



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL**

Tesis de Grado, previo a la  
obtención del Título de Ingeniera  
en Gestión Empresarial.

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO DE UNA  
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS  
DE SOYA PARA LA CIUDAD DE QUEVEDO 2013”.

**AUTORA:**

COELLO ANCHUNDIA GABRIELA ESTEFANÍA

**DIRECTORA:**

ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA, M.Sc.

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2014**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL**

Tesis de Grado, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE SOYA PARA LA CIUDAD DE QUEVEDO 2013”.

**AUTORA:**

COELLO ANCHUNDIA GABRIELA ESTEFANÍA

**DIRECTORA:**

ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA, M.Sc.

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2014**



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

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE SOYA PARA LA CIUDAD DE QUEVEDO 2013”.**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial

Aprobado:

---

LCDO. BOLÍVAR YEPÉZ JANÉZ, M.Sc.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

ING. CARLOS VILLACÍS LAINEZ, M.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

ING. FREDDY BUSTAMANTE VERA, M.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

**QUEVEDO—ECUADOR**

**2014**

## CERTIFICACIÓN

La suscrita, **ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA, MSC.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **COELLO ANCHUNDIA GABRIELA ESTEFANÍA**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE SOYA PARA LA CIUDAD DE QUEVEDO 2013**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA, MSC.**

**DIRECTORA**

## **DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **COELLO ANCHUNDIA GABRIELA ESTEFANÍA** 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.

---

**EGDA. COELLO ANCHUNDIA GABRIELA ESTEFANÍA**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios le agradezco por el don de la vida porque es él quien nos permite seguir en pie en este mundo, para cumplir todos nuestros objetivos en esta vida temporal.

A cada uno de los que son parte de mi familia a mi madre Bárbara Anchundia, a mi hermano Axel Triviño, a mi novio Miguel Villón por haberme ayudado y dado consejos cuando lo necesitaba, a mis tíos Ceferino, Carlos, Silvano, Carmen, Lucila, Elfa, Delicia quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica y siempre haberme dado fuerza.

Por último a mi Director de Tesis quien me ayudó en todo momento Ing. Birmania Velasco, a todos los profesores que en todo el ciclo académico impartieron sus conocimientos y enseñanzas, a mis compañeros por su incondicional amistad.

Un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como yo, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

## DEDICATORIA

Este proyecto de Tesis y toda mi carrera universitaria a Dios y a la Virgen María por ser esa fuerza Espiritual para seguir a delante a pesar de las dificultades que se presentan en el camino.

A mi madre Sra. Bárbara Anchundia quien ha velado por mí y con su ejemplo me ha motivado a seguir adelante ella es el pilar fundamental de mi vida, a mi Padre Francisco Coello a quien le dedico especialmente este proyecto ya que se hubiese sentido orgulloso de mi por éste un logro más en mi vida y quien desde el cielo me ha guiado y cuidado.

A mi abuela Lucia Villegas mi segunda madre y mi Ángel, mi hermano, mi novio y mis tíos, todos representaron un apoyo muy grande en aquellos momentos de desánimo y cansancio.

Para las personas que no creyeron en mí, que esperaban mi fracaso en cada paso que daba hacia la culminación de mis estudios, a aquellos que nunca esperaban que lograra terminar mi carrera a ellos también va dedicado esto y les diré que lo logré.

## ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
COPIA DE CARATULA.....	ii
APROBACIÓN .....	iii
CERTIFICACIÓN .....	iv
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE .....	viii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
SUMMARY .....	xx
DUBLIN CORE .....	xxi

### **CAPÍTULO I**

#### **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. PROBLEMATIZACIÓN.....	3
1.2.1. Diagnóstico del Problema .....	3
1.2.2. Formulación del Problema .....	3
1.2.3. Sistematización del Problema.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	5
1.4. OBJETIVOS .....	6
1.4.1. General .....	6
1.4.2. Específicos.....	6
1.5. HIPÓTESIS .....	7
1.5.1. General .....	7
1.5.2. Específica.....	7
1.5.3. Variables .....	7
1.5.4. Operacionalización de las Variables .....	8

