales	3	15,00
Imprevistos	1	20,00
TOTAL		127,40
	MENSUAL	10,62
Servicios Básicos		
Luz eléctrica	40,00	
Agua potable	6,00	
Teléfono	15,00	
TOTAL	61,00	
Gastos embalaje y empaque	500,00	
Total costos mensuales		3.459,93
Cantidad de cajas de conos de galleta producidas al mes		345
TOTAL COSTO UNITARIO		10,04