



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Investigación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Gestión Empresarial

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA ELABORADORA DE HELADOS DE FRUTAS, CON
MADRES SOLTERAS DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN
QUEVEDO, AÑO 2015”**

Autora:

Bajaña Rocafuerte Loida Noemí

Directora de Proyecto de Investigación:

Dra. Martha Arboleda Briones M.Sc.

Quevedo - Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **BAJAÑA ROCAFUERTE LOIDA NOEMÍ**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

BAJAÑA ROCAFUERTE LOIDA NOEMÍ

C.I. 0922551148

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La suscrita, **Dra. Martha Arboleda Briones, M.Sc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **Loida Noemí Bajaña Rocafuerte**, realizó el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en **Gestión Empresarial**, titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA DE HELADOS DE FRUTAS, CON MADRES SOLTERAS DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

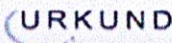
DRA. MARTHA ARBOLEDA BRIONES M.Sc.
DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICADO DE REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Adjunto, al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA DE HELADOS DE FRUTAS, CON MADRES SOLTERAS DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”** elaborado por la señorita **BAJAÑA ROCAFUERTE LOIDA NOEMI**, previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial, que fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la resolución **SEGUNDA DE LA COMISIÓN ACADÉMICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES** de fecha 26 de junio del 2015 en el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento de la Unidad de Titulación Especial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de URKUND con el 6% de similitud.



Document	TESIS DE LOIDA NOEMI BAJAÑA ROCAFUERTE - 30-10-2015.docx (D15942478)
Submitted	2015-10-30 21:28 (-05:00)
Submitted by	Martha Arboleda Briones (mjarboleda@uteq.edu.ec)
Receiver	mjarboleda.uteq@analysis.urkund.com
Message	TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE (ESR) CON MAD Show full message

7% of this approx. 27 pages long document consists of text present in 3 sources.

Atentamente,

Dra. Martha Arboleda Briones, M.Sc
DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA DE HELADOS DE FRUTAS, CON MADRES SOLTERAS DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”

Presentado al Consejo Académico de la Facultad como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

Aprobado por:

Lcdo. Bolívar Yépez Yánez M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE PROYECTO

Ing. Miguel Herrera Vaca M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Elizabeth Núñez Bartolomé M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por darme la vida y guiarme por el buen camino a lo largo de mi trayectoria universitaria, por ser el supremo que me da fuerzas cada día de mi existir, y por brindarme experiencias vividas.

Mi agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, de manera especial al tribunal del proyecto, a los docentes quienes colaboraron compartiendo sus conocimientos en cada uno, para poder alcanzar esta meta durante mis estudios en la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, Asimismo a la Dra. Martha Arboleda Briones por su paciencia inagotable y la oportunidad manifestada para el desarrollo de este proyecto.

Doy gracias a mis seres más apreciados, mis padres quienes hoy ya no están conmigo, pero los llevo siempre en mi corazón les estoy infinitamente agradecida por haber compartido momentos de felicidad, por sus consejos, por inculcarme buenos principios y valores por motivarme cada día a seguir en la lucha, y por ese apoyo incondicional que siempre me brindaron.

A todas las personas quienes realmente me apoyaron de una u otra forma, las cuales también han sido gran parte de mi vida para poder lograr el desarrollo de este proyecto investigativo.

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación lo dedico a Dios el creador del universo, quien me ha dado la vida, salud y sobretodo las fuerzas necesarias para alcanzar esta anhelada meta, a mis padres en especial que siempre me dieron su apoyo.

A mi familia, amigos y compañeros por brindarme su sincera amistad y motivarme a continuar aun en los momentos más difíciles, a los docentes que todo el tiempo nos impartieron sus conocimientos para ser excelentes profesionales.

Loida Noemí

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

El principal objetivo del presente proyecto es diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa elaboradora de helados de frutas, con madres solteras un producto innovador, de bajos precios y que no contienen aditivos. Para determinar la factibilidad del proyecto se llevó a cabo una investigación de mercado, donde se determinó la necesidad de las madres solteras de la parroquia San Camilo sobre el emprendimiento en una actividad productiva que les genere ingresos económicos, de la encuesta realizada se estableció las preferencias de las mismas por emprender en una empresa productora y comercializadora de helados con frutas de la zona y crema Chantilly. El estudio técnico determinó el proceso operativo de la empresa, mediante la identificación de los equipos, maquinaria, materias primas y otros artículos necesarios para el proceso de producción de la planta, a través del estudio económico- se determinó la factibilidad y la utilidad que genera el proyecto durante el periodo de vida útil estimado y finalmente la evaluación financiera presenta indicadores positivos con el VAN de \$ 428.447,10 y la TIR 95% Relación Beneficio Costo \$2,41 que dan seguridad sobre la rentabilidad de la presente inversión. Además, se llegó a la conclusión de que de las madres solteras se presta para que las mismas, tengan una mejor calidad de vida y logren crecimiento económico al tener un negocio propio. Finalmente, después de haber concluido el estudio de factibilidad se fundamentan las conclusiones y las debidas recomendaciones, resaltando que el proyecto es innovador y permite generar fuentes de trabajo a este importante grupo de la sociedad de Quevedo.

PALABRAS CLAVES:

Estudio de factibilidad; Estudio de mercado; Estudio técnico; Estudio financiero; Muestra; Evaluación financiera; VAN; TIR; Punto de equilibrio.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The main objective of this project is to design a feasibility study for creating a processor of fruit ice cream with an innovative product single mothers, low prices and contain no additives. To determine the feasibility of the project was carried out market research, where the need for single mothers in the parish San Camilo on entrepreneurship was determined in a productive activity that will generate income, the survey conducted preferences established of them by undertaking a producer and marketer of ice cream with local fruits and Chantilly cream company. The technical study determined the operating process of the company, by identifying equipment, machinery, raw materials and other items needed for the production process of the plant through the economic-feasibility study and determined that the utility generates the project during the estimated useful life period and finally the financial evaluation presents positive indicators NPV of \$ 428.447,10 and 95% IRR \$ 2,41 Benefit Cost ratio giving security on the profitability of this investment. Furthermore, it was concluded that single mothers is given to them, they have a better quality of life and achieve economic growth by having a business. Finally, after completion of the feasibility study conclusions they are based and appropriate recommendations, noting that the project is innovative and allows generate jobs to this important group of society Quevedo.

KEYWORDS

Feasibility study; Market study; Technical Study; Financial Study; Sample; Financial Evaluation; Internal rate of return; NPV; Breakeven.

ÍNDICE

Contenido	Páginas.
Portada	i
Declaración de autoría y cesión de derechos.....	ii
Certificación de culminación del proyecto de investigación.....	iii
Certificado de reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académicoiv	
Certificación de los miembros del tribunal del proyecto de investigación.....	v
Agradecimiento	vi
Dedicatoria.....	vii
Resumen ejecutivo y palabras claves	viii
Abstract and keywords	ix
Índice	x
Índice de tablas	xiii
Índice de figuras	xv
Índice de anexos	xvii
Código dublin (esquema de codificación)	xviii
Introducción.	1
CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Problema de Investigación.....	4
1.1.1 Planteamiento del Problema.	4
1.1.2 Formulación del Problema.....	5
1.1.3 Sistematización del Problema.....	5
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.	6
1.3 Justificación.	6
CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1 Marco Conceptual.....	9
2.1.1 Estudio de Factibilidad.	9

2.1.2	Estudio de Mercado.	9
2.1.3	Estudio Técnico.	10
2.1.4	Estudio Económico.	10
2.1.5	Helados de Frutas.	11
2.1.6	Madres Solteras.	11
2.2	Marco Referencial.	12
2.2.1	Estudio de Factibilidad de un Proyecto.	12
2.2.2	Definición del Producto.	12
2.2.3	Estudio de Mercado.	13
2.2.4	Estudio Técnico.	16
2.2.5	Estudio Económico.	18
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		24
3.1	Localización.....	25
3.2	Tipo de Investigación.	25
3.2.1	Exploratoria.	25
3.2.2	Bibliográfica.	25
3.3	Método de Investigación.....	26
3.3.1	Observación.	26
3.3.2	Deductivo.....	26
3.3.3	Inductivo.	26
3.3.4	Analítico.	26
3.3.5	Sintético.	27
3.4	Fuentes de Recopilación de Investigación.....	27
3.5	Diseño de la Investigación.....	27
3.5.1	Población.	27
3.5.2	Muestra.	28
3.1.	Instrumento de Investigación.....	29
3.2.	Tratamiento de los Datos.	29
3.3.	Recursos Humanos y Materiales.	29
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN		30
4.1	Resultados.....	31
4.1.1	Estudio de Mercado.	31

4.1.2	Estudio Técnico.	48
4.1.3	Estudio Económico.	60
4.1.4	Estudio Financiero.	74
4.2	Discusión.	81
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		82
5.1	Conclusiones.	83
5.2	Recomendaciones.	84
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA.....		85
6.1.	Bibliografía	86
CAPÍTULO VII ANEXOS.....		87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Páginas
1. Consume helados.	33
2. Consumo frecuente de helados en el cantón Quevedo.	34
3. Consumo anual de helados en el cantón Quevedo.	35
4. Demanda histórica de helados en el Cantón Quevedo	37
5. Proyección de la demanda de helados desde el año 2016 hasta el 2020	37
6. Oferta histórica de helados en el Cantón Quevedo.	40
7. Proyección de la oferta de helados desde el año 2016 hasta el 2020	40
8. Precio de la competencia en el mercado	42
9. Precio de helados a los consumidores.	42
10. Precio futuro de helados desde el año 2016 hasta el 2020	43
11. Demanda Insatisfecha.	48
12. Tamaño del proyecto.....	48
13. Máquina y Equipos.....	53
14. Muebles y enseres.	54
15. Equipo de cómputo.....	54
16. Adecuamiento del local.	61
17. Equipamiento de la empresa de helados de frutas.....	62
18. Presupuesto del primer año.	63
19. Costos indirectos de fabricación.	64
20. Gastos por constitución.	64
21. Gastos de ventas.....	65
22. Remuneración Unificada.....	66
23. Costo de operaciones de la empresa de helados de frutas.	67
24. Capital de operación para el funcionamiento de la empresa de helados.	67
25. Financiamiento.....	68
26. Amortización de un préstamo bancario.....	69
27. Costo de operación proyectado de la empresa.	70
28. Ingresos proyectados a 5 años.	70
29. Depreciación de maquinarias y equipos.....	71
30. Depreciación de muebles y enseres.....	72
31. Depreciación de Equipo de cómputo.....	73

32. Depreciación de Vehículo.	73
33. Estado de Resultados.....	74
34. Estado de flujos de fondos.	75
35. Calculo del VAN y TIR en Excel.....	76
36. Tabla de Valor Actual Neto	76
37. Tasa Interna de Retorno (TIR)	77
38. Relación Beneficio - Costo	78
39. Periodo de recuperación de la inversión.....	79
40. Madres solteras que pueden crear una empresa.	95
41. Aporte de madres solteras para la ejecución del proyecto.	96
42. Experiencia en negocios.....	97
43. Considera como gran oportunidad emprender en una microempresa	98
44. Cree que es importante contar con estas características	99
45. Número de Hijos.	100
46. Recibió ayuda de institución pública.....	101
47. En qué negocio le gustaría emprender.	102
48. Le gustaría ser parte de una empresa elaboradora de helados.....	103
49. Como considera la creación de una empresa.....	104
50. Consume helados.	105
51. Frecuencia del consumo de helados.....	106
52. Aceptación del helado.	107
53. Sabores preferidos	108
54. Lugar de preferencia.....	109
55. La publicidad genera impulso de compra.....	110
56. Publicidad que más atrae.....	111
57. Precio a pagar.....	112
58. El contenido de azúcar es:	113
59. Razón por que compra helados	114
60. Calculo de la población del Cantón Quevedo	115
61. Demanda histórica del Cantón Quevedo	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	Páginas
1. Consumo de helados.	34
2. Frecuencia del consumo de helados.	35
3. Demanda futura de helados de frutas.	38
4. Oferta futura	41
5. Precios proyectados.	43
6. Esquema del canal de distribución de helados de frutas	47
7. Macrolocalización de la Provincia de los Ríos.....	49
8. Localización de la Empresa.	50
9. Diagrama de flujo del proceso de elaboración y comercialización de helados.	52
10. Distribución de la planta.....	55
11. Organigrama de la empresa elaboradora de helados de frutas.	56
12. Tasa Interna de Retorno (TIR)	77
13. Punto de equilibrio	80
14. Madres solteras que pueden crear una empresa.....	95
15. Aporte de madres solteras para la ejecución del proyecto.	96
16. Experiencia en negocios.	97
17. Considera como una gran oportunidad de emprender una microempresa.....	98
18. Cree que es importante contar con estas características.	99
19. Número de hijos.	100
20. Recibió ayuda de institución pública.....	101
21. Tipo de negocio de emprendimiento.	102
22. Formar parte de una empresa asociativa.....	103
23. Como considera la creación de una empresa.....	104
24. Consumo de helados.....	105
25. Frecuencia del consumo de helados.	106
26. Aceptación del helado.	107
27. Sabores preferidos.	108

28. Lugares de preferencia.....	109
29. La publicidad genera impulso de compra.....	110
30. Publicidad que más atrae.	111
31. Precio a pagar.	112
32. El contenido de la azúcar.....	113
33. Razón por que compra helados.....	114

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo	Páginas
1. Diagrama de causa - efecto.....	88
2. INEC.....	88
3. Muestra de madres solteras	89
4. Maquinarias	90
5. Encuestas dirigidas a las madres solteras	91
6. Encuesta dirigida a la población.....	93
7. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.	95
8. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.	105

CÓDIGO DUBLIN (ESQUEMA DE CODIFICACION)

Título:	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa elaboradora de helados de frutas, con madres solteras de la parroquia San Camilo, Cantón Quevedo, año 2015.				
Autora:	Loida Noemí Bajaña Rocafuerte				
Palabras clave:	Estudio de Factibilidad	Estudio de Mercado	Estudio Técnico	Estudio Financiero	Muestra
	Evaluación Financiera	TIR	VAN	Punto de Equilibrio	
Fecha de publicación:	13-Noviembre-2015				
Editorial:	Quito: EPN, 2015.				
Resumen:	Resumen. - El principal objetivo del presente proyecto es diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa elaboradora de helados de frutas con madres solteras un producto innovador, de bajos precios y que no contienen aditivos. Para determinar la factibilidad del proyecto se llevó a cabo una investigación de mercado, donde se determinó la necesidad de las madres solteras de la parroquia San Camilo sobre el emprendimiento en una actividad productiva que les genere ingresos económicos, de la encuesta realizada se estableció las preferencias de las mismas por emprender en una empresa productora y comercializadora de helados con frutas de la zona y crema Chantilly. El estudio técnico determinó el proceso operativo de la empresa, mediante la identificación de los equipos, maquinaria, materias primas y otros artículos necesarios para el proceso de producción de la planta, a través del estudio económico- se determinó la factibilidad y la utilidad que genera el proyecto durante el periodo de vida útil Abstract.- The main objective of this project is to design a feasibility study for creating a processor of fruit ice cream with an innovative product single mothers, low prices and contain no additives. To determine the feasibility of the project was carried out market research, where the need for single mothers in the parish San Camilo on entrepreneurship was determined in a productive activity that will generate income, the survey conducted preferences established of them by undertaking a producer and marketer of ice cream with local fruits and Chantilly cream company. The technical study determined the operating process of the company, by identifying equipment, machinery, raw materials and other items needed for the production process of the plant through the economic-feasibility study and determined that the utility generates the project during the estimated useful life period and finally				
Descripción:	133 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162				
URI:					

Introducción.

A nivel mundial el consumo de helados se encuentra en un periodo expansivo, fundamentalmente en el segmento de los helados industriales, se caracteriza por participar en un mercado altamente competitivo donde coexisten tanto empresas locales como nacionales e internacionales. Esta situación ha obligado a las firmas a diversificar su producción y diferenciarse mediante la utilización de estrategias tales como, añadir un valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización y brindar nuevos servicios (Diario El Universo, 2011).

En el Ecuador se estima un consumo anual de 1,8 litros de helados por persona, las principales marcas de helados están apuntando a nuevas estrategias para empujar el crecimiento del mercado que si bien registra un desarrollo aún está por debajo de otros países como Colombia y Brasil que tienen un consumo per-cápita ingreso de 2 a 2,3 litros (Diario El Universo, 2011).

Uno de los grandes problemas que existe en la actualidad es la falta de emprendimiento de parte de las mujeres, donde los principales factores son los escasos recursos económicos, la falta de iniciativas, el miedo a emprender, la falta de información sobre las diversas formas de financiamiento que existen, experiencia y nerviosismo lo que las hace desmotivarse. La mayor parte de las mujeres se dedica a las labores del hogar, por lo que no buscan alternativas de emprendimiento o de negocios.

El estudio a realizarse busca crear una empresa dirigida por madres solteras, para la producción y comercialización de helados de frutas naturales con crema de chantilly, siendo este un producto innovador que no contiene aditivo, se enfoca en el conocimiento del entorno, sobre el sector de la industria de helados, la observación del tamaño y características del mercado, comportamiento de la demanda y análisis de la competencia, aprovechando ventajas estratégicas en cuanto a producción, canales de comercialización y condiciones de acceso, bajos costos de mano de obra y materia prima y la obtención de financiamiento por vías tradicionales que permitan ejecutar el estudio de factibilidad.

En base a estos criterios las actividades de emprendimiento de las madres solteras en la parroquia San Camilo, del cantón Quevedo, no tienen mayores oportunidades de surgir, por lo que se realiza esta investigación para que tengan oportunidades de desarrollarse.

Bajo estos objetivos este segmento de la población tendrá mayores oportunidades de emprendimientos y por ende mejorará su nivel socio económico y el de su familia; se resolverá la problemática que surge al momento de emprender y la importancia de posicionarse en el mercado a través de un producto innovador.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de Investigación.

1.1.1 Planteamiento del problema.

La falta de información, el desconocimiento de la tecnología y el escaso apoyo del gobierno, han contribuido para que los que quieren emprender, desconozcan los mecanismos existentes para llevar sus proyectos a la realidad. Las madres solteras presentan estos problemas, que representan obstáculos para llevar adelante proyectos de emprendimientos que les permitan mejorar su calidad de vida. Estas mujeres no cuentan con recursos suficientes, insumos, materias primas, equipos o máquinas para poder desarrollar un producto o servicio, que les permita beneficiarse mediante la generación de empresas que generen ingresos económicos y contribuyan al desarrollo del sector.

1.1.1.1 Diagnóstico.

El rol de las mujeres ha sufrido cambios importantes, la tendencia es incorporarse al mercado laboral para contribuir al sustento del hogar. Cada vez es mayor la participación de las mujeres en las actividades económicas y empresariales, sin embargo, a las madres solteras se les hace difícil su participación en el mercado entre otras causas por tener hijos pequeños y por ser de estratos sociales bajos, por lo que pierden oportunidades de insertarse en el mercado laboral remunerado

Causas:

- Oferta de servicios insuficiente.
- Baja participación en el mercado laboral.
- Baja preparación académica.
- Escasos planes de inversión.

Efectos:

- Desigualdad de oportunidades.
- Bajos ingresos en el hogar.
- Problemas disciplinarios.
- Falta de oportunidades laborales.

1.1.1.2 Pronóstico.

De no existir un modelo de emprendimiento para las madres solteras se presentará un ambiente desfavorable para que sigan superándose día a día y un inadecuado desarrollo emocional, seguirá la desigualdad de oportunidades y los bajos ingresos económicos para los hogares de estas familias.

1.1.2 Formulación del Problema.

¿Cómo un estudio de factibilidad incide en la creación de una empresa de producción de helados de frutas, dirigida por madres solteras de la parroquia San Camilo, del Cantón Quevedo?

1.1.3 Sistematización del Problema.

- ¿De qué manera el estudio de mercado permite identificar la oferta y la demanda insatisfecha sobre el consumo de helados de frutas?
- ¿Cómo el estudio técnico permite establecer, el tamaño, la localización y la tecnología a utilizarse en la empresa a crearse?
- ¿Cómo el análisis económico – financiero permite realizar la evaluación financiera del proyecto e identificar la rentabilidad de la empresa?

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo General.

Diseñar un estudio de factibilidad que aporte en la creación de una empresa elaboradora de helados de frutas, dirigida por madres solteras de la parroquia San Camilo, del Cantón Quevedo.”

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado que identifique la oferta y la demanda insatisfecha sobre el consumo de helados de frutas.
- Desarrollar un estudio técnico que permita establecer, el tamaño, la localización y la tecnología de la empresa a crearse.
- Elaborar el análisis económico – financiero que permita la evaluación del proyecto e identificar la rentabilidad de la inversión.

1.3 Justificación.

El objetivo principal de esta investigación es analizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa elaboradora de helados de frutas, con madres solteras de la parroquia San Camilo, del cantón Quevedo, de una manera estratégica y que sirva de base para la investigación direccionada a las madres solteras, quienes ven limitadas sus aspiraciones de emprendimiento en el ámbito micro empresarial a causa de la discriminación social, desigualdad, desconocimiento, que limitan sus posibilidades de elegir un mejor camino de progreso.

Se propone crear una microempresa asociativa con madres solteras para ingresar al mercado con helados elaborados a base de jugos de frutas naturales y crema de chantilly. Esta

investigación beneficiará a las madres solteras de la parroquia San Camilo con la información necesaria sobre los pasos a seguir para el desarrollo del emprendimiento asociativo para crear una empresa innovadora, se realiza para que sirva de ayuda a la comunidad de madres solteras, dotándoles de la información sobre las herramientas para el emprendimiento, y que se puedan incorporar al mundo empresarial obteniendo mejores ingresos económicos para su bienestar y el de sus familias, generando mayores oportunidades de trabajo.

La importancia de este proyecto de investigación radica en generar opciones de empleo a las madres solteras para mejorar su estabilidad económica.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Conceptual.

2.1.1 Estudio de Factibilidad.

Un estudio de factibilidad debe analizar, por lo menos, los aspectos relacionados con el mercado (oferta y demanda), localización geográfica, factibilidad técnica, viabilidad y conveniencia financiera. Estos aspectos tienen mayor importancia y trascendencia donde la estructura del proyecto debe estar adecuadamente balanceada y los aspectos principales evaluados (Miranda, 2012).

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone es bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Además expresa que un proyecto factible es el que ha probado cuatro evaluaciones básicas: evaluación técnica, evaluación ambiental, financiera y socio económico (Blanco, 2011).

2.1.2 Estudio de Mercado.

El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas que condicionan al proyecto, entre ellas las tasas de crecimiento de la población, los niveles de ingresos de la misma, el precio de los bienes competitivos y de los complementarios, el crecimiento estratégico de la economía y los desarrollos tecnológicos. Facilita la aproximación de determinar la localización máxima en el ámbito del mercado, el cual estará la producción o prestación del servicio para las personas con capacidad especial que necesiten este servicio (Miranda, 2012).

Considera que el estudio de mercado es el punto encuentro de oferentes con demandantes de un bien o un servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio, en este estudio se tiene que conocer el punto de partida de la presentación del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, abarca variables sociales y económicas, recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

El estudio de mercado se inicia con la descripción del producto y/o servicio a vender identificando los posibles usuarios, teniendo en cuenta sus costumbres y hábitos de consumo. Igualmente analiza la capacidad que tiene el consumidor final para comprar el bien o servicio a ofrecer (Flores Uribe, 2012).

2.1.3 Estudio Técnico.

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificio, etc., que son necesarios llevar a cabo para el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la factoría (Castro, 2010).

En el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio utilizando los recursos que se dispongan. Para iniciar el estudio se debe tener en claro los siguientes cuestionamientos: dónde, cuánto, cómo, y con qué se va a producir, los cuáles permitan definir el tamaño, la localización los equipos e instalaciones óptimas a utilizar permitiendo sugerir la organización requerida para el proyecto (Flores Uribe, 2012).

2.1.4 Estudio Económico.

Es un proceso en el cual a partir de una información disponible y un conjunto de herramientas manuales y computarizadas más unas suposiciones razonables se tratan de prever el resultado de las operaciones de un proyecto. Esto implica que en la presupuestación no existen reglas ni fórmulas de manera que permitan proyectar exactamente lo que va a pasar en el tiempo de duración del proyecto (Herrera, 2012).

Indica que pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, que abarca las funciones de producción, administración y ventas así como otra serie de indicadores que

servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica (Baca Urbina, 2010).

2.1.5 Helados de Frutas.

Las frutas y los derivados son ampliamente utilizados en la elaboración de helados, dándoles a éstos el sabor de la fruta utilizada. En general las frutas frescas más utilizadas son: frutilla, frambuesa, amarena, durazno, banano. Son utilizados entre un 10% a 25% en la mezcla para la elaboración de helados. Se puede agregar troceados o como puré de fruta. Como regla general el contenido total de azúcar no debe superar el 33% y los sólidos totales entre 32 y 36% (Di Bartolo, 2010).

El helado constituye uno de los triunfos de la tecnología de alimentos, y el aire es uno de sus principales ingredientes. Sin el aire, el helado sería una nieve de leche, pero con el aire se convierte en un sistema coloidal de alta complejidad. Consiste en una espuma semisólida de celdas de aire rodeadas por grasas emulsificada junto con una red de diminutos cristales de hielo que están rodeados por un líquido acuoso en forma de sol (Mantelo, 2011).