### **CAPÍTULO II**

#### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
----------------------------------	----

2.1.1. La Soya .....	11
2.1.2. Origen y Evolución de la Soya .....	11
2.1.2.1. El Poder de la Soya.....	12
2.1.2.2. Composición de la Soya.....	12
2.1.3. Investigación de Mercado.....	12
2.1.4. Definición del Producto .....	12
2.1.5. Análisis de la Demanda.....	13
2.1.6. Métodos de Proyección .....	13
2.1.7. Fuentes Primarias .....	14
2.1.8. Fuentes Secundarias .....	14
2.1.9. Muestra .....	14
2.1.10. Análisis de la Oferta .....	15
2.1.11. Demanda Potencial Insatisfecha .....	15
2.1.12. Precio .....	15
2.1.13. Canales de Distribución .....	16
2.1.14. Estudio Técnico .....	16
2.1.14.1. Tamaño.....	16
2.1.14.2. Localización .....	17
2.1.15. Ingeniería del Proyecto .....	17
2.1.16. Proceso de Producción .....	18
2.1.16.1. Balance de Materiales y Energía .....	18
2.1.16.2. Distribución de la Planta .....	19
2.1.17. Estudio Económico – Financiero .....	20
2.1.18. Costo .....	20
2.1.18.1. Costo de Producción.....	21
2.1.18.2. Costos de Administración .....	22
2.1.18.3. Costos Financieros .....	22
2.1.19. Inversión total Inicial: Fija y Diferida.....	22
2.1.20. Cronograma de Inversiones .....	23
2.1.21. Depreciaciones y Amortizaciones .....	24
2.1.22. Capital de Trabajo .....	24
2.1.23. Punto de Equilibrio .....	25
2.1.24. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	25

2.1.25. Financiamiento.....	26
2.1.26. Balance General.....	27
2.1.27. Evaluación Financiera.....	27
2.1.28. Valor Presente Neto (VPN) .....	28
2.1.29. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	28
2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	29
2.2.1. Beneficios Netos .....	29
2.2.2. Costos .....	29
2.2.3. Costos Directos.....	29
2.2.4. Costos Fijos .....	29
2.2.5. Costo Indirectos .....	30
2.2.6. Demanda.....	30
2.2.7. Depreciación .....	30
2.2.8. Estudio Técnico.....	30
2.2.9. Estado de Resultado .....	30
2.2.10. Flujo de Caja .....	31
2.2.11. Mercado .....	31
2.2.12. Oferta .....	31
2.2.13. Tasa Interna de Retorno .....	31
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	31

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1. MATERIALES Y MÉTODOS .....	35
3.1.1. Localización.....	35
3.1.2. Materiales.....	35
3.1.3. Métodos de Investigación.....	35
3.1.3.1. Inductivo .....	35
3.1.3.2. Deductivo .....	35
3.1.3.3. Histórico .....	35
3.1.3.4. Analítico .....	36
3.1.3.5. Síntesis .....	36
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36

3.2.1. Exploratorio.....	36
3.2.1. Descriptivo .....	36
3.2.2. Explicativo.....	37
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	37
3.3.1. Encuesta .....	37
3.3.2. Instrumentos .....	37
3.3.3. Fuentes de Información.....	37
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	37
3.4.1. Población .....	37
3.4.2. Muestra .....	38

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

4.1. RESULTADOS.....	40
4.1.1 Estudio de Mercado .....	40
4.1.1.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados de las Encuestas Aplicadas a los Habitantes del Cantón Quevedo sobre un Posicionamiento de Helados de soya .....	40
4.1.1.2. Definición del Producto .....	48
4.1.1.2.1. Presentación Helado de Soya.....	48
4.1.1.2.2. Diseño del Producto.....	48
4.1.1.3. Análisis de la Oferta.....	49
4.1.1.4. Análisis de Demanda.....	50
4.1.1.5. Precio.....	52
4.1.1.6. Canales de Comercialización.....	53
4.1.2. Estudio Técnico .....	53
4.1.2.1 Localización .....	53
4.1.2.2 Tamaño .....	53
4.1.2.3 Ingeniería del Proyecto .....	53
4.1.2.3.1 Local .....	54
4.1.2.3.2 Máquinas y Equipos .....	54
4.1.2.3.3 Muebles y Enseres.....	55
4.1.2.3.4 Estructura Organizacional .....	55

4.1.2.3.4.1. Área del Talento Humano .....	56
4.1.2.3.4.2. Proceso de Capacitación del Personal .....	56
4.1.2.3.5 Registro Sanitario.....	56
4.1.2.3.6. Proceso Productivo .....	57
4.1.2.3.6.1. Recepción y Selección.....	57
4.1.2.3.6.2. Dosimetría.....	57
4.1.2.3.6.3. Mezclado.....	57
4.1.2.3.6.4. Pasteurizado .....	58
4.1.2.3.6.5. Homogenización .....	58
4.1.2.3.6.6. Moldear .....	58
4.1.2.3.6.7. Enfriado.....	58
4.1.2.3.6.8. Maduración .....	59
4.1.2.3.6.9. Congelado.....	59
4.1.2.3.6.10. Desmoldado .....	59
4.1.2.3.6.11. Endurecimiento .....	59
4.1.3 Estudio Económico .....	60
4.1.3.1. Inversión .....	60
4.1.3.2. Financiamiento.....	61
4.1.3.3. Tabla de Amortización .....	61
4.1.3.4. Depreciación .....	61
4.1.3.5. Plan de Producción .....	62
4.1.3.6. Costos .....	63
4.1.3.7. Plan de Ingresos .....	65
4.1.3.8. Estado de Resultado.....	65
4.1.3.9. Punto de Equilibrio .....	66
4.1.4. Evaluación Financiera.....	67
4.1.4.1 Flujo de Fondos Netos de la Inversión.....	67
4.1.4.2 Valor actual Neto.....	67
4.1.4.3 Tasa Interna de Retorno .....	68
4.2. DISCUSIÓN .....	69

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. CONCLUSIONES .....	71
5.2. RECOMENDACIONES .....	72

## **CAPITULO VI**

### **BIBLIOGRAFIA**

6.1. BIBLIOGRAFÍA .....	74
6.2. LINKOGRAFÍA .....	75

## **CAPITULO VII**

ANEXOS .....	77
--------------	----

## INDICE DE CUADROS

1. Operacionalización de las Variables .....	8
2. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	26
3. Sexo de los encuestados .....	40
4. Edad comprendida entre los encuestados .....	40
5. Vive usted en Quevedo .....	41
6. Parroquias urbanas de Cantón Quevedo .....	41
7. Acostumbra a consumir helados .....	42
8. Frecuencia de consumo .....	42
9. Promedio de helados que consume .....	43
10. Marca de helado de mayor consumo .....	43
11. Lugares indicados de consumo de helado .....	44
12. Forma de escoger un helado .....	44
13. Probaría usted un helado de soya .....	45
14. Probaría usted un helado de soya .....	45
15. Tipo de aderezo que desee que incluya el helado .....	46
16. Precio que está dispuesto a cancelar por un helado .....	46
17. Qué presentación le gustaría comprarlo .....	47
18. Le agradecería que el helado se venda en centros educativos .....	47
19. Población de Referencia .....	49
20. Población Potencial .....	49
21. Oferta Actual .....	50
22. Oferta Futura .....	50
23. Demanda Efectiva .....	50
24. Demanda Futura .....	51
25. Demanda Insatisfecha Actual .....	51
26. Demanda Insatisfecha Futura .....	51
27. Población Objetivo .....	52
28. Maquinaria y Equipo .....	54
29. Muebles y Enseres .....	55
30. Inversión .....	60
31. Financiamiento .....	61