2.1.6 Madres Solteras.

La expresión madre soltera alude de manera precisa a cualquier mujer que no se encuentra unida o casada con su pareja, se denomina así a una tipo de familia monoparental, en la que una mujer que lleva a cabo la crianza de los hijos y el manejo del hogar sin la compañía o apoyo de una pareja, por decisión propia o circunstancias de su entorno (Unesco, 2010).

Las madres solteras por elección, es decir, aquellas de un modo voluntario y conscientes, sin formal parte de un núcleo matrimonial o de pareja, han decidido tener hijos n solitario, bien mediante técnicas reproductivas, bien mediante adopciones. Al mismo tiempo, se plantea como objetivo el análisis e interpretación de aquellas representaciones sociales y modelo de legitimación que las interesadas utilizan a fin de visualizar en el escenario social al igual que lo hacen otros tipos de familias y maternidad (Moncó, Jociles, & Rivas, 2011).

2.2 Marco Referencial.

2.2.1 Estudio de Factibilidad de un Proyecto.

Puntualiza que la complejidad creciente de los distintos proyectos, tanto del sector privado como público, y la necesidad de un desarrollo organizado que permita aumentar la producción y el bienestar nacional a todo nivel, son factores que determinan la necesidad de llevar a cabo estudios de factibilidad, también denominados estudios de pre inversión, que garanticen, dentro de determinado rango de confiabilidad, la conveniencia financiera, económica, social y ambiental de asignar los recursos de un grupo de inversionistas privados o de una comunidad en particular a la producción de un bien o a la prestación de un servicio (Velez, 2013).

2.2.1.1 Los Beneficiarios del Proyecto.

Los beneficiarios de un proyecto son aquellos individuos o grupos que recibirán los beneficios directos del mismo, es decir, aquellos a quienes el proyecto dirige. Además, recalca que dado la estratificación económica varía en función de las condiciones geográficas, políticas económicas etc. conviene definir a los principales actores y señalar las características generales que los hacen elegibles para un proyecto productivo (Mondy, 2010).

2.2.2 Definición del Producto.

“Explica que en esta parte se debe hacer una descripción exacta del producto o productos que se pretendan elaborar, el mismo que debe ir acompañado por las normas de calidad que editan los misterios correspondientes” (Baca Urbina, 2010).

Indica que es cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos pueden ser físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc. Es un bien que se recibe en un intercambio que normalmente contiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles como los aspectos sociales y psicológicos (Castro, 2010).

2.2.2.1 Cliente.

“El cliente es el componente fundamental del mercado. Mercado meta ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto constituyéndose en su razón de ser” (Padilla, 2013).

Es el conjunto de consumidores potenciales y reales de los bienes y servicios que serán ofrecidos por la empresa. Estos pueden ser personas naturales o jurídicamente constituidas. El estudio de las necesidades de los clientes es un motivo permanente de investigación y análisis por parte de las empresas, por cuanto estas pueden dar origen a la iniciación o desarrollo de nuevos productos siempre enfocado a satisfacer las necesidades de los consumidores (Dessler, 2011).

2.2.3 Estudio de Mercado.

Si se considera la situación actual del mercado, seguramente se podrá observar una serie de relaciones que podrían o no mantener cuando el proyecto se haya implementado. Por ejemplo, con más o menos eficiencia, probablemente en el mercado actual existan otras empresas que satisfagan las necesidades del total o parte de los consumidores potenciales que pretende abordar el proyecto. Ellos, el mercado competidor, son abastecidos con los insumos necesarios para funcionar para otro grupo de empresas –mercado proveedor- que, posiblemente, abastezca a la empresa que se crearía con el proyecto. En muchos casos puede existir un mecanismo de intermediación que usa la competencia –el mercado distribuidor- el cual podrá o no ser utilizado por éste. Por último, el usuario o cliente de un producto constituye el mercado consumidor (Sapag N. , 2010).

2.2.3.1 Objetivos del Estudio de Mercado.

En el caso de un proyecto, la finalidad del objetivo es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas y otras actividades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda insatisfecha y que justifica la puesta en marcha de un determinado proceso de producción de bienes o servicios en un cierto periodo de tiempo. El objetivo del

estudio de mercado es un estudio de la oferta, demanda, y precios de un bien o servicio, y la importancia está en recoger toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aportará información valiosa para tomar la decisión de invertir o no en un proyecto de inversión (Velez, 2013).

2.2.3.2 Selección del Mercado Objetivo.

El mercado objetivo es un grupo de personas, posible clientes, que tienen similares deseos y necesidades y que se espera que tengan interés en los productos de la empresa; por tal razón la compañía, mediante sus estudios de investigación de mercados debe conocerlos, dirigiendo hacia ellos las actividades y esfuerzos del departamento de mercado, dando como resultado una satisfacción mutua para la compañía (Berghe, 2012).

2.2.3.3 La Demanda.

Se la define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor demanda individual o por el conjunto de consumidores demanda total o de mercado en un momento determinado (Padilla, 2013).

Los consumidores logran una utilidad o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes logran más satisfacción otros a un mismo consumidor reflejando su demanda y las preferencias que tengan sobre las alternativas que ofrece el mercado todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le imponen un conjunto limitado (Sapag C. N., 2010).

2.2.3.3.1 Proyección de la Demanda.

Un elemento muy importante en el estudio de mercado es la proyección de la demanda esta es la que prevalecerá en un periodo futuro de determinado producto. La principal utilidad del pronóstico de la demanda es conocer el probable nivel de ventas en esos periodos lo cual permite estimar los ingresos en ellos (Castro, 2010).

“Conociendo la demanda potencial, la demanda histórica, se podrá determinar y proyectar la demanda insatisfecha, utilizando métodos econométricos de regresión comúnmente conocido con el nombre de los mínimos cuadrados” (Rojas, 2011).

2.2.3.4 Oferta.

Es la relación que existe entre el precio y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo. La oferta global es la sumatoria para cada precio de las cantidades que todos los productores de ese mercado desean ofrecer. La oferta muestra el comportamiento de los productores (Tarziján, 2010).

“La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante” (Padilla, 2013).

2.2.3.4.1 Proyección de la oferta.

Para realizar la proyección de la oferta se deben considerar los siguientes aspectos: Datos del pasado de la oferta que han generado los diversos oferentes, factores que estimulan la oferta futura entre los que se consideran: instalaciones y equipamiento, aprovisionamiento de materias primas, condiciones institucionales económicas y financieras (Castro, 2010).

2.2.3.5 Análisis de Precios.

“El precio se considera el importe que debe cubrirse por una unidad de concepto terminado, se integra con los costos directos correspondientes al concepto de trabajo, los costos indirectos, los costos por financiamiento” (Torres, 2010).

Es el valor de los productos expresados en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefieren que sean muy similares debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner

en duda la calidad del producto o tener la percepción de que los materiales que lo conforman son de menor calidad o que no cumplen con los mínimos requisitos legales (Castro, 2010).

2.2.4 Estudio Técnico.

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificio, etc., que son necesarios llevar a cabo para el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la factoría (Castro, 2010).

En el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio utilizando los recursos que se dispongan. Para iniciar el estudio se debe tener en claro los siguientes cuestionamientos: dónde, cuánto, cómo, y con qué se va a producir, los cuáles permitan definir el tamaño, la localización los equipos e instalaciones óptimas a utilizar permitiendo sugerir la organización requerida para el proyecto (Flores Uribe, 2012).

2.2.4.1 Tamaño del Proyecto.

En el estudio técnico deben identificarse los requerimientos de los equipos necesarios para la operación normal del negocio y el monto de la inversión a realizar. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de estos equipos, se hará necesario identificar las necesidades del espacio físico para realizar la distribución en la planta (Valencia, 2010).

El tamaño del proyecto se puede dar en un número de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupadas en su vida útil, valor de los activos totales, monto de la inversión, cantidad de maquinaria utilizada, número de personas beneficiadas (Herrera, 2012).

2.2.4.2 Localización.

La localización puede tener un efecto acondicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas con cada ubicación posible (Sapag N. , 2010).

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuente, de hecho, algunas empresas la toman una vez en su historia. La decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación sino también a las que ya están en funcionamiento (Padilla, 2013).

2.2.4.3 Ingeniería del Proyecto.

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la adquisición óptima de la planta hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva (Baca Urbina, 2010).

“El estudio de la ingeniería debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado” (Sapag N. , 2010).

2.2.4.4 Proceso de Producción.

Antes de comenzar la producción es fundamental establecer las características específicas de los productos que se generarán. Entre esas características se destacan la calidad, materiales requeridos, cantidad, acabados, tolerancias, fórmulas de composición así como normas de funcionamiento de los procesos de maquinado y de transformación que generarán el producto deseado (Castro, 2010).

“Se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología, combinación de mano de obra, maquinarias, métodos y procesos de operación, etc.” (Sapag N. , 2010).

2.2.4.5 Distribución de la Planta.

“Una buena distribución de la planta proporciona las condiciones de trabajo aceptables y permite las operaciones más económicas, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Baca Urbina, 2010).

Manifiesta que conocidos los equipos principales y las tecnologías de servicio necesarias por ejemplo si deben llegar camiones de despacho de productos se deben considerar el área necesaria para su entrada y salida, maniobras de carga y descarga se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y donde está cada instalación. La precisión del diagrama de la distribución de la planta incide sobre la precisión de la estimación de costos de terreno y sobre la pérdida de cargas asociadas a los equipos (Padilla, 2013).

2.2.5 Estudio Económico.

Es un proceso en el cual a partir de una información disponible y un conjunto de herramientas manuales y computarizadas más unas suposiciones razonables se tratan de prever el resultado de las operaciones de un proyecto. Esto implica que en la presupuestación no existen reglas ni fórmulas de manera que permitan proyectar exactamente lo que va a pasar en el tiempo de duración del proyecto (Herrera, 2012).

Indica que pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, que abarca las funciones de producción, administración y ventas así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica (Baca Urbina, 2010).

2.2.5.1 Financiamiento del Proyecto.

Es un conjunto de aportes realizados por los inversionistas ya sean propios o ajenos para la creación de una empresa. Estos recursos financieros tienen como función principal el impulso permanente de toda operación de negocio para que todas las actividades que sean indispensables ejecutar concluyan con éxito (Flores Uribe, 2012).

Dentro de las fuentes de financiamiento están los recursos propios y los terceros. Los propios pueden ser capital o incremento de capital emisión de acciones, utilidades retenidas, reservas, depreciaciones, impuesto a corto plazo, cesantías, realización de inventarios, ventas de cuentas por cobrar, préstamos de socios y ventas de activos fijos. Los recursos de terceros pueden ser: nacionales, proveedores (materia prima y equipos), préstamos (fomento particulares) y extranjeros: proveedores (materia prima y equipos) (Padilla, 2013).

2.2.5.2 Presupuestos de Inversión.

Es el análisis detallado de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los ingresos que se esperan generar y los costos de producción y gastos de operación y financiamiento entre otros. Los presupuestos de inversión, ventas, producción y de financiamiento se pueden elaborar aplicando metodologías de precios constantes para luego llevarlo a su expresión más cercana de precios corrientes (Flores Uribe, 2012).

Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo. Las decisiones que se adoptan en el estudio técnico corresponden a una utilización que debe justificarse de los diversos modos desde el punto de vista financiero. Inicialmente se debe demostrar que los inversionistas cuentan con recursos financieros suficientes para hacer las inversiones y los gastos corrientes que aplican la solución dada a los problemas de proceso, tamaño y localización (Orosco, 2010).

2.2.5.3 Costos de Producción.

No son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. El proceso de costeo en producción es una actividad de ingeniería más que de contabilidad, si se determina que el proceso productivo requiere de 25 obreros y se observa que cuando arranca la planta son insuficientes y que aún faltan tres trabajadores más, la responsabilidad no será de contabilidad que se concretó en anotar el salario de los trabajadores que se solicitaron (Baca Urbina, 2010). Es la estructura de los costos de producción, se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos tanto de administración como los de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos (Flores Uribe, 2012).

2.2.5.4 Punto de Equilibrio.

Indican que deben tenerse en cuenta las limitaciones del punto de equilibrio pues este orienta la estimación del punto de equilibrio entre ingresos y egresos más no sirven para prever otras perspectivas en relación con el producto y comportamiento en el mercado. Este instrumento sirve para identificar en los periodos proyectados cuál es el volumen de ventas necesarios para que el plan de negocio y no pierda ni gane dinero. Cuando se trabaja con un solo producto se hace más sencillo su cálculo y se puede identificar el número mínimo de unidades a vender para no ganar ni perder dinero (Padilla, 2013).

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables (Baca Urbina, 2010)

2.2.5.5 Capital de Trabajo.

Indica que la inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios en forma de activos corriente, para garantizar la operación normal del proyecto durante un ciclo

productivo, esto es el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y dispone para cancelar la compra de nuevos insumos (Miranda, 2012).

Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir los medios financieros necesario para la primera producción mientras se perciben los ingresos, materias primas, sueldos y salarios, cuantas, por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa (Martínez, 2010).

2.2.5.6 Estado de Resultado.

Es un estado financiero dinámico ya que la información corresponde a un periodo determinado por lo general un año. De los ingresos se deducen los costos y gastos con lo cual finalmente se obtienen las utilidades o pérdidas así como el monto de los impuestos y reparto sobre utilidades (Castro, 2010).

Incluye los ingresos operacionales y no operacionales sus costos de producción, gastos operacionales y no operacionales, las provisiones para el impuesto de renta y complementarios y como resultado de todo lo anterior, la generación de una utilidad o pérdida neta del ejercicio que se está proyectando (Flores Uribe, 2012).

2.2.5.7 Balance General.

“En el modelo presupuesto incluye las cuentas del activo, subdivididos en activos corrientes, activos fijos y otros activos. Las del pasivo, a su vez compuestas por el pasivo corriente y pasivo de largo plazo y las del patrimonio” (Miranda, 2012).

“Aunque no es un estado financiero muy relevante con respecto al cálculo de la rentabilidad, es importante considerarlo ya que en él se reflejan la situación patrimonial de la empresa” (Padilla, 2013).

2.2.5.8 Flujo de Caja.

Explica que reviste gran importancia en la evaluación de un proyecto por lo tanto se debe dedicar la mayor atención en su elaboración. Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización constituyen una salida de dinero (Sapag N. , 2010).

Desde el punto de vista financiero para los proyectos de inversión se considera la suma de la utilidad más las amortizaciones y depreciaciones del ejercicio. En toda inversión que se realiza es preciso recuperar el monto de la inversión y en este caso mediante las utilidades que genera la inversión. De esta manera los beneficios netos más la depreciación y la amortización por cada uno de los años en el horizonte de tiempo que se considera durará la inversión son el elemento de recuperación financiera del proyecto de inversión (Castro, 2010).

2.2.5.9 Periodo de Recuperación de la Inversión.

Es un instrumento que permite medir el plazo que requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto (Padilla, 2013).

“Su cálculo expresa en que año dentro del resultado obtenido del flujo de fondos totalmente neto se recupera la inversión” (Orosco, 2010).

2.2.5.10 Valor Presente Neto (VPN).

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión. Es la diferencia entre los ingresos y egresos incluida como egreso la inversión, a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial (Padilla, 2013).

Es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define como la suma de los valores actuales

o presentes de los flujos netos de efectivos menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas. En esencia los flujos netos de efectivos se descuentan de la tasa mínima de rendimiento requerida y se suman (Herrera, 2012).

2.2.5.11 Tasa Interna de Retorno (TIR).

“Permite calcular el rendimiento esperado antes de iniciar cualquier inversión. Si ella llena las expectativas del inversionista hará una realidad el plan. Si por el contrario esto no colma las expectativas financieras del inversionista no invertirán en el plan” (Velez, 2013).

Es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo iguallen el monto de la inversión. Esta tasa tiene que ser mayor a la tasa mínima de rendimiento exigida al proyecto de inversión. En términos generales también se interpreta como la tasa máxima de rendimiento que produce una alternativa de inversión dados ciertos flujos de efectivos (Herrera, 2012).

2.2.5.12 Razón Beneficio Costo (RBC).

También llamada índice de productividad es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se suma como medio de clasificación de proyecto en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costos es mayor a 1 entonces acepte el proyecto (Padilla, 2013).

“Este criterio permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándola con los costos en que su ejecución se espera incurrir para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa” (uribe, 2012).

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización.

El cantón Quevedo, está situado en la provincia de Los Ríos, de acuerdo al último censo la población es 173,575 habitantes en el año 2010, teniendo un crecimiento del 13,36% aproximadamente del último censo, según el INEC en el 2015 hay 196,769 habitantes. Situado a 237 km de Quito y a 183 km de Guayaquil, a 1°20'30" de Latitud Sur y los 79°28'30" de Longitud Occidental, dentro de una zona subtropical, temperatura de 20 a 33°C, precipitaciones entre 3000 a 4000 mm (INEC, 2010).

3.2 Tipo de Investigación.

3.2.1 Exploratoria.

Permitió encontrar elementos para analizar y resolver con precisión la formulación del problema y a través de la exploración encontrar datos que ayuden al investigador a familiarizarse con el objeto. Para la creación de la empresa elaboradora de helados de frutas con madres solteras.

3.2.2 Bibliográfica.

La presente indagación representa el punto de partida para la realización del proceso investigativo porque permitió consultar, analizar, buscar en fuentes de consultas como libros, internet, revistas, etc., para poder obtener información importante a través de la lectura científica para la elaboración del marco teórico.

3.3 Método de Investigación.

3.3.1 Observación.

Permitió medir y registrar los hechos observables, evaluar de forma objetiva sin que las opiniones influyan en la labor realizada. El proyecto sirvió para establecer los resultados y las conclusiones de la investigación sobre el estudio de factibilidad para la creación de una Empresa elaboradora de helados de frutas con Madres solteras.

3.3.2 Deductivo.

Este método fue aplicado para analizar la situación de la empresa, y permitió establecer la misión, visión, los valores y estrategias que permitan lograr una mejor competitividad en el mercado de la ciudad de Quevedo.

3.3.3 Inductivo.

Este método fue de gran soporte y excelencia en el lapso de la indagación, permitió proyectar los principios de este estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de helados de frutas con madres solteras.

3.3.4 Analítico.

A través de este método se analizó la relación causa efecto buscando explicaciones para el desarrollo del estudio, el mismo que permitió comprender mejor su procedimiento y establecer nuevas teorías.

3.3.5 Sintético.

El método sintético permitió reunir diversos elementos que se habían analizado anteriormente en la investigación, a través de las variables se determinaron los resultados, las conclusiones y recomendaciones pertinentes para la ejecución del estudio de factibilidad para la creación de la empresa de elaboración de helados de frutas con madres solteras.

3.4 Fuentes de Recopilación de Investigación.

Se realizó encuestas dirigidas a las personas seleccionadas de acuerdo a los objetivos de la investigación, revisión de libros, textos, internet, información escrita sobre el tema.

3.5 Diseño de la Investigación.

Permitió encontrar las respuestas a las preguntas planteadas y responder adecuadamente al cuestionario en la encuesta realizada.

3.5.1 Población.

Para la realización del estudio de factibilidad se tomó como referencia la población femenina del Cantón Quevedo que según la proyección realizada por el INEC es de 98,344 habitantes, en el año 2015. El presente trabajo tomó la muestra de las madres solteras de todo el universo objetivo que es del 3,54%, conociendo así que en el Cantón Quevedo hay 3,481 madres solteras en el año 2015 por lo cual se procede a realizar la investigación (INEC, 2010).

3.5.2 Muestra.

En la implementación de la muestra se utilizó los siguientes datos y fórmula:

n = tamaño de la muestra

N= universo de estudio (3,481)

E²= margen de error 5% (0.05)

$$n = \frac{N}{1 + E^2 N}$$

$$n = \frac{3,481}{1 + (0.05)^2 3,481}$$

$$n = \frac{3,481}{9.70}$$

n = 359 Encuestas

Para el desarrollo del siguiente cálculo de la muestra se verifica si la población del Cantón Quevedo, consumiría helados de frutas con crema de chantilly tenemos el siguiente cálculo con una población de 196.769 habitantes, en el año 2015.

n = tamaño de la muestra

N= universo de estudio (196.769)

E²= margen de error 5% (0.05)

$$n = \frac{N}{1 + E^2 N}$$

$$n = \frac{196.769}{1 + (0.05)^2 196.769}$$

$$n = \frac{196.769}{492.92}$$

n = 399 Encuestas

3.1. Instrumento de Investigación.

Se utilizó el cuestionario como instrumento para recoger datos e información utilizando la encuesta aplicada a las madres solteras de la Parroquia San Camilo y a la ciudadanía del Cantón Quevedo para conocer la aceptación del producto a elaborar por parte de la empresa.

3.2. Tratamiento de los Datos.

Se realizó la clasificación, tabulación y análisis de los datos mediante el Excel, Word, se aplicó fórmulas estadísticas de acuerdo al diseño establecido.

3.3. Recursos Humanos y Materiales.

3.3.1. Humanos.

- Directora.
- Investigadora.
- Madres solteras de la Parroquia San Camilo.
- Ciudadanía de Quevedo.

3.3.2. Materiales.

- Computadora
- Impresora
- Resma de papel
- Pen drive
- Libros
- Internet
- Esferos
- Cuaderno

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados.

4.1.1 Estudio de mercado.

4.1.1.1 Identificación del producto.

El helado de fruta es rico en calcio y fósforo, el mismo que posee vitaminas A, B, C, D y E. Este helado es elaborado de diferentes clases de frutas obteniendo un sabor exquisito entre ellas podemos mencionar las siguientes frutas: Sandía; Coco; Guanábana; Mango; Naranja; Mandarina; Piña; Badea; etc., su forma de elaboración es en paletas de 90 ml. El helado de fruta es una gran fuente de calcio y vitaminas, gracias a los ingredientes que lo componen, es lo que lo convierte en un producto ideal para personas de todas las edades y el proceso de transformación es diferentes a los de las otras empresas. Los helados contribuyen a la hidratación y combaten la sequedad de las vías respiratorias, facilitan la digestión y crean una sensación de bienestar.

Todas estas características hacen de este un producto adaptable a casi todas las edades y dietas. Los helados son una buena opción para el postre o la golosina preferida de los niños, en especial para aquellos que les gusta las frutas. Son excelentes para los adultos mayores ya que son naturales. Para los deportistas son una fuente rápida de energías y nutrientes. El valor alimenticio y nutritivo del helado depende de los componentes del mismo.

En todo caso siempre será igual o superior al de los productos lácteos, ya que las frutas y sus derivados constituyen el ingrediente mayoritario. El helado es una mezcla de distintos ingredientes (agua, frutas y derivados azúcares, vegetales, etc.), que suponen un aporte de proteínas, azúcar, vitaminas y sales minerales.

La empresa se enfoca en la producción de helados de frutas, tomando como punto de referencia la parroquia San Camilo, Calle Argentina y José Mejía esquina, teniendo en cuenta que es un sector transitado por los habitantes, en donde el producto tendrá una buena acogida, también se tiene en cuenta los niños, quienes son los que más consumen el producto, como

también los jóvenes y los adultos, el consumo de helados es general y de agrado para la comunidad.

4.1.1.1.1 Ventajas y desventajas del producto.

Casi todos reconocen el placer que supone comerse un helado, aunque muchos no lo hagan tanto como les gustaría. Su delicioso sabor engancha tanto a los niños como a los adultos, sobre todo en verano, ya que tenemos la excusa de que refrescan los días cálidos. Sin embargo, el hecho de que sean beneficiosos o perjudiciales para la salud no está tan claro, así que lo mejor es conocer las ventajas y desventajas de comer helado.

4.1.1.1.2 Ventajas.

Sin duda comer helado es una tradición, sobre todo por la variedad de sabores y colores que existen, pero además tienen beneficio para la salud y el estado de ánimo.

- Aumenta tu energía: el helado, al ser rico en hidratos de carbono, consigue aumentar tu energía, incluso a reducir el estrés.
- Fuente de vitaminas y minerales: los helados son ricos en calcio y fósforos, pero además aportan muchos valores importantes tales como la vitamina A, C, D, y E y también la tiamina, riboflavina, niacina y ácido fólico.
- Los helados nos aportan una cantidad de calcio ya que contienen frutas naturales.
- Las frutas: aumentan sus propiedades nutricionales.

4.1.1.1.3 Desventajas.

Por supuesto, un alimento tan delicioso no podía tener sólo ventajas, por lo que se detallan las siguientes desventajas:

- Grasa y azúcares: más del 10% de su contenido es grasa y normalmente son grasas saturadas, perjudiciales para la salud. Si tienes colesterol no es recomendable que comas helado, así como si tiene alguna enfermedad cardíaca.
- Tiene un alto contenido de lactosa: para aquellas personas que sufren intolerancia a la lactosa el helado es su fruta prohibida, su tormenta, porque pueden llevarles a padecer graves problemas digestivos.
- Mayor riesgo de sufrir enfermedades cardíacas o diabetes.
- Aumenta los niveles de colesterol.

4.1.1.2 Análisis de la demanda.

Según el INEC, la población del Cantón Quevedo es de 196.769 habitantes, en el año 2015. Valor con el cual se calculó la muestra a encuestar que es de 399 habitantes.

El consumo de helados en la ciudad de Quevedo según los resultados de la encuesta es 153.480 habitantes, las mismas que se conoció mediante los resultados de la encuesta, que el 78% si consume helados.