32. Tabla de Amortización .....	61
33. Depreciación .....	61
34. Plan de Producción.....	62
35. Costos Fijos .....	63
36. Costos Variables.....	63
37. Valor de la leche de soya.....	63
38. Costo de Producción del Helado de Soya en vaso.....	64
39. Costo de Producción del Helado de soya en cono .....	64
40. Costo de Producción por Unidad .....	64
41. Plan de Ingresos .....	65
42. Estado de Resultado.....	65
43. Punto de Equilibrio.....	66
44. Flujos de Fondo Neto de la Inversión.....	67
45. Cálculo de la Rentabilidad .....	67
46. Valor Actual Neto .....	67
47. Indicadores .....	67
48. Tasa Interna de Retorno .....	68
49. Relación Beneficio Costo.....	68
50. Recuperación de Capital.....	68

## INDICE DE GRÁFICOS

1. Ingeniería del Proyecto .....	53
2. Estructura Organizacional.....	55
3. Punto de Equilibrio.....	66

## INDICE DE ANEXOS

1 Encuesta a usuarios .....	77
2 Árbol del Problema .....	79
3 Árbol de Objetivos.....	80
4 Matriz de Marco Teórico .....	81
5 Problematización .....	82
7 Balance General .....	83
7 Distribución .....	84

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad sobre “La producción y comercialización de helados de Soya en el cantón Quevedo” se lo ha planteado, de acuerdo a las condiciones, procesos y necesidades del producto o servicio a ofertar.

La investigación en su primera parte analiza el objetivo general a través del estudio de mercado, analizando la demanda, la oferta, determinando los precios y la forma de comercialización del producto, datos obtenidos a través de fuentes primarias y secundarias de información y que permitieron lograr identificar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de mercado.

La Segunda parte se analiza la factibilidad técnica del proyecto que permita la correcta operación de la planta, identificando la localización óptima, el tamaño adecuado, se estableció la ingeniería y la correcta administración de la planta, los flujos de procesos y las políticas generales para la producción de los helados de soya.

Seguidamente se analiza el estudio de factibilidad y viabilidad económico-financiero donde se ordena y se sistematiza la información de carácter monetario que se identificaron en los estudios de mercado y estudio técnico realizando la determinación de los costos, la inversión inicial, estados de resultados, de igual manera se cumple la evaluación financiera que sirvieron de base para determinar la viabilidad de la inversión aplicando los índices que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como son la Tasa Interna de Retorno, el Valor Actual Neto y la Relación Beneficio Costo, además del tiempo de recuperación del capital.

Los resultados de la investigación y los estudios, permitieron determinar el mercado y las oportunidades para la empresa, que pretende atender al sector de las clases medias, bajas, con un nuevo concepto del producto, de alta calidad proteínica, de vitaminas y minerales, entre otros beneficios y el aporte

que brindará la microempresa en la sociedad ya que esta generará fuentes de trabajo y será un impulso para la producción de soya y el Sector Agrícola.

## SUMMARY

The feasibility study on "The production and marketing of ice cream Soy in Quevedo Canton" it has raised, according to the conditions, processes and needs of the product or service to offer.

The research in the first part discusses the general goal through market research, analyzing the demand, supply, prices and determining how to market the product, data obtained through primary and secondary sources of information and allowed to achieve identify the feasibility of the project from the point of view of market.

The second part of the technical feasibility of the project to the correct operation of the plant, identifying the optimal location, the right size, the right engineering and plant management was established process flows and general policies is analyzed for production of soy ice cream.

Following the feasibility study and economic and financial viability where orders and monetary information identified in market research and technical study carried determining costs, initial investment, income statements, analyzes of systematized Similarly, the financial assessment provided the basis for determining the feasibility of applying investment indices that take into account the value of money over time such as the Internal Rate of Return, Net Present Value and Benefit Cost Ratio is met including the time of recovery capital.

The results of research and studies, allowed to determine the market and opportunities for the company, which aims to serve the sector of the lower middle classes, with a new product concept, high-quality protein, vitamins and minerals, other benefits and contributions that provide microenterprise in society as this will create jobs and be a boost to soybean production and the Agricultural Sector.

## DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

1	Título/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE SOYA PARA LA CIUDAD DE QUEVEDO 2013”.
2	Creador/Creator	M	COELLO ANCHUNDIA GABRIELA ESTEFANÍA Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón Quevedo, y se tomó como referencia a los hogares y más promedio corresponde a 34.715 habitantes para el periodo 2013.  Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher		Facultad de Ciencias Empresariales

		M	Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	ING. BIRMANIA VELASCO BARAHONA.Msc.
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	Tesis de Grado
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de Investigación

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1. INTRODUCCIÓN

A través de la investigación para emprender una microempresa productora y comercializadora de helados de soya se buscará una alternativa para cubrir la demanda insatisfecha; y así mismo, para quienes por problemas de salud, no toleran la lactosa, pero no quieren privarse del placer de saborear un helado igual de cremoso y consistente como el de la leche de vaca.

Actualmente existe una gran preocupación por consumir alimentos que proveen beneficios a la salud, en vista del aumento de enfermedades por malos hábitos alimenticios, El Cantón Quevedo por su situación climática tiene una excelente producción del cultivo de soya, materia prima para la elaboración de helados de soya; en los últimos años la soya ha tenido buena demanda, y en el mercado, existe gran demanda por los productos de origen natural.

En la primera parte de la investigación se realizará un estudio de mercado del producto para analizar la demanda y su proyección, el análisis de la oferta y su proyección el análisis de los precios hasta finalizar con un estudio de comercialización del producto.

La segunda parte del proyecto comprenderá el análisis técnico de la capacidad a instalarse para la producción, determinando la localización óptima, el diseño de las condiciones de trabajo y del proceso; y los aspectos organizativos y legales previos.

La tercera parte del proyecto se centrará en el análisis económico sobre las condiciones de operación del negocio, determinando la inversión inicial, los costos totales de operación, capital de trabajo, financiamiento, estado de resultados proyectado a cinco años, punto de equilibrio entre otras.

La cuarta parte del proyecto tratará sobre la evaluación económica de la inversión, determinando la rentabilidad de la inversión bajo criterios definidos,

tales como VPN (valor presente neto) y TIR (tasa interna de retorno) además un análisis sobre el riesgo de la inversión.

## **1.2. PROBLEMATIZACIÓN**

### **1.2.1. Diagnóstico del Problema**

En la Ciudad de Quevedo y su entorno, no existe un producto con las características de la soya, y que satisfaga las necesidades del segmento de consumidores a quienes no les agrada consumir helados tradicionales especialmente por salud; lo cual incide para que aumente el universo y la demanda de helados elaborados a base de soya cuyo contenido y valor nutritivo lo hace diferente a otros existentes en el mercado.

La mayor producción de soya se encuentra en la Provincia de Los Ríos, especialmente en el Cantón Quevedo, donde existen grandes extensiones de siembra de soya de forma mecanizada, con una producción suficiente y de calidad para obtener la materia prima para la producción de los helados.

La incorporación de la soya en la dieta del ser humano crece a nivel mundial y se hacen grandes esfuerzos por mejorar la calidad de los productos elaborados a base de soya, como alternativa de nutrición y alimentación para el siglo XXI.

El presente proyecto sobre la producción y comercialización de helados de soya, pretende construir una relación de largo plazo con clientes y consumidores fundamentales en el servicio, la innovación y calidad del producto.

### **1.2.2. Formulación del Problema**

¿Cuál es la Incidencia de un Estudio de Factibilidad para el Emprendimiento de una Microempresa productora y comercializadora de helados de soya en el Cantón Quevedo?