¿Consume usted helados?

Tabla 1. Consume helados.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	310	78%
No	89	22%
Total	399	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

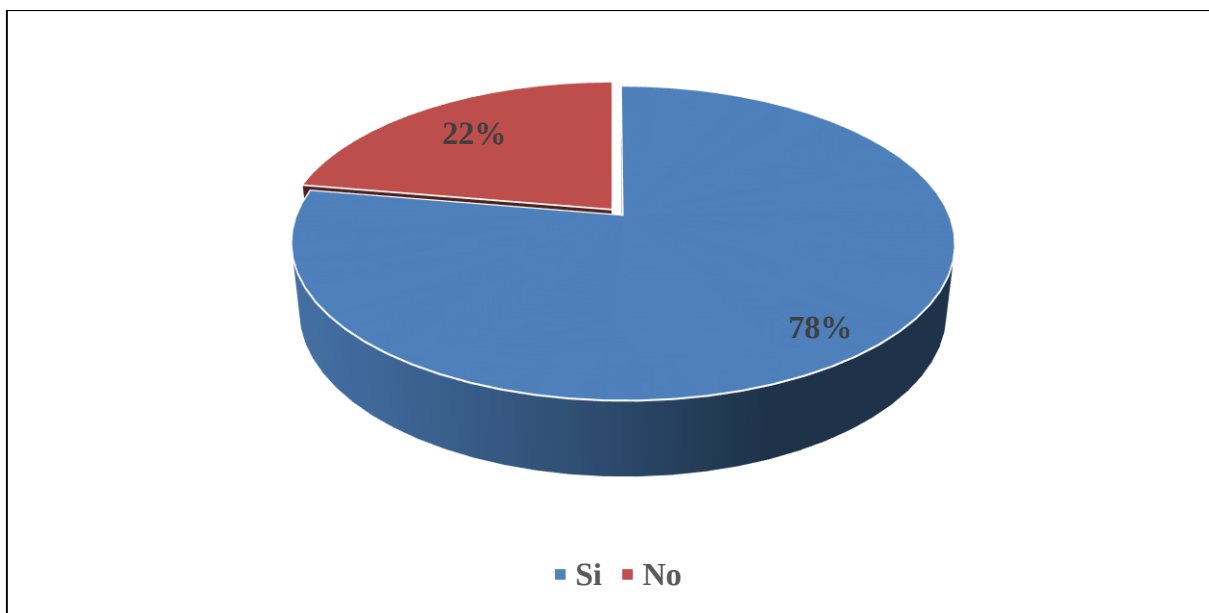


Figura 1. Consumo de helados.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a la población es necesario conocer la aceptación del consumo de helados el 78% indicaron que si consume y el 22% respondió que no.

$$DA = 196.769 * 0.78 = 153.480 \text{ personas}$$

Para conocer el promedio de helados que consumen los habitantes del Cantón Quevedo, se recurrió a la encuesta, la misma que detalla el consumo frecuente de helado.

Tabla 2. Consumo frecuente de helados en el cantón Quevedo.

Detalle	Porcentaje %	Valor Absoluto
Todos los días	2%	3.070
Pasando un día	4%	6.139
Una vez a la semana	69%	105.901
Una vez cada 15 días	14%	21.487
Una vez al mes	11%	16.883
Total	100%	153.480

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

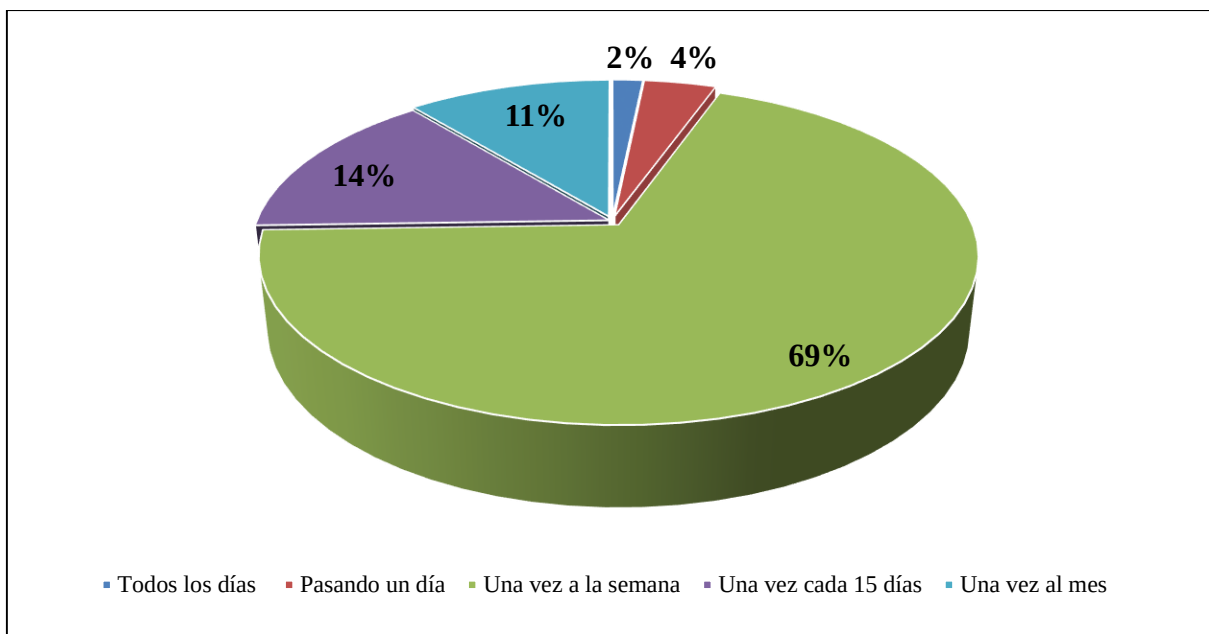


Figura 2. Frecuencia del consumo de helados.

Análisis:

El gráfico muestra que el 69% de la población tiene la tendencia de consumir helados una vez a la semana, mientras que el 14% una vez cada 15 días, el 11% consume helado una vez al mes, el 4% consume helados pasando un día y el 2% restante consume helados todos los días.

Tabla 3. Consumo anual de helados en el cantón Quevedo.

Detalle	Porcentaje %	Valor Absoluto	Días que representa el año	Demanda de helados
Todos los días	2%	3.070	365	1'120.550
Pasando un día	4%	6.139	180	1'105.020
Una vez a la semana	69%	105.901	52	5'506.852
Una vez cada 15 días	14%	21.487	26	558.662
Una vez al mes	11%	16.883	12	202.596
Total	100%	153.480		8'493.680

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

4.1.1.2.1 Necesidad del producto.

El consumo de helado de fruta por ser parte fundamental en los consumidores crea la necesidad de proporcionar un producto de calidad, con fuente de calcio y vitaminas que cuentan las diferentes frutas tropicales y son creado con estándares profesionales lo cual represente un atractivo a los consumidores.

4.1.1.2.2 Distribución geográfica de los consumidores.

Unidad Geográfica: Mercado local (Ciudad de Quevedo), Condiciones Geográficas: 74 metros sobre el nivel del mar es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual es de unos 20 a 33 °C y a veces llega a los 38 °C. La mayoritaria demanda del producto se encuentra en la zona urbana con un 86,9%, y el restante corresponde al sector rural con un 13,1%.

4.1.1.2.3 Comportamiento histórico.

Se conoció que el 78% de los habitantes del cantón Quevedo consumen helados, considerando que es un mercado muy favorable para la producción y comercialización de helados de frutas, la misma que será dirigida por madres solteras de la parroquia San Camilo, debido a que es un producto nutritivo y natural para la salud de los niños, jóvenes y adultos que degustarán de los helados de frutas.

Históricamente el promedio de la población del cantón Quevedo, que consume helados se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 4. Demanda histórica de helados en el Cantón Quevedo

Año	Demanda de helados
2006	6'952.261
2007	7'108.687
2008	7'268.632
2009	7'432.176
2010	7'599.400
2011	7'770.387
2012	7'945.221
2013	8'123.988
2014	8'306.778
2015	8'493.680

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado Por: La Autora

4.1.1.2.4 Demanda Proyectada.

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó los datos que se obtuvieron en la encuesta, para saber cuál es la demanda actual de helados de frutas. Se efectúa la siguiente proyección mediante el valor futuro.

Tabla 5. Proyección de la demanda de helados desde el año 2016 hasta el 2020

PROYECCIONES	DEMANDA FUTURA
2016	8'684.873
2017	8'880.369
2018	9'080.266
2019	9'284.663
2020	9'493.661

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

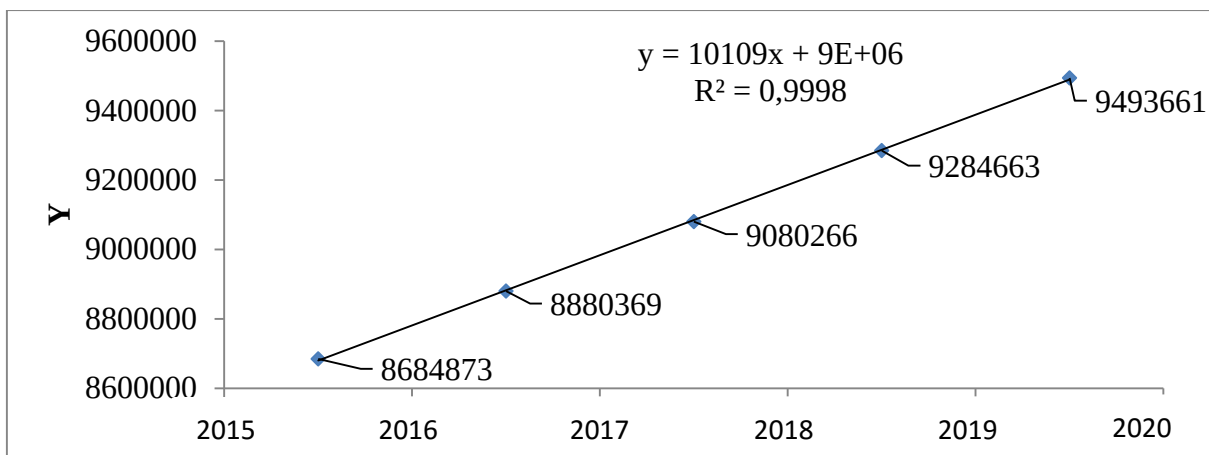


Figura 3. Demanda futura de helados de frutas.

Análisis: en la siguiente proyección de la demanda se aprecia que la figura muestra cual será la demanda de helados de frutas aproximada para estos años que se ha proyectado el proyecto teniendo así una venta favorable en el cantón Quevedo y sectores aledaños.

4.1.1.3 Análisis de la oferta

4.1.1.3.1 Número de oferentes y localización.

Mediante una indagación en el cantón Quevedo, se pudo determinar que existen aproximadamente 5 empresas de helados como son las siguientes: Pingüino que oferta al mercado 6.249 helados diarios; Topsy oferta 5.681 helados diarios; Jota R oferta 4.734 helados diarios; Salcedos oferta 1.705 helados diarios y Caseros oferta al mercado 568 helados diarios.

De acuerdo con la investigación se estima que la competencia oferta al mercado un promedio de 18.937 helados diarios, en donde se proyecta un total de 6'912.000 helados al año.

4.1.1.3.2 Importancia.

El contar con una planta de producción que se encuentren equipada de la mejor manera beneficiará la producción obteniendo helados de calidad la misma que viabilizará la ejecución del presente proyecto.

4.1.1.3.3 Calidad.

Según el estudio de mercado el helado es un producto que goza de gran aceptación entre los consumidores y prueba de ellos son los helados de frutas con su delicioso sabor, los mismo que serán entregados en tiendas, papelerías, farmacias, etc., para que conozca la calidad de su helado preferido, los técnicos de la planta trabajan de una manera minuciosa para que el producto sea de la mejor calidad. Actualmente el helado se elabora mediante la congelación de una mezcla pasteurizada compuesta por una combinación de frutas y sus derivados y aditivos.

Comercializar helados de frutas de buena calidad, producidas con abonos orgánicos que garantizan un producto o fruta totalmente saludable, nutritivo y que satisfaga las necesidades de los consumidores del cantón Quevedo y sectores aledaños que gustan de este delicioso producto el mismo que es bajo en grasas y alto en vitaminas.

4.1.1.3.4 Comportamiento histórico de la oferta.

En base a los datos proporcionados por las empresas competidoras de helados como son: Pingüino, Topsy, Jota R, Salcedos y Caseros, se cuenta con información sobre el comportamiento histórico de la oferta desde el año 2006 hasta el año 2015.

Tabla 6. Oferta histórica de helados en el Cantón Quevedo.

Año	Unidades de helados
2006	5'631.896
2007	5'761.530
2008	5'894.148
2009	6'029.819
2010	6'168.613
2011	6'310.602
2012	6'455.859
2013	6'604.459
2014	6'756.480
2015	6'912.000

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado Por: La Autora

4.1.1.3.5 Oferta proyectada.

Tabla 7. Proyección de la oferta de helados desde el año 2016 hasta el 2020

PROYECCIONES	OFERTA FUTURA EN UNIDADES DE HELADOS
2016	7'055.078
2017	7'201.119
2018	7'350.182
2019	7'502.330
2020	7'657.629

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

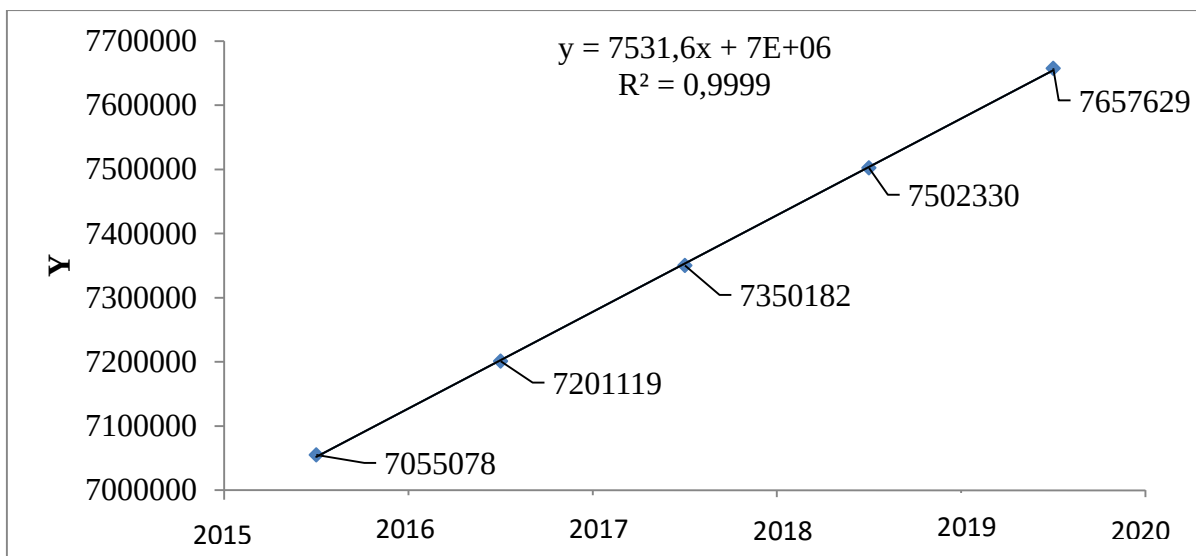


Figura 4. Oferta futura

Análisis: en la siguiente proyección de la oferta se aprecia que la figura muestra cual será la oferta de helados aproximada para estos años que se ha proyectado el proyecto conociéndose así que para el 2020 la oferta de helados es de 7'657.629 unidades.

4.1.1.4 Análisis de los precios.

4.1.1.4.1 Precio promedio.

El precio es el valor monetario de un bien o servicio. Existen tres procedimientos principales para fijar precios: a partir de los costos, de acuerdo al potencial de ventas y de acuerdo a la competencia. Para llevar a cabo el estudio de los precios se tomó en cuenta las marcas más representativas de los productos sustitutos y competidores directos del producto y que actualmente se expenden en la ciudad Quevedo; sin embargo, debido a la gran variedad de productos, únicamente se consideran los más vendidos, tomando como referencia los precios del estudio de mercado realizado.

Tabla 8. Precio de la competencia en el mercado

MARCAS DE HELADOS	PRECIOS
Pingüino (polito)	0,30
Topsy (topsy choc)	0,30
Salcedo	0,50
Jota R	0,55
Paila	0,50
Caseros	0,58

Fuente: Fuente: Trabajo de campo

Elaborado Por: La Autora

4.1.1.4.2 Tendencia histórica.

Se observa que los precios que maneja la competencia son indistintos y van desde treinta centavos hasta ochenta y cinco centavos de dólar. Lo que nos indica que estos productos están direccionados para personas con cualquier tipo de ingreso. Sin embargo, el mercado al cual está enfocado nuestro producto es de target medio y, los consumidores tienen la característica de preferir productos sanos y naturales, además tienen una tendencia hacia los productos innovadores.

Tabla 9. Precio de helados a los consumidores.

AÑOS	PRECIOS POR UNIDAD DE HELADOS
2006	0,25
2007	0,25
2008	0,30
2009	0,30
2010	0,35
2011	0,35
2012	0,40
2013	0,40
2014	0,45
2015	0,50

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado Por: La Autora

4.1.1.4.3 Proyecciones de precio.

Al realizarse una proyección de los precios de las competencias anteriores se conoció cuáles serán los precios para los próximos cinco años a proyectar.

Tabla 10. Precio futuro de helados desde el año 2016 hasta el 2020

PROYECCIONES	PRECIO POR UNIDADES DE HELADOS
2016	0,53
2017	0,57
2018	0,61
2019	0,66
2020	0,70

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

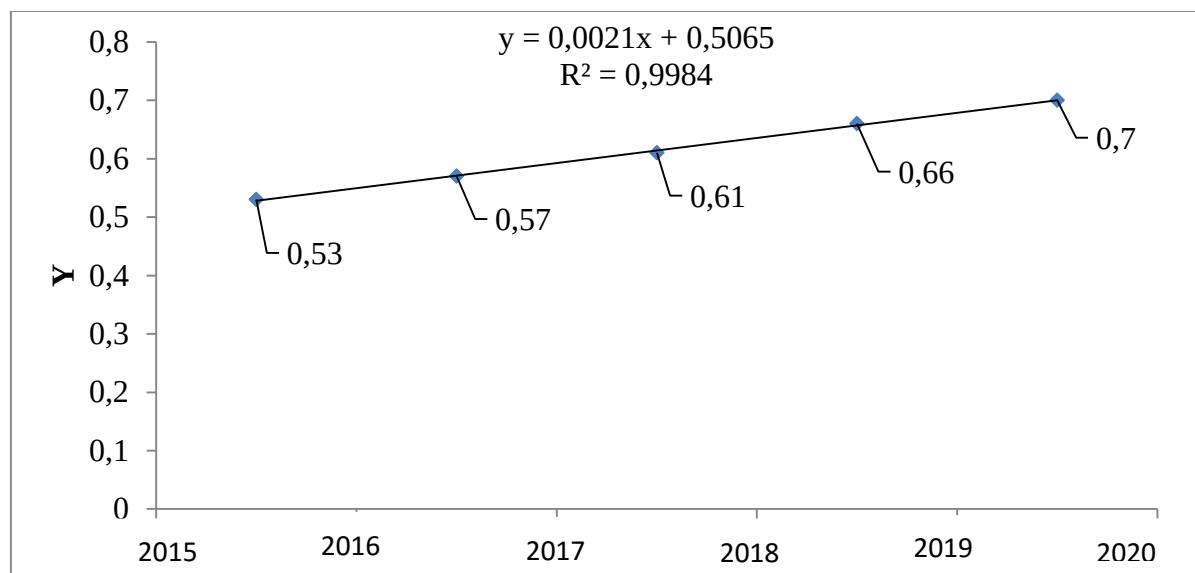


Figura 5. Precios proyectados.

Análisis: en la siguiente proyección de precios se aprecia que la figura muestra cual será el precio de helado aproximado para estos años que se ha proyectado, conociéndose así que para el 2020 el precio de helado es de 0,70 centavos de dólar por unidad.

4.1.1.5 Comercialización.

4.1.1.5.1 Proceso.

La comercialización es un proceso de suma importancia ya que permite definir estrategias comerciales certeras, las que tendrán repercusión directa en los ingresos y egresos de la empresa.

4.1.1.5.2 Producto.

El producto que se va a elaborar es alimenticio y comercializable helados de crema de chantilly con sabores a frutas tropicales de la zona, se elabora en paletas de 90 ml y los sabores son de coco, naranja, mandarina, banano, sandia etc. El helado de fruta es una gran fuente de calcio y vitaminas, gracias a los ingredientes que lo componen, lo convierte en un producto ideal para personas de todas las edades; con un sabor exquisito en el mercado, razón por la cual se debe promover sus beneficios a fin de captar la atención de los consumidores.

Estrategias. - Promover los productos a través de degustaciones las que se realizarán en primera instancia a los intermediarios y ellos serán encargados de dar a conocer al consumidor final; lo que permitirá conocer la reacción de las personas ante el producto.



Elaborado por: La Autora

4.1.1.5.2.1 Forma de Etiquetado.

En la parte de atrás del empaque del producto llevará lo exigido por el Ministerio de Salud que identifique los niveles de azúcar, grasa y sal.



Elaborado por: La Autora

4.1.1.5.2.2 Diseño de Etiqueta de Helado.

Para la elaboración del empaque del producto se considera necesario una funda donde llevará el logo de la empresa y sus colores se diferenciarán de acuerdo a la fruta que contenga el helado, así como se detalla en la imagen.



Elaborado por: La Autora

4.1.1.5.2.3 Logotipo de Helado.

Se realiza un logotipo donde exprese al consumidor el deseo de obtener el producto.



Elaborado por: La autora

4.1.1.5.3 Precio.

El precio es una herramienta fundamental del marketing, pues nos permite competir en el mercado, genera la venta del producto y por ende ingresos para la empresa, lo que permite recuperar la inversión en un cierto periodo y además obtener un margen de beneficios. Mediante un análisis de precios de venta al público que mantiene la competencia para productos similares (vaso de 6 onzas), para la introducción del helado de fruta se puede mantener precios hasta un valor de \$ 0,53; por lo que la empresa ha considerado que el precio óptimo para su comercialización es de \$0,53 otorgando una oportunidad de ganancia tanto para el productor como para el distribuidor (tiendas); ubicando la utilidad en el rango promedio de la competencia que es de \$0,07 por unidad.

Estrategias: Establecer un precio competitivo a través de un margen de utilidad mínimo que además cubra los costos de producción y conserve el punto de equilibrio. Reducir los costos del producto al mínimo, que nos permita mantener un precio competitivo por un largo período de tiempo y además aumentar el nivel de ventas progresivamente.

4.1.1.5.4 Plaza.

Considerando las características del consumidor, del producto, de los intermediarios y de la competencia, la estructura del canal de distribución más apropiada para los helados de frutas es: canal de distribución indirecto (corto), siendo las tiendas los principales intermediarios, funciona de la siguiente manera.

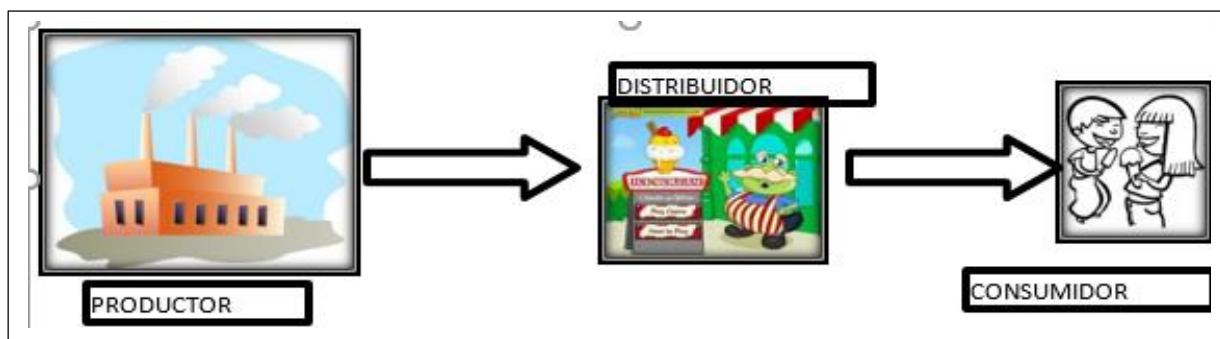


Figura 6. Esquema del canal de distribución de helados de frutas

4.1.1.5.5 Promoción.

Su objetivo principal es dar a conocer el Helado de fruta en el mercado, a través de: Promoción del producto por medio de campañas publicitarias, utilizando medios de comunicación escritos y electrónicos: **Medios escritos:** Pancartas y **Medios electrónicos:** Uso de páginas sociales. Durante la promoción del producto se dará a conocer básicamente sus beneficios, además se difundirá para introducirlo en la mente del consumidor. Las pancartas se colocarán en lugares visibles de las tiendas.

Estrategia: Como estrategia principal se promocionará la entrega de producto de forma gratuita; con esto se pretende captar la atención de los consumidores direccionándonos principalmente en los niños.

4.1.2 Estudio Técnico.

Mediante el estudio técnico se definiría con claridad el tamaño del proyecto y el lugar específico donde se instalará a la empresa y se conocerán los equipos necesarios que se utilizarán para el funcionamiento del proyecto. De acuerdo con la oferta y la demanda futura se conoce cuál será la demanda insatisfecha proyectada para los años 2016 hasta el 2020.