### **1.2.3. Sistematización del Problema**

¿A través del estudio de mercado se podrá establecer la oferta y demanda actual y futura del producto?

¿A través del estudio técnico se responderá las preguntas, donde, cuando, cuanto, como y porque producir helados de soya?

¿Establecerá el estudio económico y financiero la inversión y costos del proyecto?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Es necesario desarrollar competencias de creatividad e innovación, considerando que la mayoría de los productos de consumo masivo que no demandan para su elaboración de tecnología, pueden ser producidos de forma artesanal, y/o extensiva con el contingente incluso de una sola persona; pero otra cosa es producir de manera intensiva utilizando procesos más complejos para la elaboración de productos terminados.

Los recursos y Capacidades que se requiere para instalar una unidad de producción demandan de estudios especializados que determinen la viabilidad y minimicen los riesgos que implica una actividad productiva.

La importancia de esta investigación radica en determinar si es o no viable emprender una microempresa para producir y comercializar helados de soya en la ciudad de Quevedo, a través de un Estudio de Factibilidad.

Los beneficiarios directos e indirectos del proyecto serán quienes adopten el proyecto como emprendedores y microempresarios, así mismo quienes participen del negocio a través de la producción y comercialización del producto y quienes consuman helados elaborados a base de soya por su poder nutritivo.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. General**

Elaborar un Estudio de Factibilidad para el Emprendimiento de una Microempresa Productora y Comercializadora de Helados de Soya en la Ciudad de Quevedo 2013.

### **1.4.2. Específicos**

- Realizar una investigación de mercado sobre la demanda potencial insatisfecha.
- Diseñar el estudio técnico sobre el proceso operativo de la planta
- Determinar la factibilidad económica de la inversión
- Analizar la viabilidad financiera, por medio de indicadores financieros.

## **1.5. HIPÓTESIS**

### **1.5.1. Hipótesis General**

La creación de una microempresa para producir y comercializar helados de soya se determinará a través del estudio técnico, económico, financiero y social del proyecto.

### **1.5.2. Hipótesis Específica**

- El estudio de mercado, permitirá analizar la demanda insatisfecha sobre el objetivo del proyecto (helados de soya).
- El estudio técnico, establecerá el proceso de producción de la planta.
- El estudio económico determinará la factibilidad del proyecto.
- Los resultados del análisis de la evaluación financiera permitirán tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

### **1.5.3. Variables**

#### **Independiente**

Estudio de Factibilidad

#### **Variable Dependiente**

Microempresa de helados de soya.

#### 1.5.4. Operacionalización de las Variables

**Cuadro1**

<b>Variable Dependiente</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Sub-indicadores</b>
Estudio de Factibilidad	<b>Baca G.(2010)</b> manifiesta que la factibilidad es una técnica de análisis que sirve para hacer una serie de determinaciones, tales como, mercado insatisfecho, costos totales, rendimiento de la inversión, es decir el estudio no decide por si mismo, sino que proporciona las bases para decidir.	- Análisis del mercado  -Análisis técnico  -Análisis económico  -Análisis financiero	Oferta Demanda Precio Comercialización  Localización Tamaño Tecnología Insumo Materia prima Organización  Ingresos Egresos Estado de resultados Financiero  VAN TIR
<b>Variable Dependiente</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Sub-indicadores</b>
Microempresas de Helados	La leche de soja es una de las leches vegetales	Producción de helados	Nutrición Salud

de Soya	más consumidas, especialmente por sus propiedades nutricionales y beneficios. Descubre sus virtudes pero también por qué es una de las bebidas más criticadas.	de soya.	Vegetales
---------	--	----------	-----------

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEORICA**

### **2.1.1. La Soya**

De acuerdo con el Dr. Jorge Pamplona en su libro El poder medicinal d los alimentos manifiesta que la soya es originaria de la India, y cada vez gana más adeptos debido a su gran sabor y fácil digestión, contiene vitamina A y cada 100gramos aportan más de la mitad de la necesidades diarias de vitaminas b1 y B2 superando al resto de legumbres secas.