Tabla 11. Demanda Insatisfecha.

Proyecciones	Oferta Futura	Demanda Futura	Demanda Insatisfecha
2016	7'055.078	8'684.873	-1'629.795
2017	7'201.119	8'880.369	-1'679.250
2018	7'350.182	9'080.266	-1'730.084
2019	7'502.330	9'284.663	-1'782.333
2020	7'657.629	9'493.661	-1'836.032

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.2.1 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto es la capacidad instalada que se expresa como unidades producidas y vendidas por cada año. Tomado en cuenta las condiciones de la empresa para elaborar y comercializar helados de frutas. En donde se espera cubrir el 30% de la demanda insatisfecha.

Tabla 12. Tamaño del proyecto

Proyecciones	Demanda Insatisfecha	Porcentaje %	Tamaño del proyecto
2016	1'629.795	30%	488.939
2017	1'679.250	30%	503.775
2018	1'730.084	30%	519.025
2019	1'782.333	30%	534.700
2020	1'836.032	30%	550.810

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.2.2 Localización del Proyecto.

El estudio de la localización será de acuerdo a varios aspectos en cuanto a la producción dónde se conocerá la macro y micro localización para este proyecto.

4.1.2.2.1 Macro localización.

Esta empresa de elaboración de helados de frutas se encontrará localizada en la Provincia de Los ríos, cantón Quevedo, siendo el principal eje de comunicación de la zona costera norte a sur, como se indica en los siguientes gráficos:

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOS RIOS



Figura 7. Macrolocalización de la Provincia de los Ríos.

4.1.2.3.2 Área de Procesamiento.

En esta área se llevará a cabo el proceso que tiene la elaboración de helados de frutas, se introducirá al cuarto frío por 8 horas, se le dará la forma de paleta para luego ser comercializada.

- **Pasteurizado:** Para el inicio de producción de helados se empieza a pasteurizar la crema de chantilly y la leche por un lapso de 30 minutos hasta que llegue a su punto.
- **Mezclado:** Se combinan correctamente las porciones de crema de chantilly y las frutas hasta tener una crema espesa y luego se transfiere a un recipiente.
- **Batido:** Todos los ingredientes deben ser batidos minuciosamente por 60 minutos para llegar a tener una mezcla homogénea para esta elaboración.
- **Reposar:** Cuando se tienes la mezcla totalmente batida y con la textura necesaria se procede a dejarla reposar por 5 minutos a temperatura de 5° grados.
- **Llenado de Envases:** Cuando esté la mezcla totalmente fría se procede a llenarlos en los envases de 90ml.
- **Congelamiento:** Luego se pasa al congelamiento los envases por un tiempo de 8 horas.
- **Empaque:** Cuando se tiene el producto congelado se procede a ponerlos en sus respectivas fundas plásticas y su etiqueta.
- **Área de comercialización:** La comercialización tendrá su cobertura en la parroquia San Camilo, así como a la ciudadanía del cantón Quevedo con un producto de 90 ml.

4.1.2.4 Diagrama de Flujo.

Se detalla el proceso de producción que se tendría para la elaboración de los helados de chantilly con fruta de la zona hasta obtener el producto terminado listo para su comercialización.

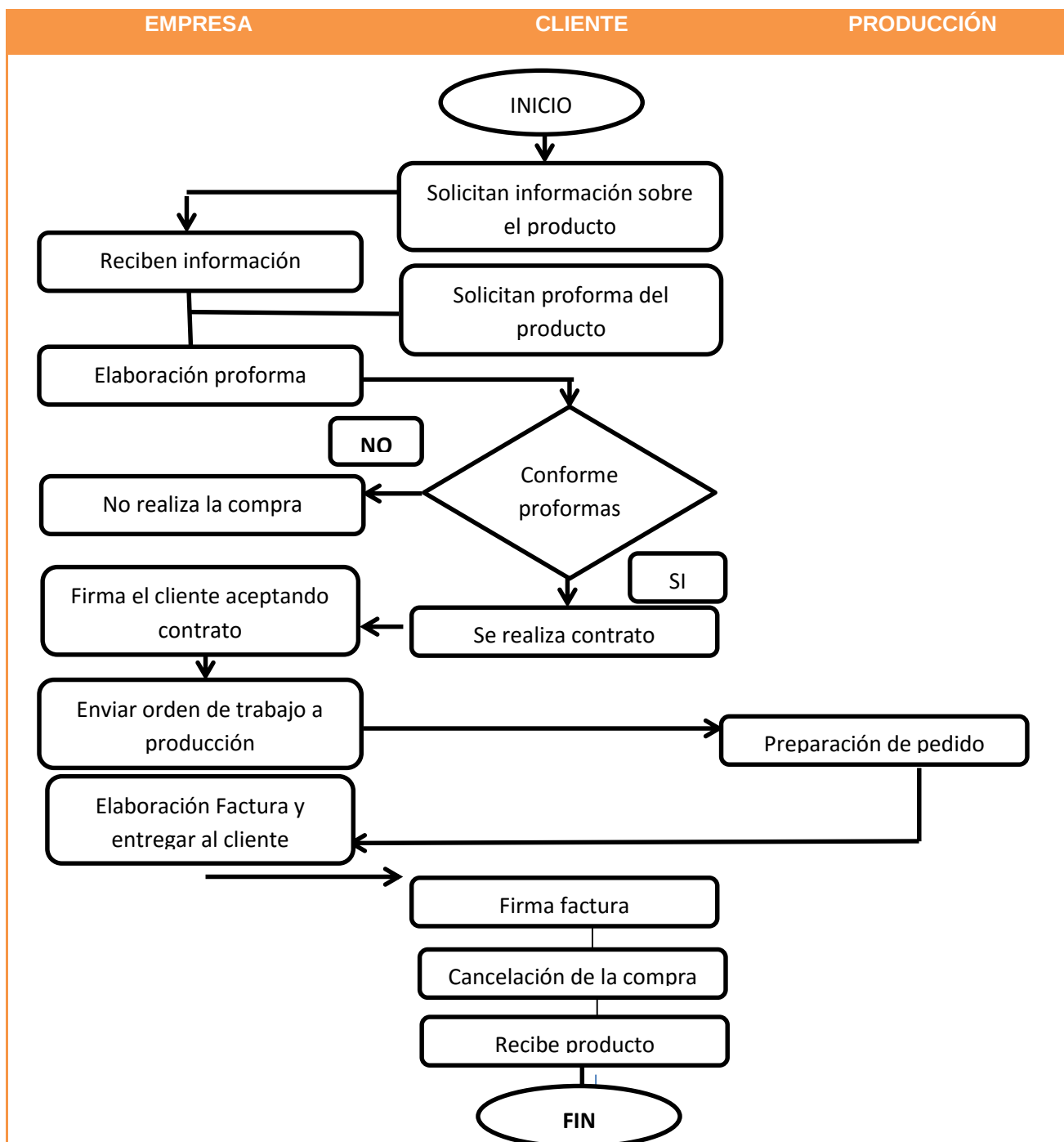


Figura 9. Diagrama de flujo del proceso de elaboración y comercialización de helados.

4.1.2.5 Infraestructura.

El local es de una de las socias que forman parte de la empresa y tiene una dimensión de 450 m² como se muestra en la figura 10, el mismo que será alquilado para implementar la empresa, teniendo este alquiler un costo de \$200 mensuales, ya que se encuentra ubicado en un lugar muy movido, en la parroquia San Camilo, calle Argentina y José Mejía, esquina. El local se distribuirá en áreas equipadas para el respectivo funcionamiento de la planta, la adecuación de la edificación tendrá un costo de \$5.000,00 dólares incluido materiales y mano de obra.

4.1.2.5.1 Maquinarias y Equipos

Las maquinarias y equipos con las que va a contar la empresa de helados de frutas que será dirigida por madres solteras se detallan en la tabla 13 con sus respectivas características.

Tabla 13. Máquina y Equipos.

Descripción	Características
Licuada Industrial	Fabricada en acero inoxidable grado alimenticio; Capacidad de 10 litros; Pedestal volcable; Juego triple de cuchillas en acero inoxidable; Rompeolas troquelados que evita acumulación de residuos; Motor eléctrico 127 volts; Disponibles en 220 volts.
Batidora Industrial	Equipo construido en acero inoxidable dotado con taza de acero inoxidable, Globo, Gancho y Paleta; Capacidad tazón: 15 litros. C/cas eléctricas: 110V, Presenta tres velocidades; Estructura: Dimensiones Aprox:415 x 530 x 750mm; Material de Fabricación: Acero Inoxidable.
Máquina de Helados	Equipo automático para envase de helados, dosifica el helado en la cantidad correcta para llenar varios tipos de recipientes, hasta dos litros de volumen. Además de fechador para estampado de la fecha de fabricación.
Cuarto Frío	De 2 metros de alto por 2 metros de ancho con paredes y techo: de tipo desmontable, asilado con poliuretano inyectado de 8cm de espesor para mantenimiento de congelado y 5 cm de espesor para conservación, acabado interior y exterior en lámina metálica; Puerta: dos puertas con aislamiento en poliuretano inyectado, empaque de caucho y cortina de plástico.
Congelador	Alto: 90 cm; Ancho:150 cm; Profundidad: 70,5 cm; Capacidad: 400 litros; Color blanco con ruedas; Control de temperatura; 2 puertas lamina lisa con llave cada una; Sistema doble acción: congelador y refrigerador.
Balanza electrónica	Visor Doble, para ver precios; Batería recargable, muy conveniente para corte de luz, Contiene 8 memorias; como calculadora; Función cero y tara; Suma hasta 99 operaciones, Capacidad máxima de 66 libras; Bandeja de Acero inoxidable; Luz indicadora de encendido; Visor cristal líquido Led.

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.2.5.2 Muebles y enseres.

Mediante la tabla 14 se conocerá los muebles y enseres que utilizarán en la planta de helados de frutas.

Tabla 14. Muebles y enseres.

Descripción	Características
Mesa de trabajo	Mesa de trabajo de 2 metros de ancho, por 1,20 de largo y 90 centímetros de alto, elaborada de aluminio de 9 milímetros.
Escritorio	Escritorio de madera de 70 cm de ancho por 1 metro 20 cm de largo y 80 centímetro de alto, con tres cajones y pintado en color madera.
Sillón ejecutivo	Sillón ejecutivo con espaldar movedizo y asiento con palanca para regular la comodidad de la personas.
Sillas ejecutiva	Sillas ejecutivas giratorias de aluminio con asiento tapizado movedizo para tener una mejor comodidad.
Archivadores	Archivadores de 6 cajones de 1 metro 40 cm de alto por 55cm de anchos y 45 cm de fondo color negro elaborado de madera.

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.2.5.3 Equipo de cómputo.

En la tabla 15 se describen los equipos de cómputo y de oficina que se requieren para la administración de la empresa de helados de frutas dirigidas por madres solteras.

Tabla 15. Equipo de cómputo.

Descripción	Características
Computadora	Computadora de escritorio LG con pantalla de 17"
Impresora	Impresora Canon Multifuncional
Aire acondicionado	Aire acondicionado LG de 12000 Btu
Teléfono inalámbrico	Teléfono Inalámbrico Dúo

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.2.5.4 Distribución de la planta.

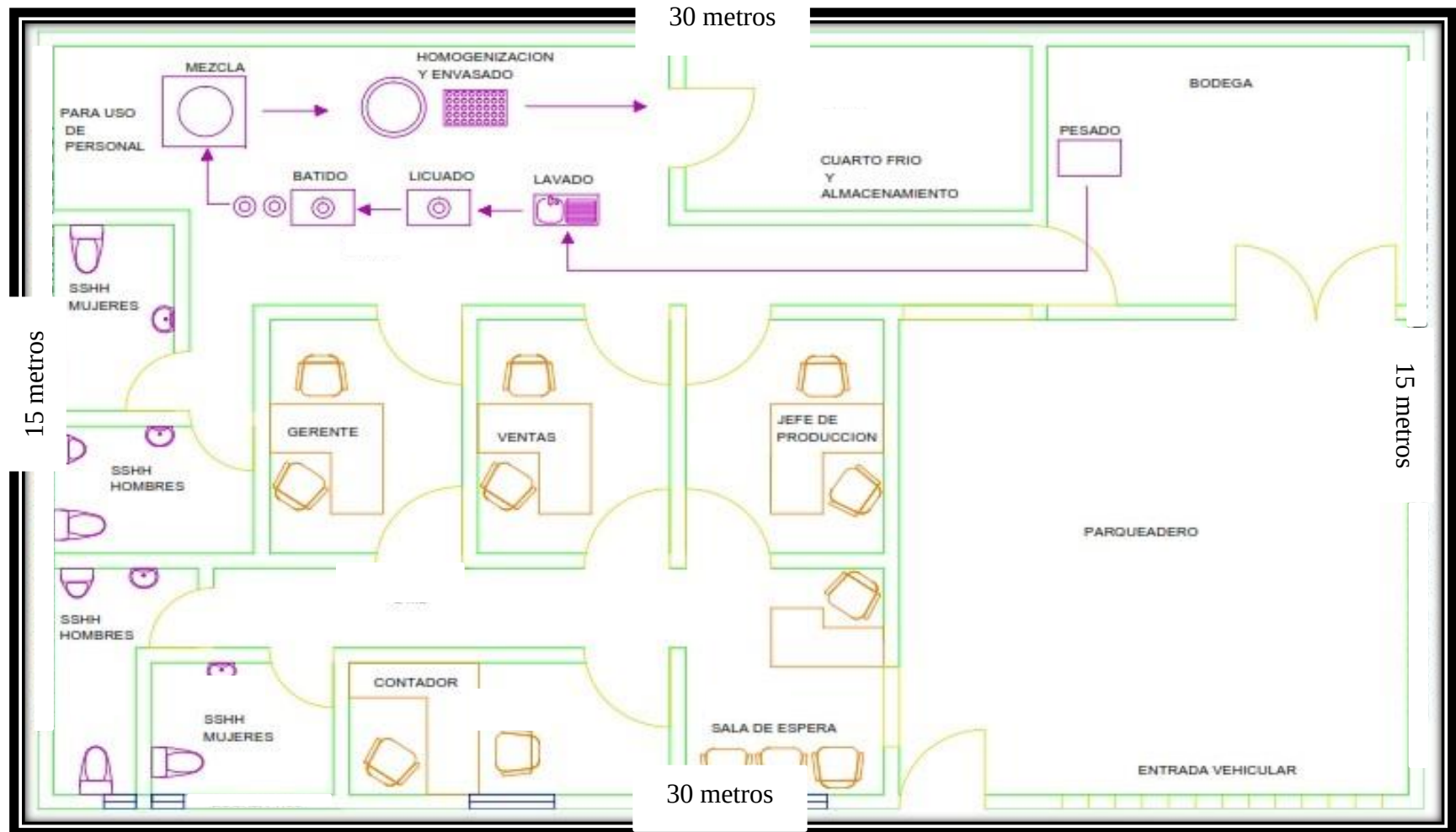


Figura 10. Distribución de la planta.

4.1.2.5.5 Luminosidad.

La planta productora de helado contará con una iluminación general, la misma que se distribuirá para toda su planta, con una instalación de un interruptor para poner focos en cada una de sus áreas.

4.1.2.5.6 Temperatura.

La empresa de helados de frutas ubicada en el cantón Quevedo contará con una temperatura de 20°C a 30°C, para la congelación de los helados se requiere de la habilitación del cuarto frío el mismo que tendrá una temperatura de 0 a -30°C que regule su tiempo y obtenga una congelación perfecta.

4.1.2.6 La Organización de la Empresa.

Se presenta el siguiente diagrama como estaría distribuido cada uno de los siguientes cargos y responsabilidades para cada miembro de esta organización.

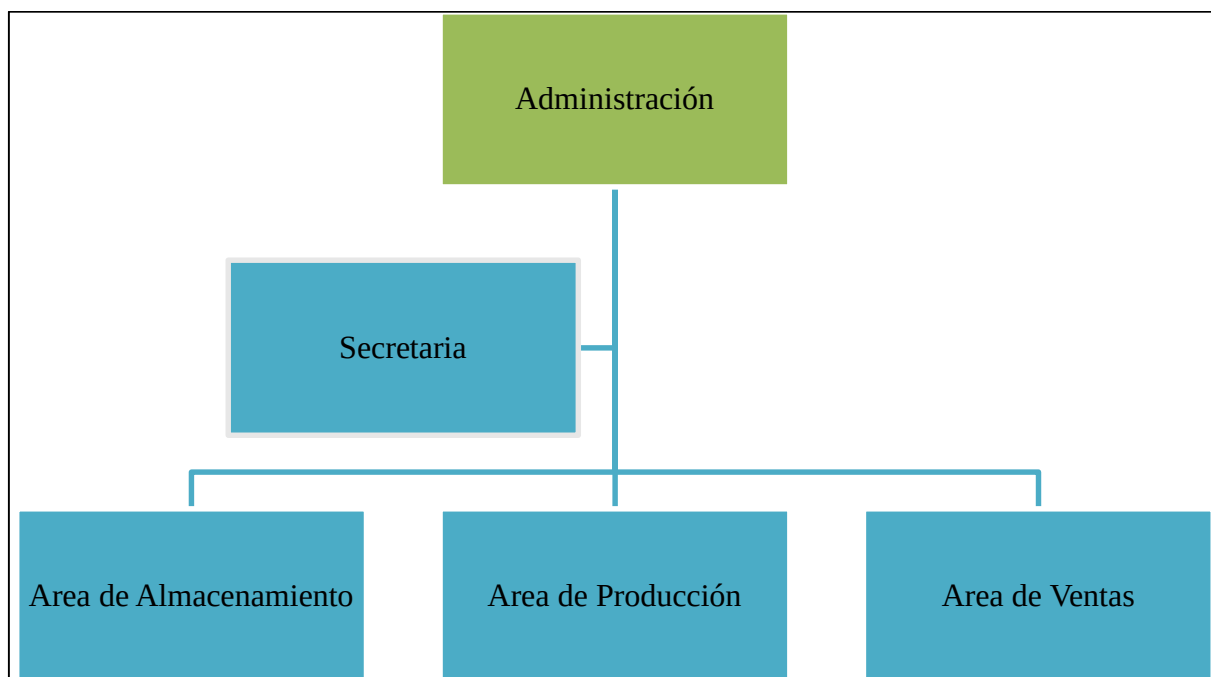


Figura 11. Organigrama de la empresa elaboradora de helados de frutas.

4.1.2.7 Perfil y funciones del personal.

4.1.2.7.1 Perfil del Administrador.

Las habilidades necesarias para que el administrador pueda ejecutar eficazmente el proceso de administración de empresa.

- **Habilidad técnica:** Consiste en utilizar conocimientos, métodos, técnicas y equipos necesarios para la realización de sus tareas específicas a través de sus instrucción, experiencia y educación. Es decir que la administración de empresas también implica un amplio conocimiento de la forma en que se realiza un determinado trabajo.
- **Habilidad Humana:** Consiste en la capacidad y en el discernimiento para trabajar con personas, comprender sus actitudes y motivaciones y aplicar un liderazgo eficaz.
- **Habilidad conceptual:** consiste en la habilidad para comprender las complejidades de la organización global y en el ajuste del comportamiento de la persona dentro de la organización. Esta habilidad permite que la persona se comporte de acuerdo con los objetivos de la organización total y no apenas de acuerdo con los objetivos y las necesidades de su grupo inmediato.

4.1.2.7.1.1 Funciones.

- **Producción:** Considerado tradicionalmente como uno de los departamentos clave, ya que se encarga del óptimo aprovechamiento y de la adecuada introducción de infraestructura en un organismo o empresa.
- **Finanzas:** Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los demás departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

- **Recursos humanos:** Departamento de vital importancia, ya que, mediante el uso adecuado de programas de reclutamiento, selección, contratación, capacitación y desarrollo, se allega para la empresa del personal adecuado y afín a los objetivos de la misma.

4.1.2.7.2 Perfil de la Secretaria.

Debe ser una persona en la que se tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva, y organizada
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Dominio de Windows, Microsoft Office, Internet.
- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.
- Aptitudes para la organización.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Dinámica y entusiasta.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión

4.1.2.7.2.1 Funciones.

- Ser puntual en todas sus actividades de funciones.
- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.
- Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamentos.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

4.1.2.7.3 Funciones Área de Almacenamiento.

Aunque el derrotero de funciones de almacenamiento depende de la incidencia de múltiples factores tanto físicos como organizacionales, algunas funciones resultan comunes en cualquier entorno, dichas funciones comunes son:

- Recepción de Materiales.
- Registro de entradas y salidas de mercadería.
- Almacenamiento de materiales.
- Mantenimiento de materiales.
- Despacho de materiales.

4.1.2.7.4 Funciones del Área de Producción.

- Medición del trabajo.
- Métodos del trabajo.
- Ingeniería de producción.
- Análisis y control de fabricación.
- Administración de salarios.
- Higiene y seguridad industrial.
- Control de la producción.
- Control de Calidad.

4.1.2.7.5 Funciones del Área de Ventas.

El departamento de ventas está encargado de hacer las siguientes actividades:

- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.

4.1.3 Estudio Económico.

4.1.3.1 Inversión.

El estudio Económico permite conocer todos los análisis necesarios para tener en cuenta la viabilidad del proyecto de la empresa elaboradora y comercializadora de helados de frutas, con cada uno de los resultados que presenta y sus debidas proyecciones.

4.1.3.1.1 Terreno.

El terreno es de 450 m² y es de propiedad de una de las socias, el mismo que será alquilado por parte de la empresa en donde el valor mensual es de \$ 200,00.

4.1.3.1.2 Adecuación del local.

El gasto total por concepto de mano de obra y materiales para la adecuación del local de la planta productora de helado de fruta, tendrá una dimensión de 450 m² y el costo de adecuación es de \$ 5.000,00 como se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 16. Adecuamiento del local.

Descripción	Unidad	Precio U.	Total \$
Compartimientos de pared hechas de aluminio y pintadas, puesta de cerámica en la recepción y sala de espera.	Recepción y sala de espera	\$650,00	\$650,00
Compartimientos de pared hechas de aluminio y pintadas, puesta de cerámica en el área de la administradora general.	Administración General	\$550,00	\$550,00
Compartimientos de pared hechas de aluminio y pintadas, puesta de cerámica para la oficina de la jefa de Producción.	Área de producción	\$500,00	\$500,00
Divisiones de pared hechas de aluminio y pintadas, puesta de cerámica para la oficina de Ventas.	Oficina de Ventas	\$550,00	\$550,00
Pintada de pared y puesta de cerámica en la oficina de Contabilidad	Oficina de Contabilidad	\$345,00	\$345,00
Compartimientos de pared hecha de cemento y pintadas, puesta de cerámica y sanitarios en el baño para hombres.	Sanitarios para hombres	\$450,00	\$450,00
Compartimientos de pared hecha de cemento y pintadas, puesta de cerámica y sanitarios en el baño para mujeres.	Sanitarios para mujeres	\$450,00	\$450,00
Compartimientos de pared hecha de cemento y pintadas, puesta de cerámica para el área de bodega que se receipta la materia prima.	Bodega de materia prima	\$480,00	\$480,00
Pintada de pared y puesta de cerámica en el área de producción de helados de frutas.	Planta de producción	\$345,00	\$345,00
Pintada de pared, puesta de cerámica e instalación de interruptor V220 en el área para el cuarto frío.	cuarto frío	\$450,00	\$450,00
Pintada de pared de pasillos y andenes	Pasillos y Andenes	\$150,00	\$150,00
Pintada de pared del parqueadero	Parqueadero	\$80,00	\$80,00
TOTAL			\$5.000,00

Fuente: Investigación del proyecto**Elaborado Por:** La Autora

4.1.3.2 Equipamiento de la empresa de helados de frutas.

Tabla 17. Equipamiento de la empresa de helados de frutas.

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Maquinaria y Equipos				
Cuarto frio 2 metros de alto por 2 de ancho	Cuarto frio	1	\$4.000,00	\$4.000,00
Licuada Industrial de 10 litros	Licuada	2	\$567,00	\$1.134,00
Batidora Industrial capacidad tazón de 15 litros	Batidora	2	\$450,00	\$900,00
Balanza Electrónica con visor doble y capacidad máxima de 66 libras.	balanza	2	\$60,00	\$120,00
Utensilios de Cocina	Utensilios	Varios	\$80,00	\$80,00
Total Maquinaria y equipos				\$6.234,00
Muebles y Enseres				
Mesa de trabajo de 2 metros de ancho, por 1,20 de largo y 90 centímetros de alto.	Mesa de trabajo	2	\$120,00	\$240,00
Escritorio de madera de 70 cm de ancho por 1 metro 20 cm de largo	Escritorio de madera	2	\$186,00	\$372,00
Sillón Ejecutivo	Sillón	2	\$98,00	\$196,00
Sillas Ejecutivas	Sillas	2	\$38,00	\$76,00
Archivadores de 6 cajones de 1 metro 40 cm de alto por 55cm de anchos y 45 cm de fondo	Archivadores	2	\$110,00	\$220,00
Total Muebles y Enseres				\$1.104,00
Equipos de Computo				
Computadora de escritorio LG con pantalla de 17"	Computadora	1	\$600,00	\$600,00
Impresora Canon Multifuncional	Impresora	1	\$134,00	\$134,00
Aire acondicionado LG de 12000 Btu	Aire	1	\$450,00	\$450,00
Teléfono Inalámbrico Dúo	Teléfono	1	\$87,00	\$87,00
Total Equipos de Computo				\$1.271,00
Vehículo				
Furgón con Termo king Frio	Furgón	1	\$19.000,00	\$19.000,00
Total Vehículo				\$19.000,00
Total de activos				\$27.609,00
(5%) de imprevistos				\$1.380,45
Total de la inversión de equipamiento				\$28.989,45

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.3 Costos de operación.

Los costos de operación de la empresa de helados de frutas dirigidas por madres solteras son de \$98.932,32 el mismo que se obtuvo de la materia prima requerida para el producto, los costos indirectos para la fabricación, gastos administrativos en donde laboran 10 personas entre administrativos y planta, gastos de ventas y gastos de constitución para el primer año, en donde se considera un imprevisto del 5% del subtotal de los costos de operación más el total de la inversión.

4.1.3.3.1 Costos de Materias Primas.

Se detallan los costos de producción para cada año en el que está establecido el proyecto.

Tabla 18. Presupuesto del primer año.

Presupuesto de Materia Prima Año 1				
Producto	Unidad	cantidad	Precio Unitario	Valor Anual
Crema de Chantilly	kilos	800	7,00	\$ 5.600,00
Leche	Litros	1800	0,75	\$ 1.350,00
Azúcar	Quintales	19	42,50	\$ 807,50
Frutas	Kilos	2216,25	2,00	\$ 4.432,50
Paletas de helados	Paletas	488.939	0,00125	\$ 611,18
Funda de helados	Fundas	488.939	0,00125	\$611,18
Mano de obra	Obra	2	1.835,93	\$3.671,86
Total				\$ 17.084,22

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.3.2 Costos indirectos de fabricación.

Se presenta los gastos que se incluirán en la publicidad del producto para darlo a conocer en el cantón.

Tabla 19. Costos indirectos de fabricación.

Costos indirectos de fabricación	
Detalle	Valor
Arriendo	\$ 2.400,00
Servicio básicos	\$ 375,00
Materiales de oficinas	\$ 262,50
Materiales de limpieza	\$ 600,00
Gastos de depreciación	\$ 1.122,18
Total de gastos	\$ 4.759,68

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.3.3 Gastos de Constitución en el Proyecto.

Se detalla los gastos de constitución que incurren en la creación de la microempresa elaboradora de helados de frutas.

Tabla 20. Gastos por constitución.

Gastos de Constitución	
Detalle	Valor
Ministerio de salud publica	\$ 40,00
Patente Municipal	\$ 62,50
Obtención del Ruc	\$ 6,25
Permiso del Cuerpo de bombero	\$ 70,00
Total de gastos	\$ 178,75

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.3.4 Gastos de Ventas.

Se presenta los gastos que se incluirán en la publicidad del producto para darlo a conocer en el cantón.

Tabla 21. Gastos de ventas

Gastos de Ventas				
Detalle	Cant	Precio unit	Total Trimestral	Año 1
Publicidad radial	1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 360,00
Publicidad volante	1	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 36,00
Total Publicidad			\$ 99,00	\$ 396,00

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.3.5 Gastos Administrativos.

Se detallan todos los gastos administrativos, mano de obra y el personal encargado para llevar el direccionamiento del negocio.

Tabla 22. Remuneración Unificada.

REMUNERACIÓN MÍNIMA UNIFICADA TRIMESTRAL MAS BENEFICIOS									
Nómina de empleados	Cant.	Salario Mensual Unitario	Salario Total Empleados	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	11,15% Aporte Patronal	Sueldo + Benef. Total trimestral	Sueldo Anual
Administradora	1	450,00	1.350,00	337,50	88,50	56,25	150,53	1.982,78	7.931,10
Secretaria	1	366,00	1.098,00	274,50	88,50	45,75	122,43	1.630,18	6.520,71
Contadora	1	400,00	1.200,00	300,00	88,50	50,00	133,8	1.775,30	7.101,20
Jefa producción	1	400,00	1.200,00	300,00	88,50	50,00	133,8	1.776,30	7.105,20
Vendedoras	3	1.098,00	3.294,00	823,50	88,50	137,25	367,28	4.715,53	18.862,12
Chofer	1	400,00	1.200,00	300,00	88,50	50,00	133,8	1.778,30	7.113,20
Bodeguera	2	732,00	2.196,00	549,00	88,50	91,50	244,85	3.176,85	12.707,42
Total				2.884,50	619,50	480,75	1.286,49	16.835,24	67.340,95

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

Tabla 23. Costo de operaciones de la empresa de helados de frutas.

Costos de operaciones	Total
Gastos administrativos	\$ 67.340,95
Costos indirectos de fabricación	\$ 4.759,68
Materia prima	\$ 17.084,22
Gastos de constitución	\$ 178,75
Gastos de ventas	\$ 396,00
Gastos de depreciación	\$ 4.461,66
Subtotal de costos de operación	\$ 94.221,26
(+) 5% de imprevisto	\$ 4.711,06
Total de costos de operación	\$ 98.932,32

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.4 Capital de operación para el funcionamiento de la empresa de helados.

Tabla 24. Capital de operación para el funcionamiento de la empresa de helados.

Concepto	Total
Inversión	
Adecuación del local	\$ 5.000,00
Equipamiento	\$ 28.989,45
Costo de operación	\$ 98.932,32
Total	\$ 132.921,77

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.5 Financiamiento.

El financiamiento para la ejecución del proyecto está dividido de la siguiente manera, el 20% del monto de la inversión se la financiará con recursos propios de las socias o propietarias y el 80% restante se realizará mediante un préstamo a una institución financiera como es el Banco BanEcuador en vista que se cuenta con un terreno propio.

Tabla 25. Financiamiento

Detalle	Cantidad	%
Aporte de las socias	26.584,35	20,00 %
Crédito Bancario	106.337,42	80,00%
Inversión Total	\$ 132.921,77	100 %

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

El préstamo a realizarse en el Banco BanEcuador: será de \$106.337,42 con una tasa de interés del 10,00% anual, el plazo para pagar la deuda es de 5 años y la forma de pago se realizará semestralmente.

➤ **Construir la tabla amortización**

DATOS

R= ?

A= \$106.337,42

%= 10,00%

j= 0,10

i= 0,05

t= 5 años

n= 10

m= 2

$$R = \frac{A * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

$$R = \frac{106.337,42 * 0,05}{1 - (1 + 0,05)^{-10}}$$

$$R = \frac{5.316,87}{0,386086746}$$

$$R = \$ 13.771,18 \text{ p/vr}$$

Tabla 26. Amortización de un préstamo bancario

Periodo	Interés	Pago semestral	Pago a principal	Saldo del pago
0				106.337,42
1	5.316,87	13.771,18	8.454,31	97.883,11
2	4.894,16	13.771,18	8.877,02	89.006,09
3	4.450,30	13.771,18	9.320,88	79.685,21
4	3.984,26	13.771,18	9.786,92	69.898,29
5	3.494,91	13.771,18	10.276,27	59.622,02
6	2.981,10	13.771,18	10.790,08	48.831,95
7	2.441,60	13.771,18	11.329,58	37.502,36
8	1.875,12	13.771,18	11.896,06	25.606,30
9	1.280,32	13.771,18	12.490,86	13.115,44
10	655,77	13.771,18	13.115,41	0,03

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.6 Costo de producción proyectado.

En la empresa de helados de frutas dirigida por madres solteras los costos se proyectarán a cinco años, los mismos que detallan gastos administrativos, mano de obra directa, materia prima, gastos de constitución, gastos de ventas, publicidad y otros gastos. Los incrementos de todos los gastos serán de 3,38% de acuerdo a la tasa de inflación.

Tabla 27. Costo de operación proyectado de la empresa.

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Gastos administrativos	\$ 67.340,95	\$ 70.578,19	\$ 72.963,73	\$ 75.429,90	\$ 77.979,43
Costo indirectos de fabricación	\$ 4.759,68	\$ 4.920,56	\$ 5.086,87	\$ 5.258,81	\$ 5.436,56
Materia prima	\$ 17.084,22	\$ 17.661,67	\$ 18.258,63	\$ 18.875,77	\$ 19.513,77
Gastos de constitución	\$ 178,75	\$ 184,79	\$ 191,04	\$ 197,50	\$ 204,18
Gastos de venta	\$ 396,00	\$ 409,38	\$ 423,22	\$ 437,52	\$ 452,31
Depreciación	\$ 4.461,66	\$ 4.461,66	\$ 4.461,66	\$ 4.080,42	\$ 4.080,42
Total	\$ 94.191,24	\$ 98.216,25	\$ 101.385,15	\$ 104.279,92	\$ 107.666,67

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.7 Ingresos.

Los ingresos que se percibirán por las ventas de los helados de frutas se los obtienen considerando el tamaño del proyecto y multiplicando por el precio de venta del producto, el mismo que en la actualidad es

Tabla 28. Ingresos proyectados a 5 años.

Años	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total Ingresos
2016		488.939	0,53	259.137,67
2017	venta de helados de	503.775	0,57	287.151,75
2018	frutas en paletas de	519.025	0,61	316.605,25
2019	90 ml.	534.700	0,66	352.902,00
2020		550.810	0,70	385.567,00

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.8 Depreciación.

Depreciación de cada uno de los activos que son necesarios para el proyecto, en esta tabla se detalla el porcentaje depreciable de las maquinarias y equipos, muebles y enseres, equipo de cómputo, y vehículo que se utilizarán en la ejecución de este proyecto, destacando la aplicación de un valor residual del 10% de su costo único.

4.1.3.8.1 Maquinarias y equipos.

Costo del bien: 6.234,00

Valor residual: 623,40

Depreciación: 561,06

Tabla 29. Depreciación de maquinarias y equipos.

Maquinarias y Equipos			
Periodos	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros(\$)
0			6.234,00
1	561,06	561,06	5.672,94
2	561,06	1.122,12	5.111,88
3	561,06	1.683,18	4.550,82
4	561,06	2.244,24	3.989,76
5	561,06	2.805,30	3.428,70
6	561,06	3.366,36	2.867,64
7	561,06	3.927,42	2.306,58
8	561,06	4.488,48	1.745,52
9	561,06	5.049,54	1.184,46
10	561,06	5.610,60	623,40

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.8.2 Muebles y enseres.

Costo del bien: 1.104,00

Valor residual: 110,40

Depreciación: 99,36

Tabla 30. Depreciación de muebles y enseres.

Muebles y Enseres			
Periodos	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros(\$)
0			1.104,00
1	99,36	99,36	1.004,64
2	99,36	198,72	905,28
3	99,36	298,08	805,92
4	99,36	397,44	706,56
5	99,36	496,80	607,20
6	99,36	596,16	507,84
7	99,36	695,52	408,48
8	99,36	794,88	309,12
9	99,36	894,24	209,77
10	99,36	993,60	110,40

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.8.3 Equipo de cómputo.

Costo del bien: 1.271,00

Valor residual: 127,10

Depreciación: 381,30

Tabla 31. Depreciación de Equipo de cómputo.

Equipo de cómputo			
Periodos	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros(\$)
0			1.271,00
1	381,30	381,30	889,70
2	381,30	762,60	508,40
3	381,30	1.143,90	127,10

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.3.8.4 Vehículo.

Costo del bien: 19.000,00

Valor residual: 1.900,00

Depreciación: 3.420,00

Tabla 32. Depreciación de Vehículo.

Vehículo			
Periodos	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros(\$)
0			19.000,00
1	3.420,00	3.420,00	15.580,00
2	3.420,00	6.840,00	12.160,00
3	3.420,00	10.260,00	8.740,00
4	3.420,00	13.680,00	5.320,00
5	3.420,00	17.100,00	1.900,00

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.4 Estudio financiero.

4.1.4.1 Estado de Resultados.

Se presenta el estado de resultados proyectado donde verificamos la utilidad neta que se obtendría en cada uno de los años analizados.

Tabla 33. Estado de Resultados.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	259.137,67	287.151,75	316.605,25	352.902,00	385.567,00
(-) Costo de Producción	21.843,90	22.082,23	23.345,50	24.134,58	24.950,33
(=) UTILIDAD BRUTA	237.293,77	265.069,52	293.259,75	328.767,42	360.616,67
(-) Gastos de Administración	67.340,95	70.578,19	72.963,73	75.429,90	77.979,43
(-) Gastos de Ventas	396,00	409,38	423,22	437,52	452,31
(-) Gastos de Constitución	178,75	855,20	900,69	949,04	1.000,46
Depreciación de Activos Fijos	4.461,66	4.461,66	4.461,66	4.080,42	4.080,42
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	72.377,36	76.304,43	78.749,30	79.947,84	83.512,62
(-) Gastos Financieros	10.211,03	8.434,56	6.476,01	4.316,72	1.936,09
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	10.211,03	8.434,56	6.476,01	4.316,72	1.936,09
TOTAL GASTOS	82.588,39	84.738,99	85.225,31	84.264,56	85.448,71
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	154.705,38	180.330,53	208.034,44	244.502,86	275.167,96
(-) 15% a Trabajadores	23.205,81	27.049,58	31.205,17	36.675,43	41.275,19
(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTO	131.499,57	153.280,95	176.829,27	207.827,43	233.892,77
(-) 22% Impuesto a la Renta	28.929,91	33.721,81	38.902,44	45.722,03	51.456,41
(=) UTILIDAD NETA	102.569,66	119.559,14	137.926,83	162.105,40	182.436,36

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.4.2 Estado de flujos de fondos.

Tabla 34. Estado de flujos de fondos.

Detalle	Estado de flujos de fondos					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
(-) Inversión	-132.921,77					
Ingresos de Operación		259.137,67	287.151,75	316.605,25	352.902,00	385.567,00
(+) Valor Residual						2.760,90
TOTAL DE INGRESOS	-132.921,77	259.137,67	287.151,75	316.605,25	352.902,00	388.327,90
EGRESOS O COSTOS						
(-) Costo de operación		94.191,24	98.216,25	101.385,15	104.279,92	107.666,67
(-) Depreciación		4.461,66	4.461,66	4.461,66	4.080,42	4.080,42
(-) Amortización		27.542,36	27.542,36	27.542,36	27.542,36	27.542,36
TOTAL DE EGRESOS		126.195,26	130.220,27	133.389,17	135.902,70	139.289,45
UTILIDAD ANTES PART. E. IMP.		132.942,41	156.931,48	183.216,08	216.999,30	249.038,45
(-) 15% Particip. Trabajadores		19.941,36	23.539,72	27.482,41	32.549,90	37.355,77
(=) Utilidad antes Impuesto		113.001,05	133.391,76	155.733,67	184.449,41	211.682,68
(-) 25% Impuesto a la Renta		28.250,26	33.347,94	38.933,42	46.112,35	52.920,67
(=) UTILIDAD NETA		84.750,79	100.043,82	116.800,25	138.337,06	158.762,01
(+) Depreciaciones		4.461,66	4.461,66	4.461,66	4.080,42	4.080,42
(+) Amortización		27.542,36	27.542,36	27.542,36	27.542,36	27.542,36
FLUJO DE FONDOS NETO	-132.921,77	116.754,81	132.047,84	148.804,27	169.959,84	190.384,79

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.1.4.3 Valor Actual Neto (VAN).

Datos	
Inversión	-132.921,77
FF1	116.754,81
FF2	132.047,84
FF3	148.804,27
FF4	169.959,84
FF5	190.384,79
i	0,10
N	5

Elaborado Por: La Autora

$$VAN = \left\{ \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE1}{(1+i)^2} + \frac{FNE1}{(1+i)^3} + \frac{FNE1}{(1+i)^3} + \frac{FNE1}{(1+i)^3} \right\} - I$$

$$VAN = \$428.447,10$$

4.1.4.4 Calculo del VAN y TIR, mediante Fórmulas de Excel

Tabla 35. Calculo del VAN y TIR en Excel

DATOS	VALORES
Numero de periodos	5
Tipo de periodo	Anual
Tasa de descuento	10%

DETALE	PERIODOS ANUALES					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de (-132.921,77)		116.754,81	132.047,84	148.804,27	169.959,84	190.384,79
Efectivo						
Proyectado						

Elaborado Por: La Autora

Tabla 36. Tabla de Valor Actual Neto

TABLA DE VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
N°	FNE	(1+i) ⁿ	FNE/(1+i) ⁿ
0			\$-132.921,77
1	\$116.754,81	1,10	\$106.140,74
2	\$132.047,84	1,21	\$109.130,45
3	\$148.804,27	1,331	\$111.798,85
4	\$169.959,84	1,4641	\$116.084,86
5	\$190.384,79	1,61051	\$118.213,98
TOTAL			\$428.447,10
VAN			\$428.447,10

Elaborado Por: La Autora

Tabla 37. Tasa Interna de Retorno (TIR)

TAS DE DESCUENTO	VAN
0%	\$625.029,78
5%	\$515.585,14
10%	\$428.447,10
15%	\$358.122,49
20%	\$300.662,41
30%	\$213.538,93
40%	\$151.715,86
50%	\$106.336,42
60%	\$72.050,66
70%	\$45.494,77
80%	\$24.478,58
90%	\$7.531,76
95,18387%	\$0,00
100%	\$-6.359,86
110%	\$-17.912,82
120%	\$-27.644,44
130%	\$-35.935,46
140%	\$-43.071,05

Elaborado Por: La Autora

TIR= 95%

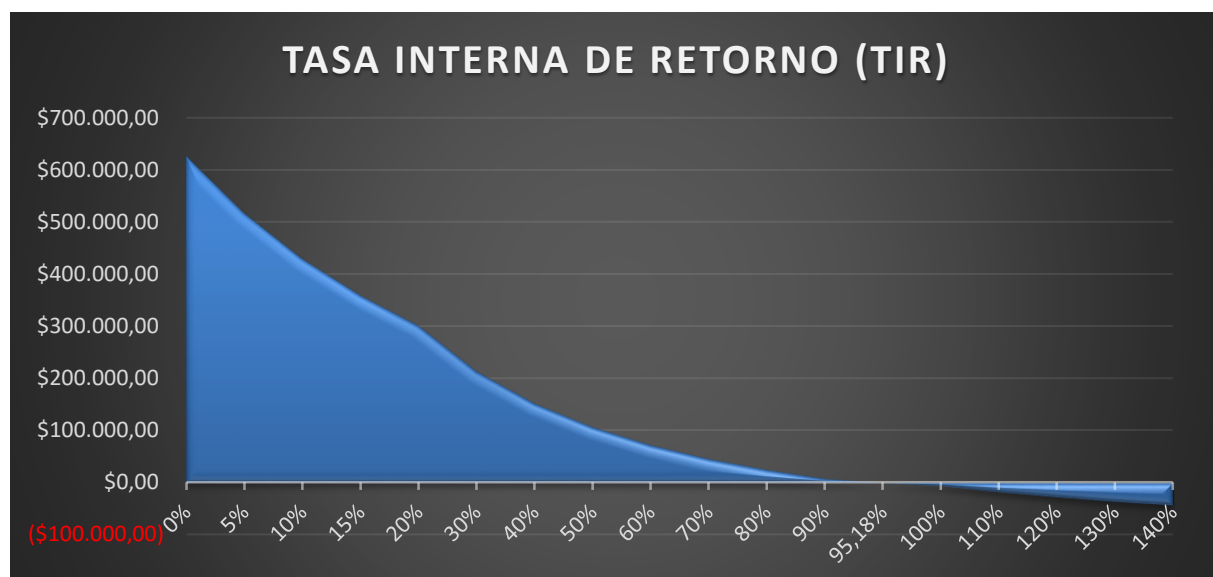


Figura 12. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Análisis: La tasa interna de retorno es de 95%, esto indica que la tasa interna es positiva y mayor que la tasa que se calculó en el préstamo el mismo que se realizará en la institución financiera del banco BanEcuador, en donde refleja que el proyecto es factible.

4.1.4.5 Relación Beneficio – Costo (Dólares).

El coste-beneficio es una herramienta financiera que nos ayuda a medir los costos con los beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

Tabla 38. Relación Beneficio - Costo

Años	Ingresos	Egresos
0		
1	259.137,67	126.195,26
2	287.151,75	130.220,27
3	316.605,25	133.389,17
4	352.902,00	135.902,70
5	388.357,90	139.289,45
TOTAL	1.604.154,57	664.996,85

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

$$B/C = \frac{VAN (INGRESOS)}{VAN (EGRESOS)}$$

$$B/C = \frac{1.604.154,57}{664.996,85}$$

$$\frac{B}{C} = 2,41$$

4.1.4.6 Periodo de recuperación de la inversión.

$$PRI = \left\{ \frac{FFE1}{(1+i)^1} + \frac{FFE2}{(1+i)^2} + \frac{FFE3}{(1+i)^3} + \frac{FFE4}{(1+i)^3} + \frac{FFE5}{(1+i)^3} \right\}$$

$$PRI = \frac{116.754,81}{1,10} + \frac{132.047,84}{1,21} + \frac{148.804,27}{1,331} + \frac{169.959,84}{1,4641} + \frac{190.384,79}{1,61051}$$

$$PRI = 106.140,74 + 109.130,45 + 111.798,85 + 116.084,86 + 118.213,98$$

Tabla 39. Periodo de recuperación de la inversión.

AÑO	FLUJO	FLUJO ACUMULADO
1	106.140,74	106.140,74
2	109.130,45	
3	111.798,85	
4	116.084,86	
5	118.213,98	
INVERSION INICIAL		132.921,77
ULTIMO FLUJO		109.130,45
POR RECUPERAR		26.781,03
PR: AÑOS		0,245403826 * 360 = 88 Días
PERIODO DE RECUPERACIÓN = 1 + 88= 1,88		

Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 1,88 días, es decir en un año y ochenta y ocho días se recupera la inversión.

4.1.4.7 Punto de Equilibrio.

El análisis del punto de equilibrio permitió determinar que los ingresos resultantes se igualan a los costos que se asocian con la venta de los productos indicando la viable rentabilidad de vender los productos.

$$Pe = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$Pe = \frac{82.588,39}{1 - \frac{21.843,90}{259.137,67}}$$

$$Pe = \frac{82.588,39}{1 - 0,084294575}$$

$$Pe = \frac{82.588,39}{0.915705425}$$

$$Pe = 90.191,00 //$$

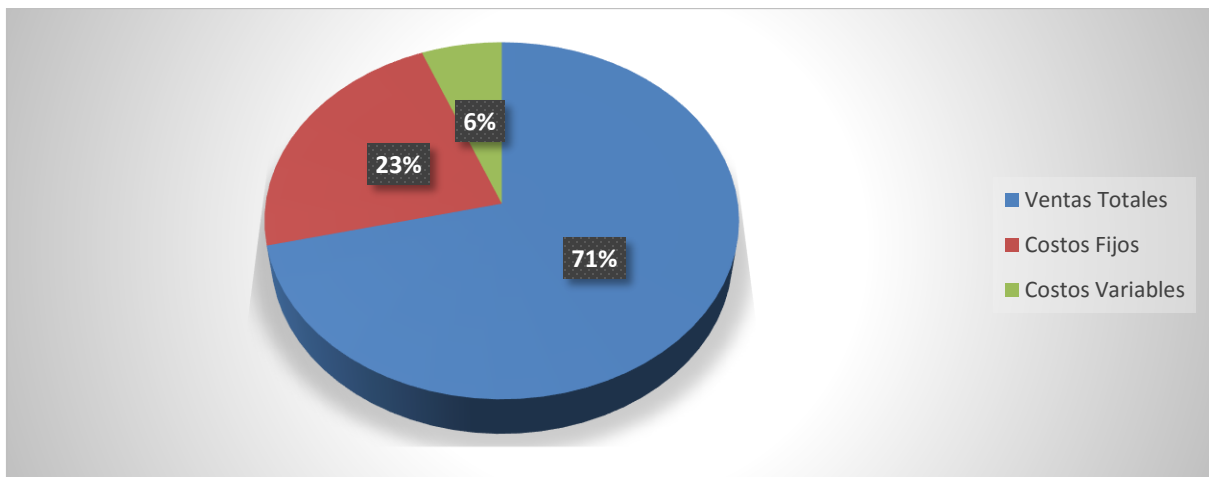
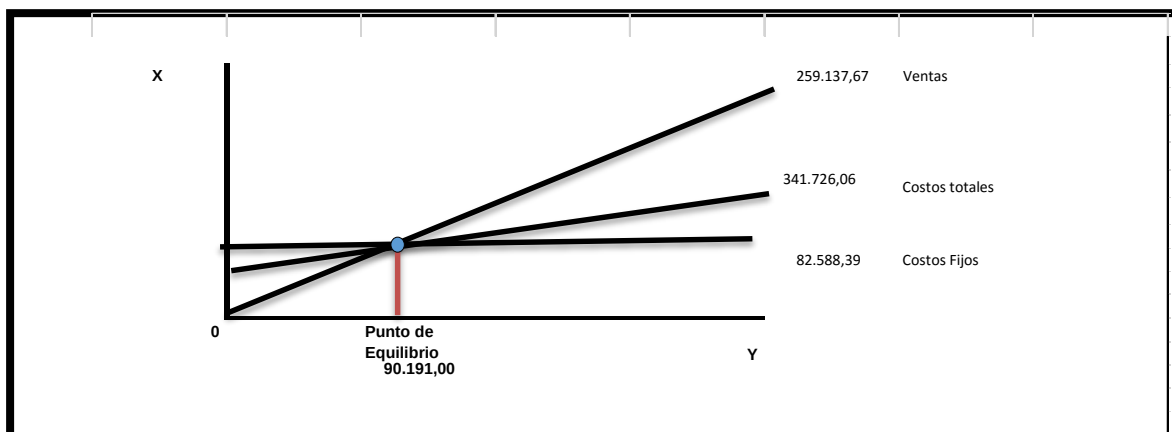


Figura 13. Punto de equilibrio



Fuente: Investigación del proyecto

Elaborado Por: La Autora

4.2 Discusión.

El actual estudio de factibilidad admitió establecer la creación de una empresa elaboradora de helados de frutas, con madres solteras de la parroquia San Camilo, ya que es un producto rentable y beneficiará a cada una de estas mujeres que emprendan en el desarrollo del proyecto, mediante la encuesta que se realizó se visualiza la necesidad insatisfecha de este producto, criterio que concuerda con Gabriel Baca Urbina (2010) en su libro evolución de proyecto, nos indica que el estudio de mercado permite determinar y cuantificar la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Mediante el estudio técnico del proyecto, se examinó la localización óptima de la planta, el tamaño, los equipos necesarios para el proceso de elaboración del producto, insumos necesarios y la mano de obra requerida, el terreno entre otros, que nos accede al educado funcionamiento de la empresa, el siguiente análisis acuerda con lo expuesto por Marcial Córdoba Padilla (2013) en su libro formulación y evaluación de proyecto mediante el cual nos indica que el estudio técnico de un proyecto busca responder las interrogantes básicas ¿Cuándo, cómo, porque y con que produciría mi empresa? De esta manera se diseña las funciones de producción óptima que perfeccione los recursos con los que se dispone para obtener el producto o servicio deseado.

El análisis económico – financiero realizado se determina mediante el estudio, los indicadores como son el VAN y la TIR son positivos nos permite dar seguridad de invertir en el presente proyecto, Gabriel Baca Urbina (2010) especifica que cuando el VAN es mayor a uno y la TIR es mayor que la tasa de oportunidad del mercado, el proyecto es factible y se puede tomar la decisión de invertir.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.

Mediante la información obtenida de las encuestas realizadas se llega a las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado realizado a las madres solteras y a la población de Quevedo, se pudo determinar la necesidad de emprendimiento y la aceptación sobre el consumo de helados, se logró establecer que existe una demanda insatisfecha por cubrir para el primer año de 488,939 helados de frutas, lo que justifica la ejecución del proyecto para la creación de la empresa elaboradora y comercializadora de helados de frutas dirigida por madres solteras.
- Por medio del estudio técnico, se determinó que la inversión total del proyecto es de \$132.921,77 para la adquisición la maquinaria, equipos, infraestructura, mano de obra y los insumos, cuarto frío para el proceso operativo de la empresa, la materia prima, así como la infraestructura física de la planta, además se determinó la localización y el tamaño óptimo de la empresa, el cual se realizará en terreno propio, para la creación de la empresa elaboradora y comercializadora de helados de frutas.
- En el análisis económico-financiero se logró determinar que la inversión es rentable, considerando que el VAN de \$ 428.447,10 es positivo, es decir que permite obtener rentabilidad sobre la inversión, generando valor económico para la empresa. Una TIR de 95% la misma que supera la tasa pasiva del financiamiento y se obtiene el rendimiento esperado que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 2,41 centavos de dólar, en donde el periodo de recuperación de la inversión es de un año y ochenta y ocho días, esto quiere decir que este proyecto es rentable por lo cual se considera viable para su ejecución.

5.2 Recomendaciones.

De acuerdo a las conclusiones se recomienda:

- Realizar estudios de mercado para tener conocimiento de la evolución de la demanda y sobre lo que perciben los consumidores del producto, que permitan realizar mejoras en calidad, sabores y publicidad para ampliar la comercialización de los productos de helados de frutas a nivel local y sectores aledaños.
- De acuerdo a la evolución de la demanda se recomienda aprovechar a futuro el estudio técnico realizado y ampliar la producción de helados aprovechando la capacidad instalada de la planta. Asimismo realizar un mantenimiento preventivo a la maquinaria que se utiliza para la elaboración de helados de frutas, de esta manera se asegura la inversión realizada y mantienen en constante innovación de acuerdo a las exigencias del mercado.
- En base a la viabilidad económica y financiera del proyecto se recomienda ponerlo en práctica y aprovechar los beneficios del mismo para que las madres solteras de la parroquia San Camilo cuenten con una oportunidad de emprendimiento. Se debe aprovechar que los indicadores financieros (VAN Y TIR), son positivos por lo que se recomienda a las madres solteras tomar la decisión en el corto plazo.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

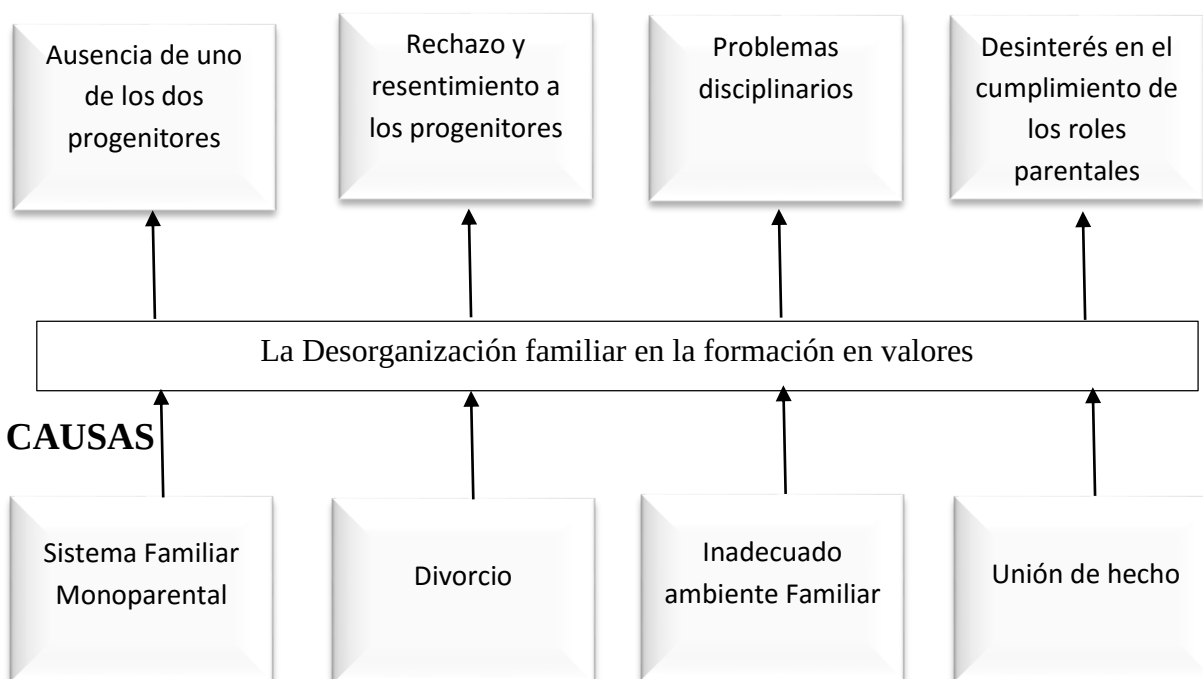
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw- Hill.
- Berghe, E. (2012). Gestión y gerencia empresariales. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Blanco, A. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos . Venezuela : Episteme.
- Castro, A. (2010). Proyecto de inversión . México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2010). Gestión del talento humano. México: Mc Graw - Hill.
- Dessler, G. (2011). Administración de recursos humanos . México: Pearson Ediciones.
- Di Bartolo, E. (2010). Guía para la elaboración de helados. Obtenido de Frutas y jugos:
<http://www.teknoar.com.ar/guiaelaboracionhelados.pdf>
- Flores Uribe, J. (2012). Plan de negocio. Bogotá: Ediciones de la U.
- Herrera, J. (2012). Proyectos, Enfoque Gerencial. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Idalberto, C. (2011). Planeación Estratégica. México: Mc Graw- Hill.
- INEC. (2010). Madres solteras censo 2010. Obtenido de Madres solteras en Ecuador:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones.pdf>.
- Mantelo, S. (Abril de 2011). Introducción y comercialización de helados. Obtenido de Aspectos químicos:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1419/1/102T0006.pdf>
- Martínez, H. (2010). Responsabilidad Social y Ética Empresarial. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Miranda, J. (2012). Gestión de Proyectos . Bogotá : MM Editores.
- Moncá, B., Jociles, M. & Rivas, A. (2011). Madres solteras por elección: representaciones sociales y modelo de legitimación. Nueva Antropología, 73.
- Mundy, R. (2010). Administración de Recursos Humanos. México: Pearson Educación .
- Orosco, J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Padilla, M. (2013). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Regueiro, D. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Michigan.
- Rojas López, M. (2011). Planeación Estratégica. Bogotá: Ediciones de la U. .
- Sapag, N. (2010). Proyectos de inversión formulación y evaluación . México: Pearson .
- Torres, M. (2010). Precio Unitario. Villahermosa Tabasco: ISBN.
- Valencia, L. (2010). Como aplicar la planeación a la pequeña y mediana empresa. . México: Copyright International Thomson Editores.
- Velez, G. (2013). Proyectos, Formulación, Evaluación y Control. Cali: AC. Editores.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1 Anexo 1. Diagrama de causa - efecto

EFFECTOS



7.2 Anexo 2. INEC

FICHA DE CIFRAS GENERALES													
CANTÓN	• Cantón QUEVEDO, Provincia de LOS RÍOS se encuentra en la Zona 5 de planificación.												
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	 												
	• El cantón QUEVEDO cuenta con 3 parroquias.												
	• Representa el 4.2% del territorio de la provincia de LOS RÍOS (aproximadamente 0.3 mil km2).												
INDICADORES ECONÓMICOS	<table> <tr> <td>Población:</td><td>173.6 mil hab. (22.3% respecto a la provincia de LOS RÍOS).</td></tr> <tr> <td>Urbana:</td><td>86.9%</td></tr> <tr> <td>Rural:</td><td>13.1%</td></tr> <tr> <td>Mujeres:</td><td>50.0%</td></tr> <tr> <td>Hombres:</td><td>50.0%</td></tr> <tr> <td>PEA:</td><td>50.1% (23.4% de la PEA de la provincia de LOS RÍOS)</td></tr> </table>	Población:	173.6 mil hab. (22.3% respecto a la provincia de LOS RÍOS).	Urbana:	86.9%	Rural:	13.1%	Mujeres:	50.0%	Hombres:	50.0%	PEA:	50.1% (23.4% de la PEA de la provincia de LOS RÍOS)
Población:	173.6 mil hab. (22.3% respecto a la provincia de LOS RÍOS).												
Urbana:	86.9%												
Rural:	13.1%												
Mujeres:	50.0%												
Hombres:	50.0%												
PEA:	50.1% (23.4% de la PEA de la provincia de LOS RÍOS)												

7.3 Anexo 3. Muestra de madres solteras



7.4 Anexo 4. Maquinarias

Maquinaria y Equipos	
1	Cuarto Frio 
2	Licuada Industrial 
2	Batidora Industrial 
2	Balanza Electrónica  Precios €

7.5 Anexo 5. Encuestas dirigidas a las madres solteras

Encuesta dirigida a las madres solteras de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo.

1.- ¿Cree usted que las madres solteras pueden crear una empresa?

Sí _____ No _____

2.- ¿Cree usted que pueden aportar con \$74,05 para el emprendimiento en estudio?

Sí _____ No _____

3.- ¿Tiene usted alguna experiencia con emprendimiento en algún negocio?

Sí _____ No _____

4.- ¿Considera usted como buena oportunidad para una madre soltera emprender en una microempresa que le genere ingresos económicos?

Sí _____ No _____

5.- ¿Cree usted que es indispensable contar con capital, experiencia y relaciones personales para tener éxito en un negocio?

Sí _____ No _____

6.- ¿Cuántos hijos tiene?

Uno _____ Dos _____ Tres _____ Cuatro _____

7.- ¿Ha recibido ayuda de alguna institución pública (bono de desarrollo humano)??

Sí _____ No _____

8.- ¿Indique en cuál de las siguientes opciones le gustaría emprender como un negocio que le genere bienestar económico?

Huertos familiares	_____
Producción de abono orgánico	_____
Producción de helados a base de frutas de la zona	_____
Planta recicladora de plásticos	_____
Taller de costuras	_____

9.- ¿Estaría dispuesta a ser parte de una empresa elaboradora de helados de frutas, con madres solteras de la parroquia San Camilo, para producir y comercializar helados?

Sí _____ No _____

10.- ¿Considera que la creación de una empresa para el emprendimiento de madres solteras es?

Excelente _____ Muy buena _____ Buena _____ No me interesa _____

7.6 Anexo 6. Encuesta dirigida a la población

Encuesta dirigida a la población del cantón para conocer la aceptación de la nueva empresa que emprenderían las madres solteras de la parroquia San Camilo.

1.- ¿Consume usted helados?

Sí _____ No _____

1. ¿Con qué frecuencia consume usted helados en general?

Todos los días _____

Pasando un día _____

Una vez a la semana _____

Una vez cada quince días _____

Una vez al mes _____

3.- ¿Si se ofrece en el mercado un helado a base de jugos de frutas tropicales y crema de chantilly estaría dispuesto a probarlo?

Sí _____ No _____

4.- ¿Cuáles serían sus sabores preferidos que le gustaría para esta clase de helados?

Sandia_____ Coco_____ Guanábana_____ Mango_____

Naranja_____ Mandarina_____ Piña_____ Badea_____

5.- Cual es el lugar de preferencia para consumir helados

Tiendas del barrio _____ Cafeterías _____ Heladerías _____

6.- ¿Considera usted que la publicidad de helados genera un impulso de compra?

Sí _____ No _____

7. ¿Qué tipo de publicidad llama más su atención?

Radio _____ Afiches _____ Volantes _____

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?

0.65 ctvo. _____ 0.70 ctvo. _____ 0.75 ctvo. _____

9.- ¿El contenido de azúcar de los helados es para usted?

Sumamente importante _____

Muy importante _____

No muy importante _____

Nada importante _____

10.- ¿Cuál es la razón por la cual compra helados?

El sabor _____ El precio _____ El empaque _____

7.7 Anexo 7. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a las madres solteras.

1.- ¿Cree usted que las madres solteras pueden crear una empresa?

Tabla 40. Madres solteras que pueden crear una empresa.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	359	100%
No	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

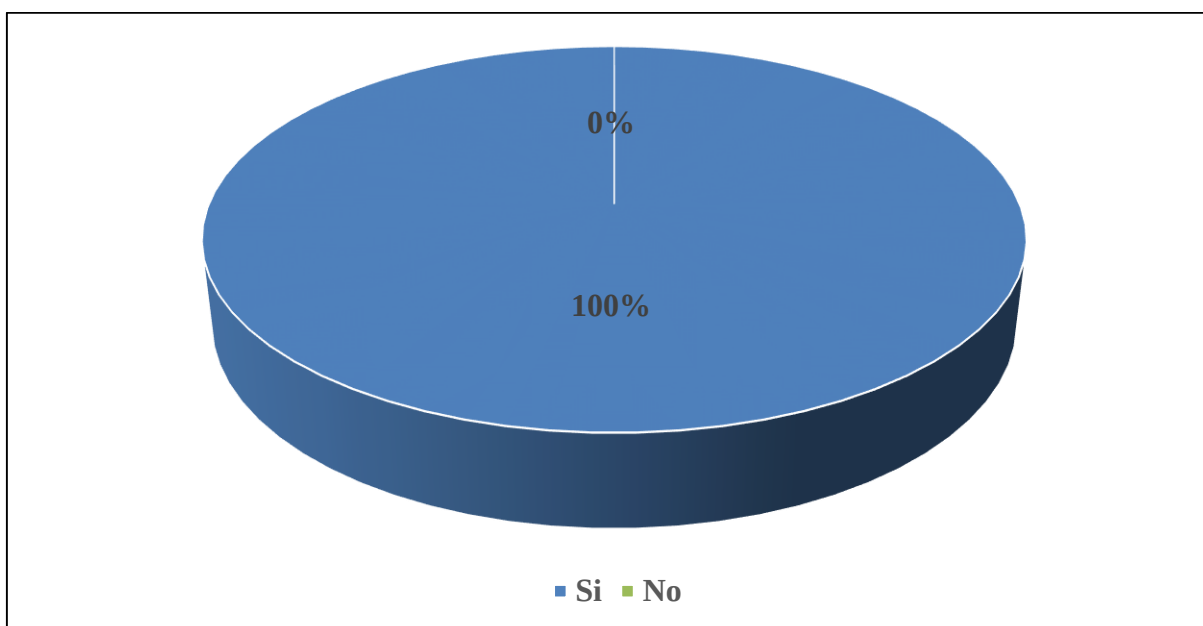


Figura 14. Madres solteras que pueden crear una empresa.

Análisis:

Como se puede apreciar en el gráfico uno, el 100% de las encuestadas contestaron que si pueden crear una empresa.

2.- ¿Cree usted que pueden aportar con \$74,05 para el emprendimiento en estudio?

Tabla 41. Aporte de madres solteras para la ejecución del proyecto.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	359	100%
No	0	0%
Por qué	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

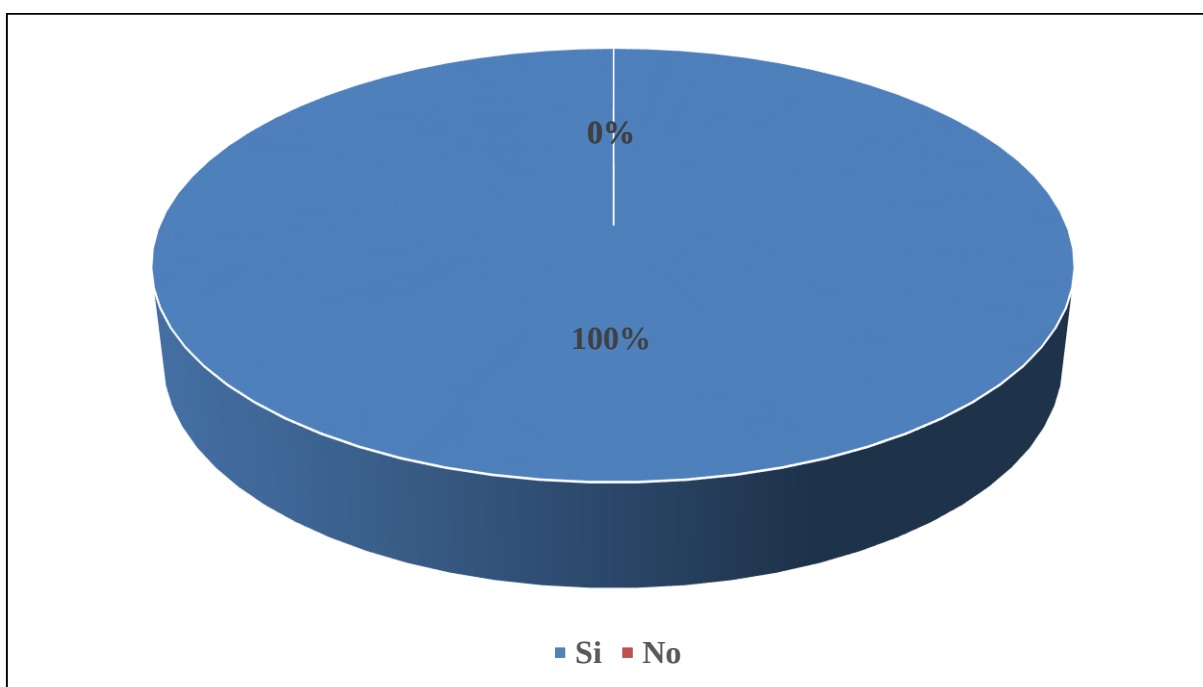


Figura 15. Aporte de madres solteras para la ejecución del proyecto.

Análisis:

En la encuesta realizada a la parroquia San Camilo para conocer si las madres solteras pueden aportar con \$74,05 para completar el 20% del monto de la inversión que es financiada con recursos propios para la ejecución del proyecto el 100% indicó que sí.

3.- ¿Tiene usted alguna experiencia con emprendimiento en algún negocio?

Tabla 42. Experiencia en negocios.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	305	85%
No	54	15%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado Por: La Autora.

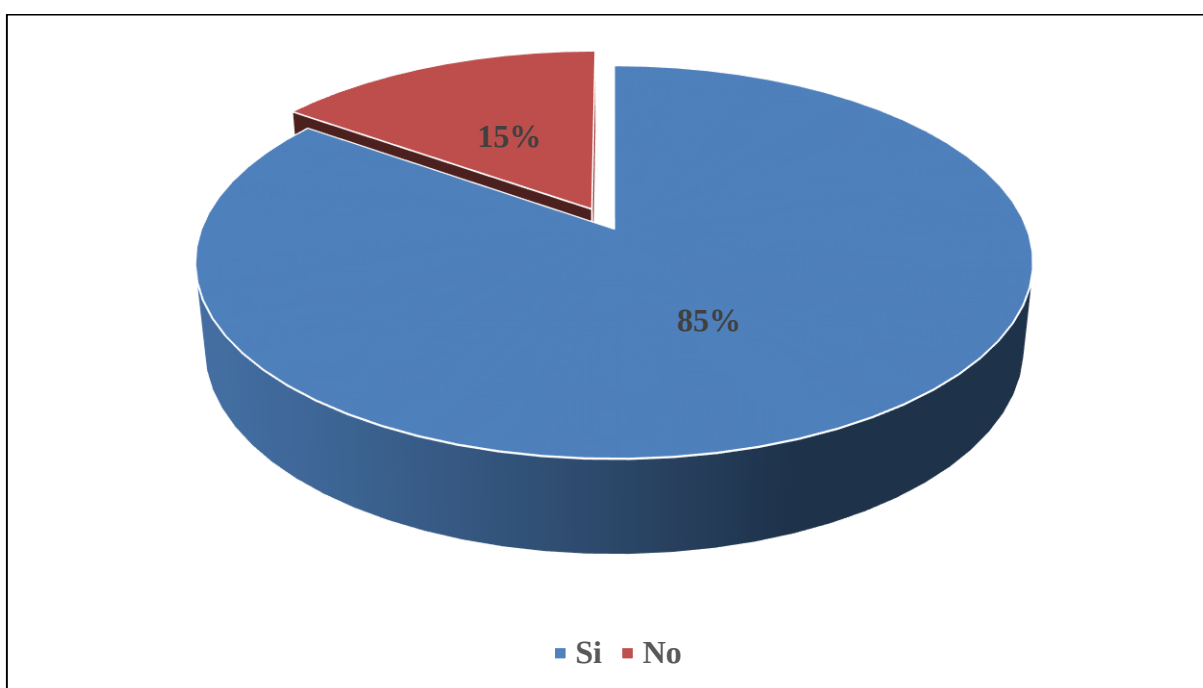


Figura 16. Experiencia en negocios.

Análisis:

En el estudio de mercado realizado para conocer las prácticas que tienen las madres solteras en relación a los negocios el 85% indicaron que si tienen experiencia y el 15% que no.

4.- ¿Considera usted como buena oportunidad para una madre soltera emprender en una microempresa que le genere ingresos económicos?

Tabla 43. Considera como gran oportunidad emprender en una microempresa

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	359	100%
No	0	0%
Por qué	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado Por: La Autora.

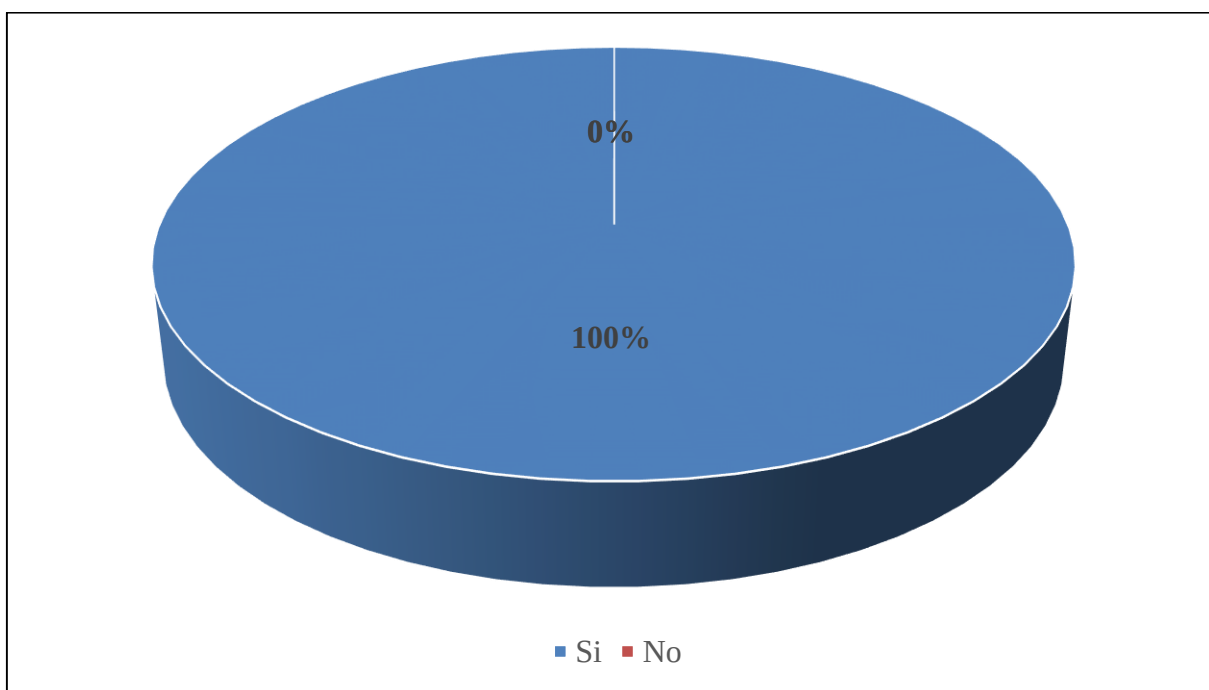


Figura 17. Considera como una gran oportunidad de emprender una microempresa

Análisis:

En la investigación que se realizó para conocer si es una gran oportunidad para que las madres solteras emprendan en formación de una microempresa indicaron con el 100% que sí.

5.- ¿Cree usted que es indispensable contar con capital, experiencia y relaciones personales para tener éxito en un negocio?

Tabla 44. Cree que es importante contar con estas características

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	359	100%
No	0	0%
Por qué	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

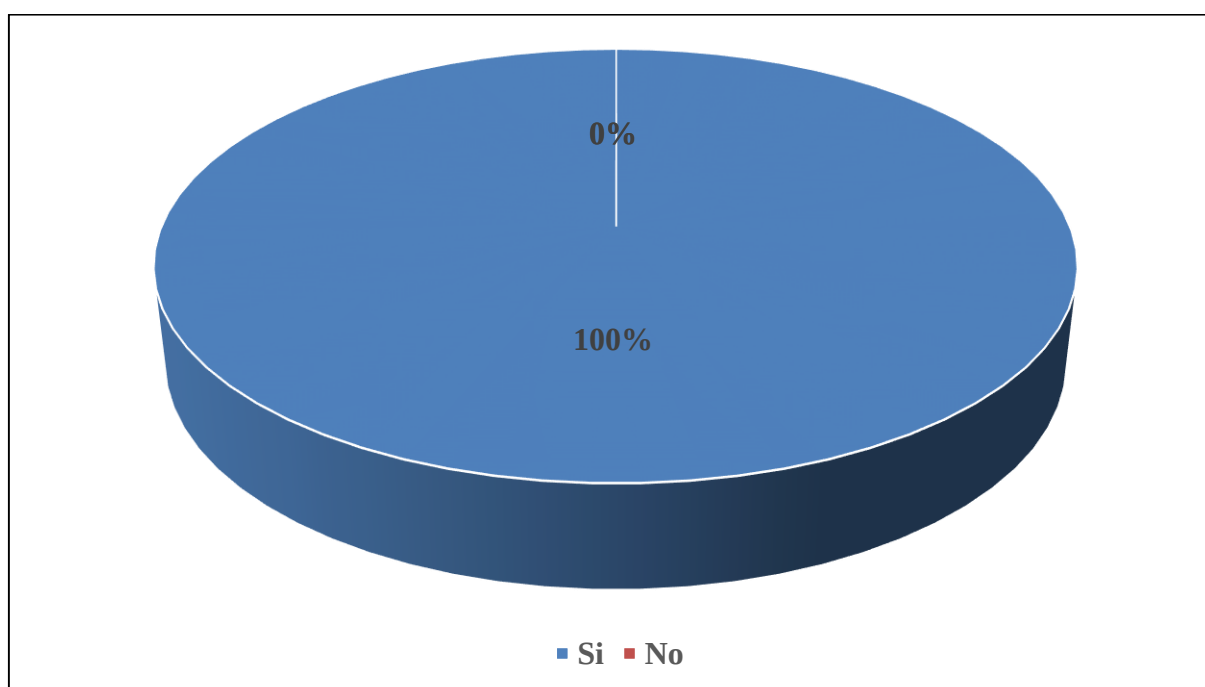


Figura 18. Cree que es importante contar con estas características.

Análisis:

En la investigación de mercado realizado se consideró muy importante conocer si es necesario contar con las experiencias y con capital propio el 100% indican que sí.

6.- ¿Cuántos hijos tiene?

Tabla 45. Número de Hijos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Uno	216	60%
Dos	96	27%
Tres	34	9%
Cuatro	13	4%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

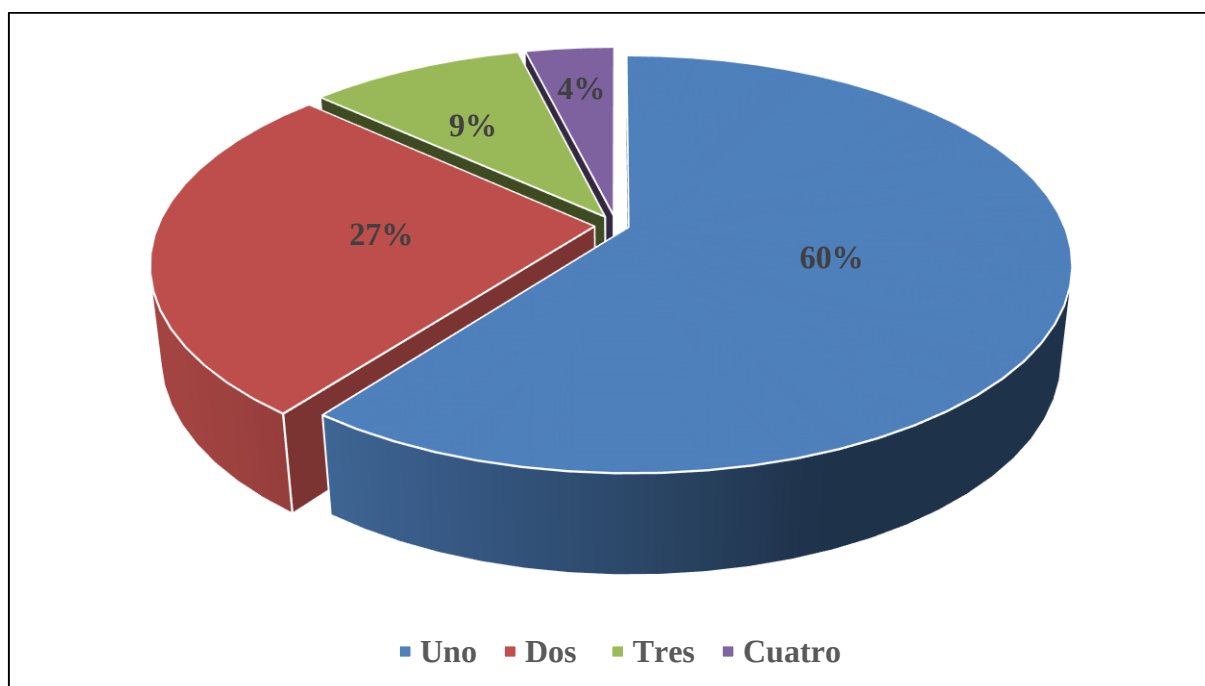


Figura 19. Número de hijos.

Análisis:

En la investigación se consideró importante conocer la carga familiar que tienen las madres solteras de la parroquia San Camilo el 60% indicaron un hijo, el 27% dos, el 9% tres y el 4% cuatro.

7.- ¿Ha recibido ayuda de alguna institución pública (bono de desarrollo humano)?

Tabla 46. Recibió ayuda de institución pública.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	216	60%
No	143	40%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

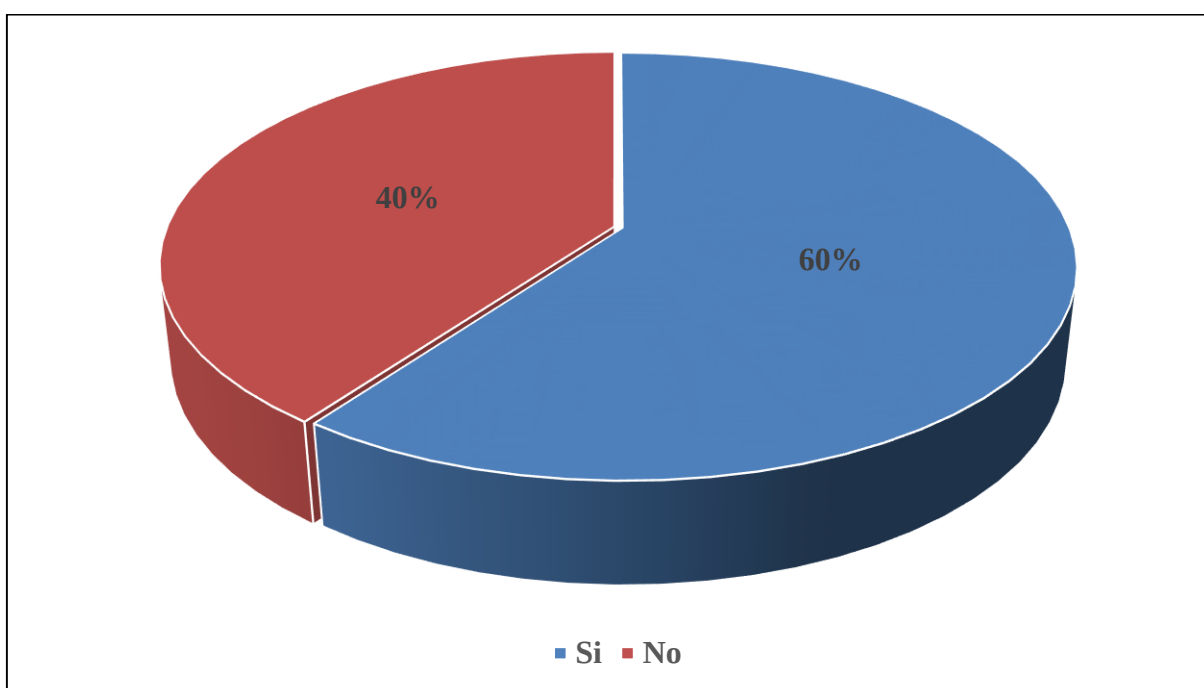


Figura 20. Recibió ayuda de institución pública.

Análisis:

En la investigación realizada en la parroquia San Camilo para conocer si las madres solteras han recibido ayuda por parte de las instituciones públicas el 60% dice que si han recibido el Bono de Desarrollo Humano y el 40% no han tenido ayuda.

8.- ¿Indique en cuál de las siguientes opciones le gustaría emprender un negocio que le genere bienestar económico?

Tabla 47. En qué negocio le gustaría emprender.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Huertos familiares	89	25%
Producción de abono orgánico	16	4%
Producción de helados a base de frutas de la zona	195	54%
Planta recicladora de plásticos	23	7%
Taller de costuras	36	10%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: La Autora.

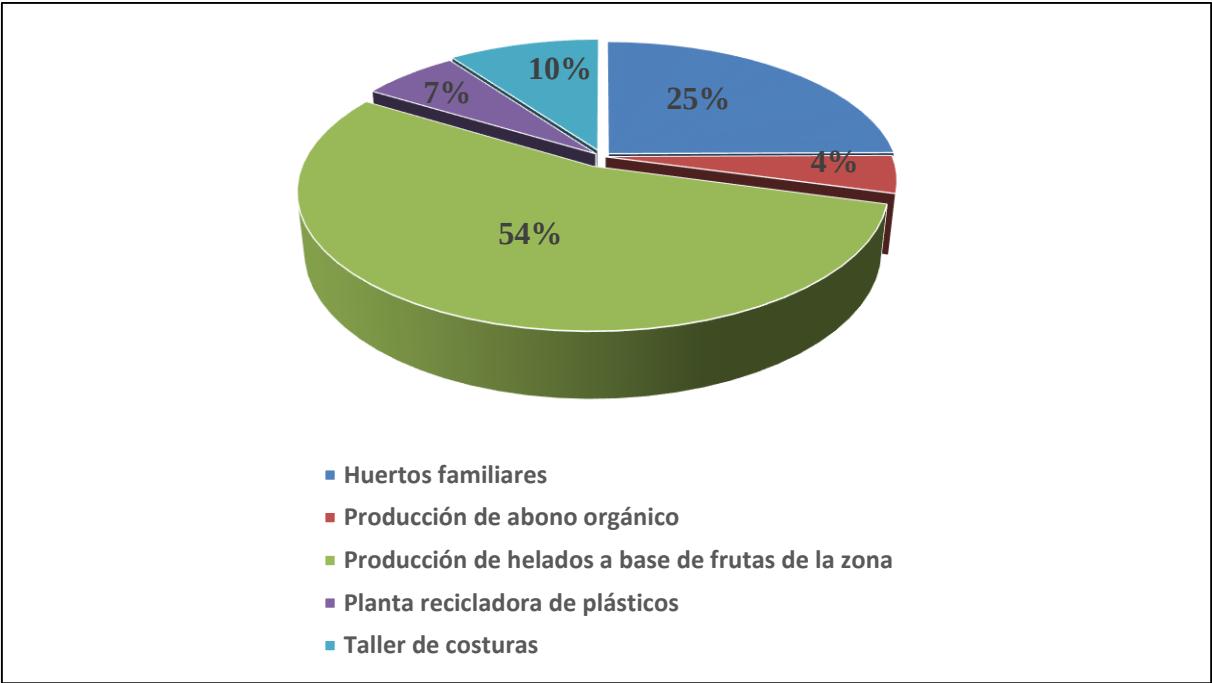


Figura 21. Tipo de negocio de emprendimiento.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada para conocer en qué les gustaría emprender a las madres solteras el 54% indican microempresa que elabore helados de la zona, el 25% huertos familiares, el 10% taller de costura, el 7% plantas recicladoras de plásticos y el 4% producción de abono orgánico.

9.- ¿Estaría dispuesta a ser parte de una empresa elaboradora de helados de frutas, con madres solteras de la parroquia San Camilo, para producir y comercializar helados?

Tabla 48. Le gustaría ser parte de una empresa elaboradora de helados.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	359	100%
No	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

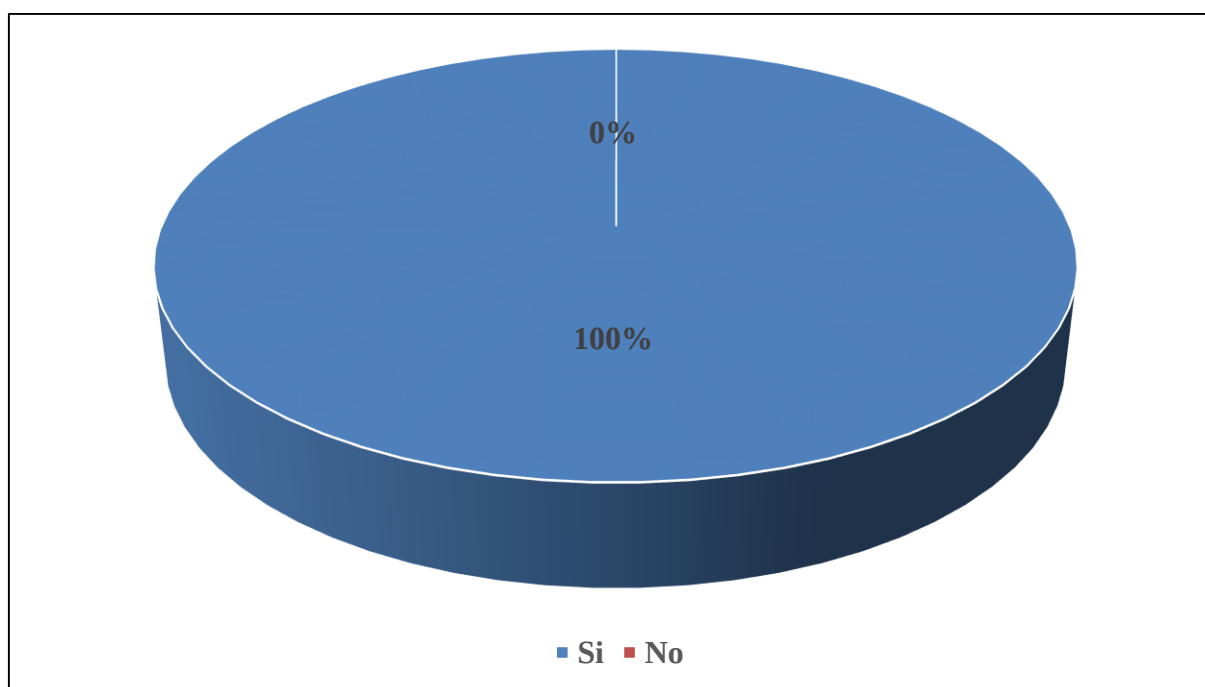


Figura 22. Formar parte de una empresa asociativa.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a las madres solteras de la parroquia San Camilo el 100% dice que si les gustaría ser parte de una microempresa asociativa.

10.- Considera que la creación de una empresa para el emprendimiento de madres solteras es:

Tabla 49. Como considera la creación de una empresa.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Excelente	290	81%
Muy buena	42	11%
Buena	27	8%
No me interesa	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

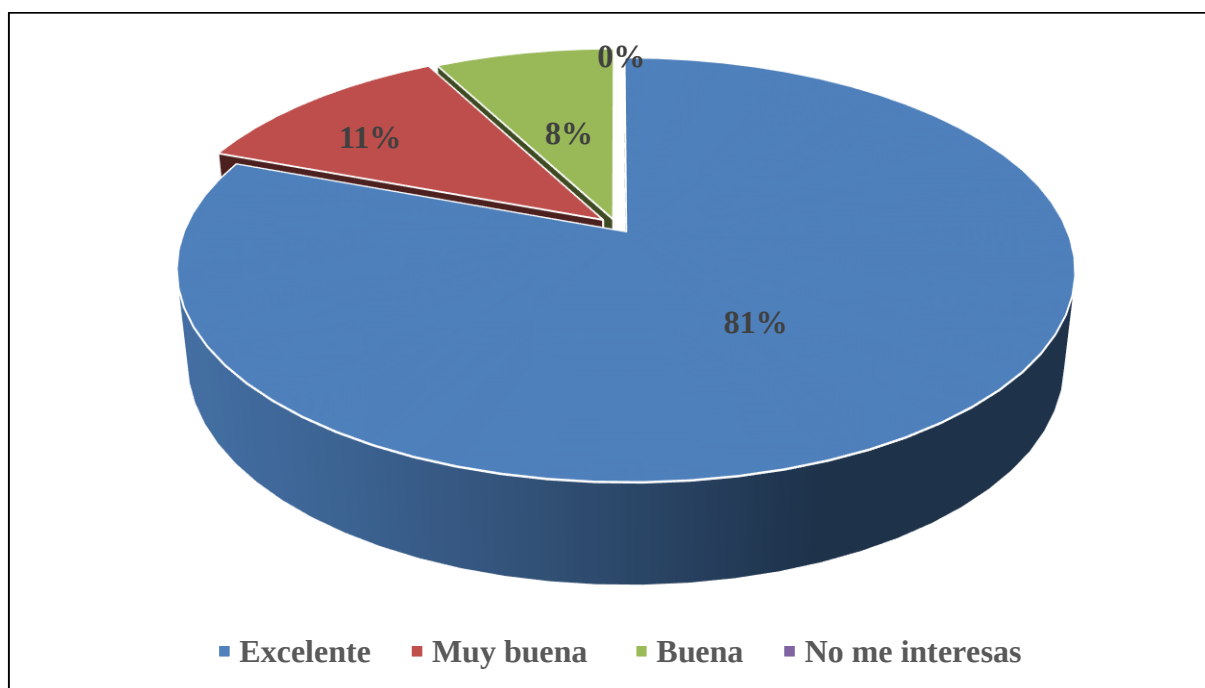


Figura 23. Como considera la creación de una empresa.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada en la parroquia San Camilo a las madres solteras para conocer como considera la creación de una microempresa el 81% excelente, el 11% muy buena, el 8% buena y el 0% no le interesa.

7.8 Anexo 8. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a la población de Quevedo para conocer si consumiría el producto que elaborarían las madres solteras de la parroquia San Camilo.

1.- ¿Consume usted helados?

Tabla 50. Consume helados.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	310	78%
No	89	22%
Total	399	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

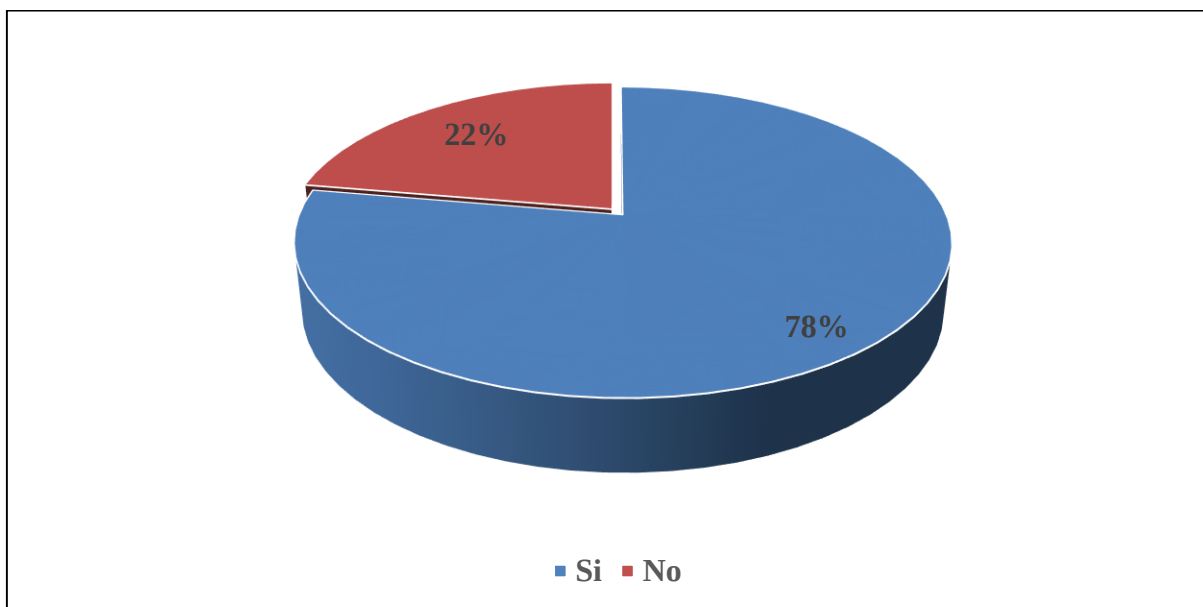


Figura 24. Consumo de helados.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a la población es necesario conocer la aceptación del consumo de helados el 78% indicaron que si consume el 22% que no.

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted helados en general?

Tabla 51. Frecuencia del consumo de helados.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Todos los días	5	2%
Pasando un día	12	4%
Una vez a la semana	214	69%
Una vez cada 15 días	45	14%
Una vez al mes	34	11%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Autora.

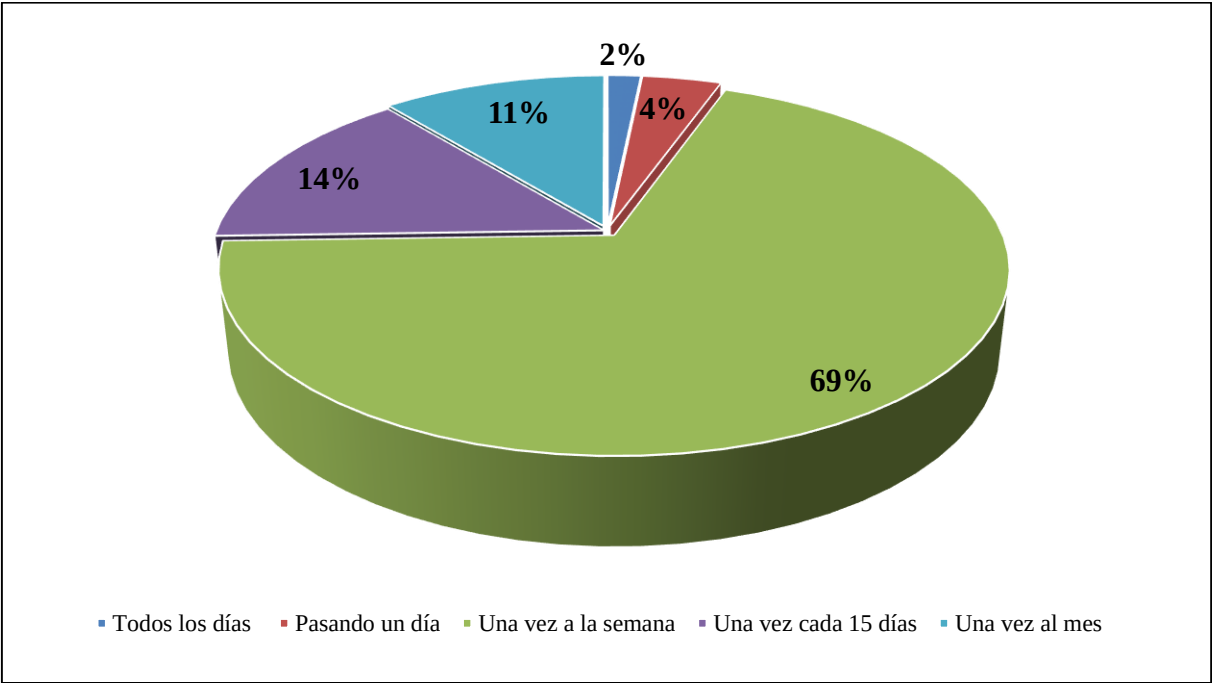


Figura 25. Frecuencia del consumo de helados.

Análisis:

El gráfico muestra que el 69% de la población tiene la tendencia de consumir helados una vez a la semana, mientras que el 14% una vez cada 15 días, el 11% consume helado una vez al mes, el 4% consume helados pasando un día y el 2% restante consume helados todos los días.

3.- ¿Si se ofrece en el mercado un helado a base de frutas tropicales y crema de chantilly estaría dispuesto a probarlo?

Tabla 52. Aceptación del helado.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	275	89%
No	35	11%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

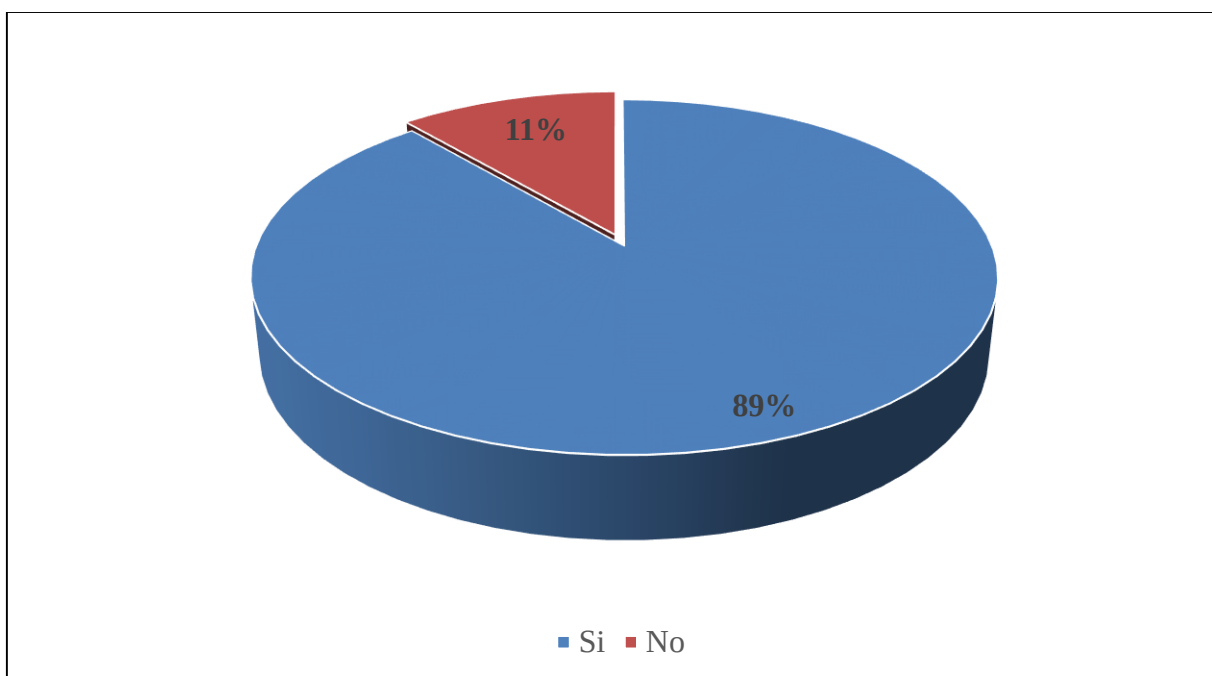


Figura 26. Aceptación del helado.

Análisis:

Mediante la investigación realizada a la población para conocer la aceptación del producto el 89% dijo que si consumiría el producto y el 11% que no probaría.

4.- ¿Cuáles serían sus sabores preferidos que le gustaría para esta clase de helados?

Tabla 53. Sabores preferidos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Sandia	75	24%
Coco	45	15%
Guanábana	43	14%
Mango	35	11%
Naranja	15	5%
Mandarina	20	6%
Piña	34	11%
Badea	43	14%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Autora.

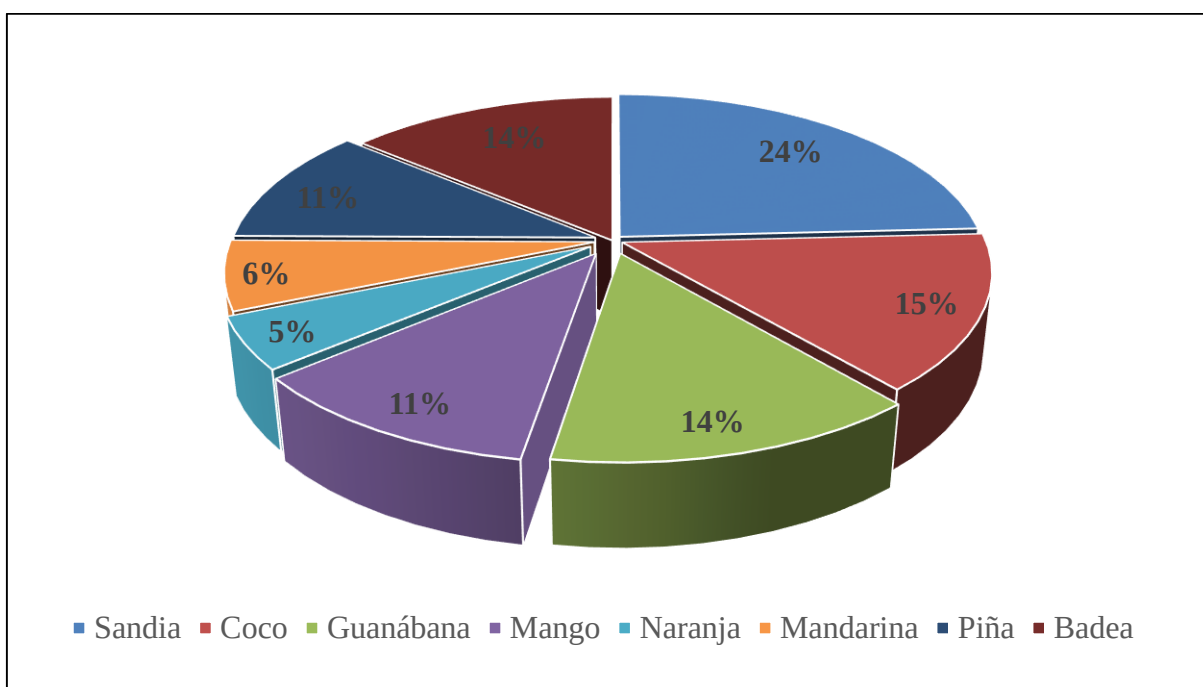


Figura 27. Sabores preferidos.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada para conocer los sabores preferidos por parte de la población con el 24% Sandia, el 15% coco, el 14% guanábana, el 14% badea, el 11% piña, el 11% mango, el 6% mandarina y el 5% naranja.

5.- ¿Cuál es el lugar de preferencia para consumir helados?

Tabla 54. Lugar de preferencia.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Tiendas del barrio	270	87%
Cafeterías	15	5%
Heladerías	25	8%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

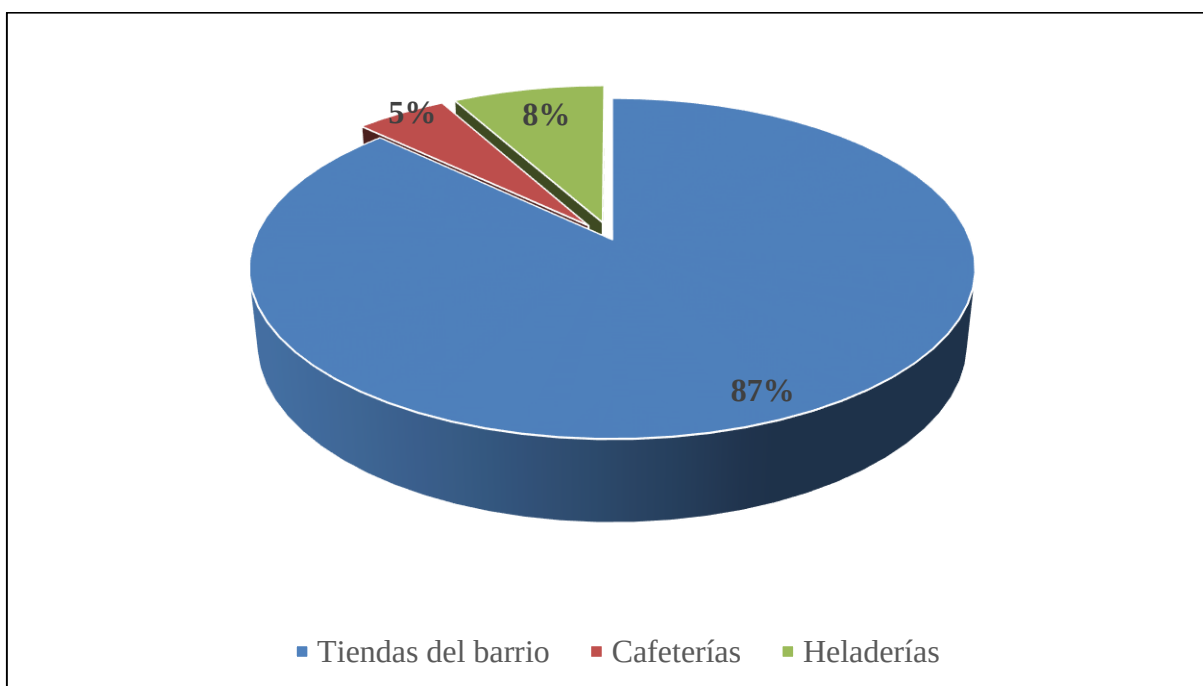


Figura 28. Lugares de preferencia.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a la población del cantón los lugares de preferencia donde adquieren el producto el 87% en las tiendas de barrios, el 8% heladerías y el 5% en cafeterías.

6.- ¿Considera usted que la publicidad de helados genera un impulso de compra?

Tabla 55. La publicidad genera impulso de compra.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
No	45	15%
Si	265	85%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

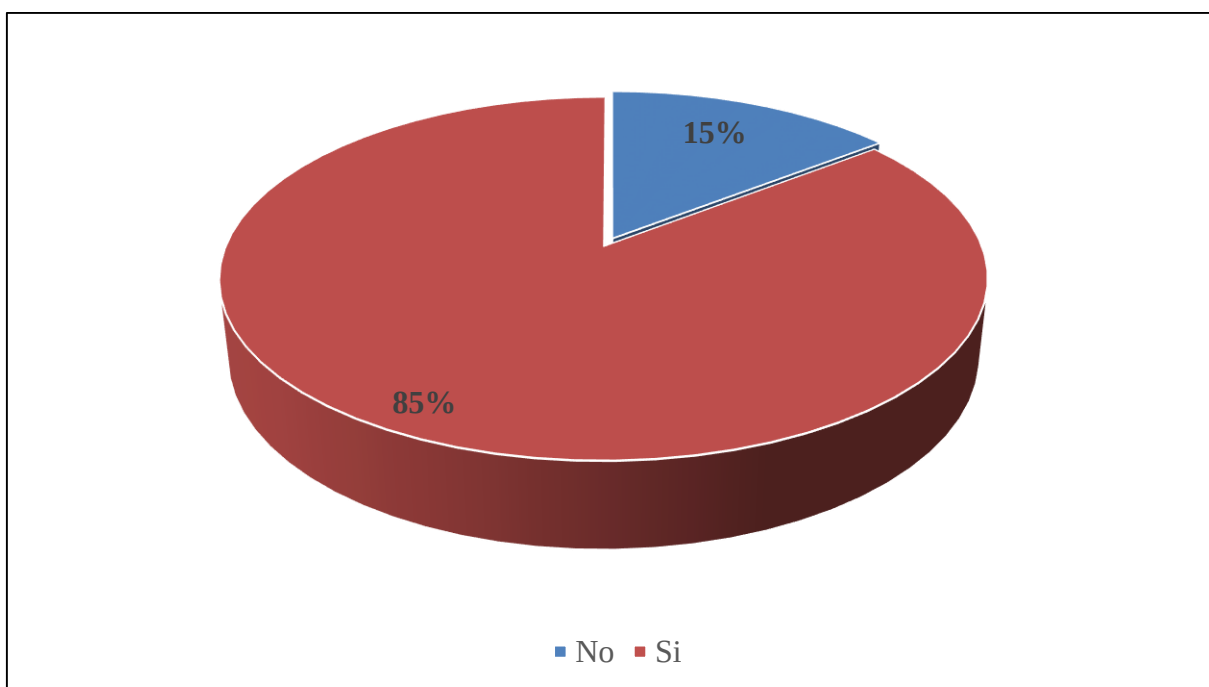


Figura 29. La publicidad genera impulso de compra.

Análisis:

En la investigación de mercado para conocer si la publicidad es importante sobre los productos el 85% considera que, si es importante, el 15% no.

7.- ¿Qué tipo de publicidad llama más su atención?

Tabla 56. Publicidad que más atrae.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Radio	234	75%
Afiches	45	15%
Volantes	31	10%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

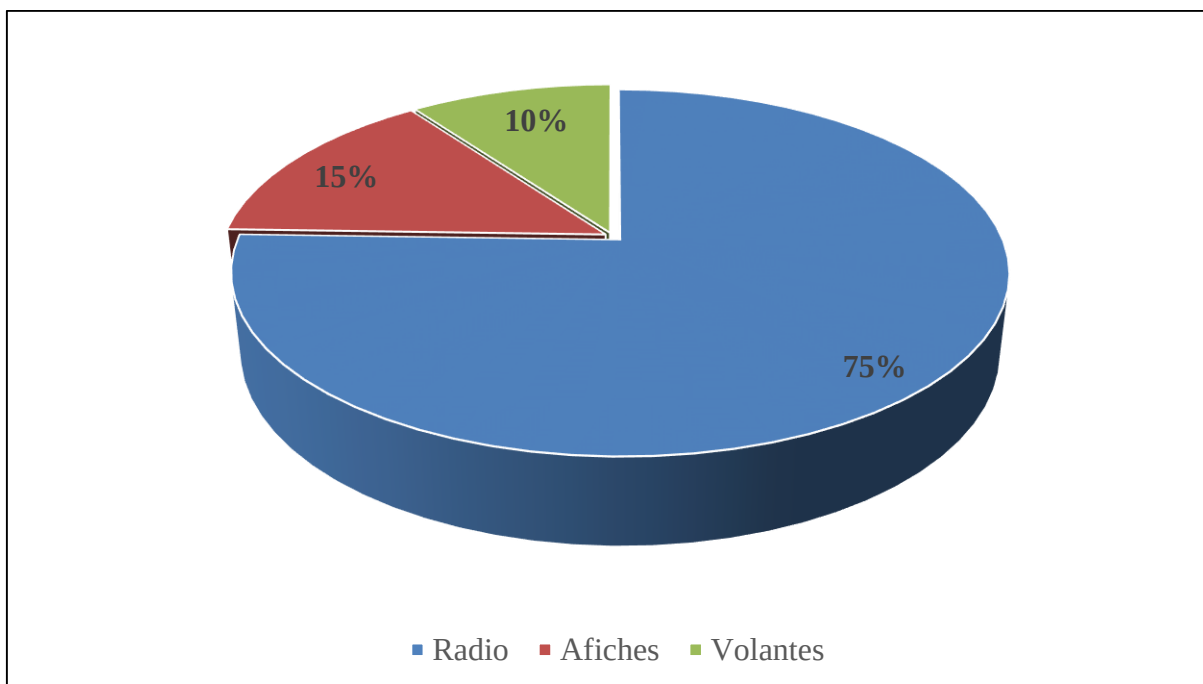


Figura 30. Publicidad que más atrae.

Análisis:

En la investigación de mercado es de suma importancia conocer qué tipo de publicidad es la que tiene más acogida con el 75% publicidad radial, el 15% afiches y el 10% volantes.

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?

Tabla 57. Precio a pagar.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
0.65 ctvos.	258	83%
0.70 ctvos.	28	9%
0.75 ctvos.	24	8%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

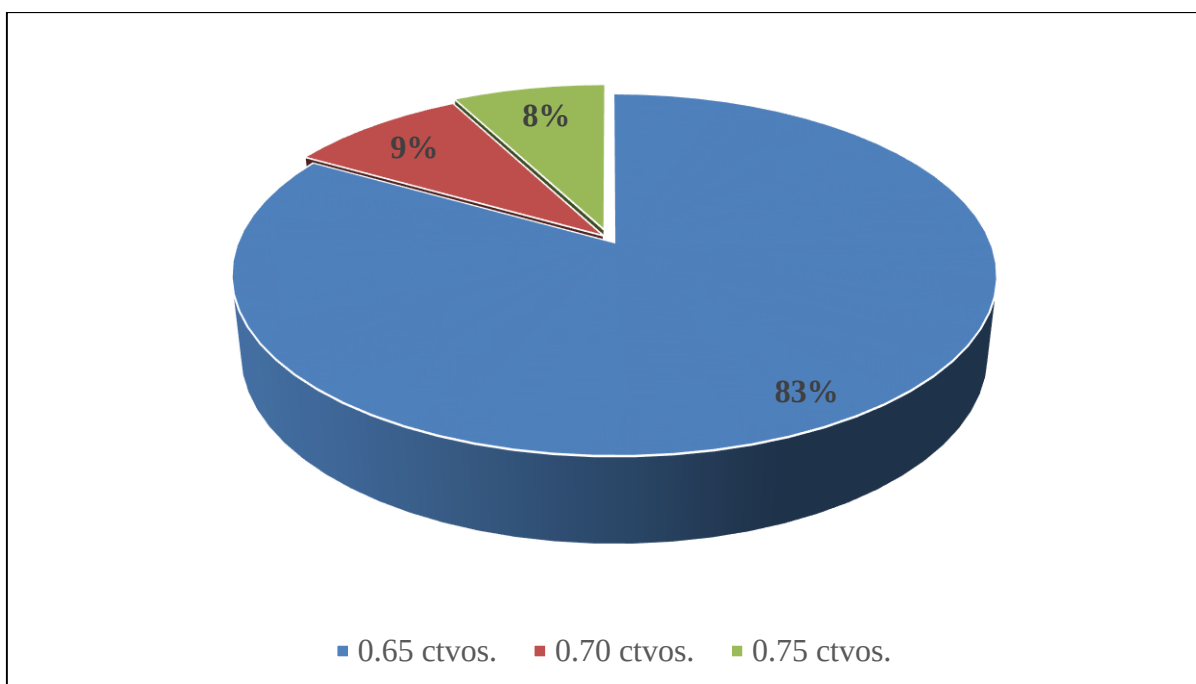


Figura 31. Precio a pagar.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a la población para conocer el precio que estaría dispuesto a pagar el 83% indica que pagaría \$ 0.65 ctvos, el 9% \$ 0.70 ctvos y el 8% \$ 0.75% ctvos.

9.- ¿El contenido de azúcar de los helados es para usted?

Tabla 58. El contenido de azúcar es:

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Sumamente importante	136	44%
Muy importante	113	36%
No muy importante	42	14%
Nada importante	19	6%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

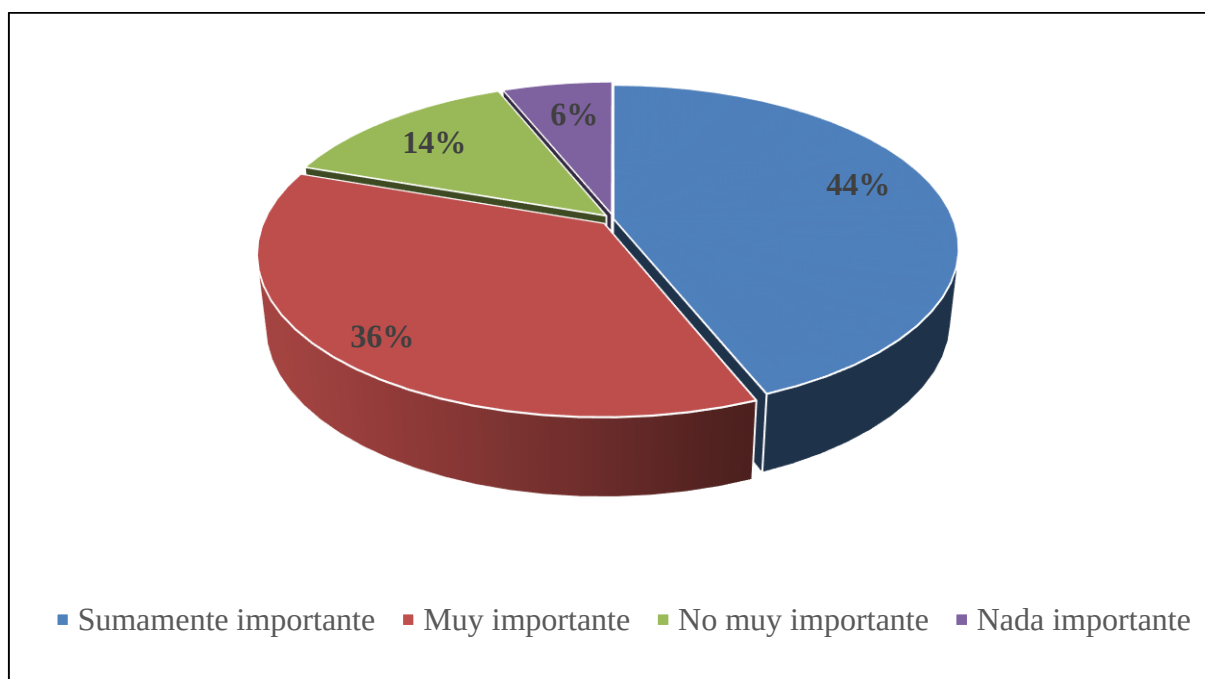


Figura 32. El contenido de la azúcar.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a la población para conocer la importancia que tiene el azúcar para los helados el 44% indican que es sumamente importante, el 36% muy importante, el 14% no muy importante y el 6% nada importante.

10.- ¿Cuál es la razón por la que usted compra helados?

Tabla 59. Razón por que compra helados

Detalle	Cantidad	Porcentaje
El sabor	263	85%
El precio	30	10%
El empaque	17	5%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora.

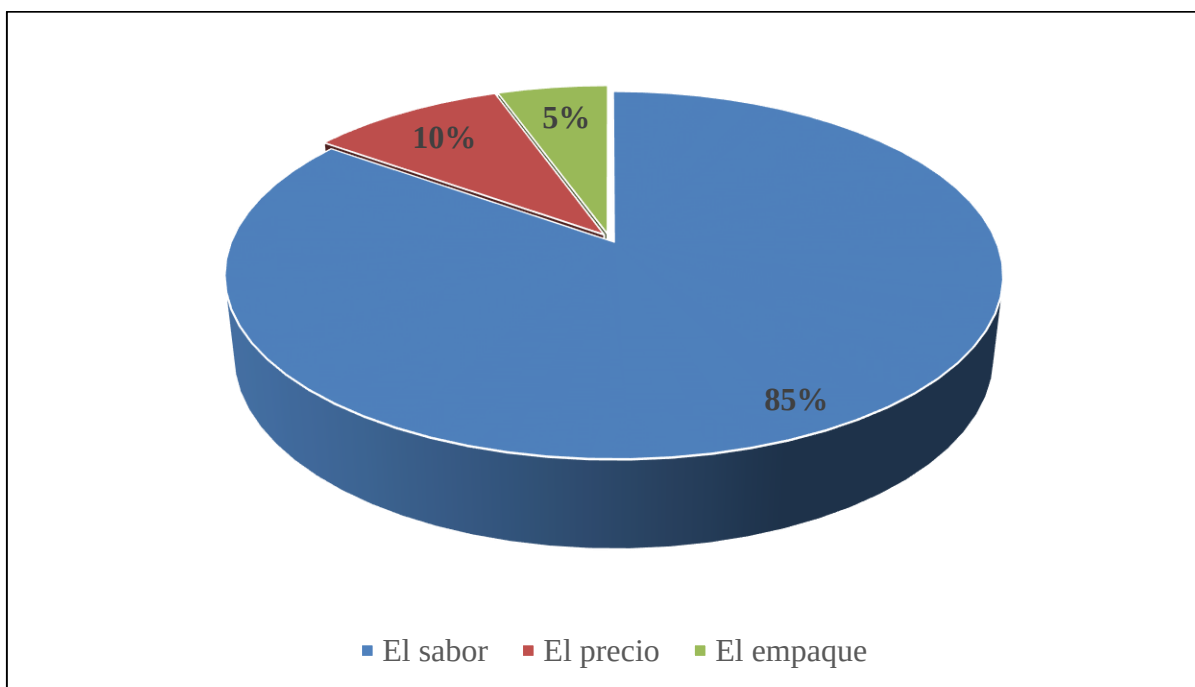


Figura 33. Razón por que compra helados.

Análisis:

En la investigación de mercado realizada a la población para conocer las razones por que adquieren los productos el 85% por su sabor, el 10% el precio y el 5% su empaque.

Tabla 60. Cálculo de la población del Cantón Quevedo

Año	Total de población
2006	157.502
2007	161.375
2008	165.343
2009	169.409
2010	173.575
2011	177.914
2012	182.362
2013	186.921
2014	191.781
2015	196.769

Fuente: INEC

Elaborado Por: La Autora

Tabla 61. Demanda histórica del Cantón Quevedo

Año	Personas que consumen helados
2006	122.852
2007	125.873
2008	128.968
2009	132.139
2010	135.389
2011	138.773
2012	142.242
2013	145.798
2014	149.589
2015	153.480

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado Por: La Autora