### **2.1.2. Origen y Evolución de la Soya**

**Calero E. (2009)** Cita que el origen de la soya es confuso. De acuerdo a Vavilov, “El Centro de Origen de Diversificación” corresponde a la china y Manchuria. De Candolle indica que la planta fue domesticada en épocas prehistóricas en el Nor-Este de la china y fue considerada en unión del arroz, trigo, cebada y mijo, como uno de los cinco granos sagrados.

Paulatinamente el cultivo se extendió a toda la China, Corea, Japón e India, donde se la sembró por muchos siglos (como grano) para la alimentación humana y animal.

Después de la finalización de la II guerra mundial, el cultivo de la soya fue introducido a las zonas templadas de muchos países de los cinco continentes; y, a partir de 1970, la Universidad de Illinois (EE.UU) por intermedio del Programa Internacional de Soya (INTSOY) y la Universidad de Florida realizaron algunos esfuerzos por introducirlo a los trópicos.

Dentro de este contexto, el Ecuador, en la década de los años setenta, se incorpora a la lista de países tropicales productores de soya. Trabajos previos habían fracasado por falta de variedades adecuadas, como aquella campaña realizada en 1944, para combatir la desnutrición.

### **2.1.2.1. El Poder de la Soya**

**Andrade C. (2010)** Afirma que los alimentos a base de soya son una fuente de proteínas de alta calidad, debido a que su consumo genera beneficios a la salud del hombre. Por lo tanto, en los actuales momentos, para descubrir dichos beneficios se están realizando muchas investigaciones en la prevención o tratamiento de ciertas enfermedades crónicas.

### **2.1.2.2. Composición de la Soya**

Según el Dr. Jorge Pamplona, Master En Salud Publica De La Universidad De Loma Linda, California Estados Unidos, la soya contiene pequeñas cantidades de grasa y de proteínas y en mayor proporción hidratos de carbono, vitamina y pequeñas cantidades de vitaminas del complejo B y de minerales, la semilla de soya es posiblemente el alimento natural con mayor contenido en proteínas, vitaminas y minerales, además contiene valiosos elementos fotoquímicos.

### **2.1.3. Investigación de Mercado**

**Baca G. (2010)** manifiesta que la investigación de mercados proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto. En el caso del objetivo del presente proyecto para producir helados de soya, permite establecer la oferta, la demanda, precios y los mejores canales de comercialización del producto.

### **2.1.4. Definición del Producto**

**Baca G. (2010)** resalta que debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretenden elaborar, esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaria de estado o ministerio correspondiente.

En el presente caso de los helados de soya, el producto deberá ser acompañado de una descripción que muestre las partes que lo componen y las norma de calidad correspondientes, incluida su composición nutricional y el respectivo código de barras.

#### **2.1.5. Análisis de la Demanda.**

**Flórez J. (2012)** manifiesta que la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/ o servicio. Para su estudio es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento, y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien o el servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futura de la demanda. En la investigación este criterio permitió identificar la demanda insatisfecha sobre el consumo de halados de soya en la ciudad de Quevedo.

#### **2.1.6. Métodos de Proyección**

**Flórez J. (2012)** analiza que, conociendo la demanda potencial e histórica, se podrá determinar y proyectar la demanda insatisfecha, utilizando métodos econométricos de regresión, comúnmente conocidos con el nombre de los mínimos cuadrados. Para la obtención de información histórica es conveniente recurrir inicialmente a las fuentes secundarias de datos ya organizados y procesados por los entes estatales de estadísticas, las publicaciones especializadas de los gremios y los estudios d los institutos académicos oficiales. Para confirmar el comportamiento de los datos históricos obtenidos se acude a fuente de información primaria como son las encuestas a los consumidores, vendedores y productores, o a la observación directa del entorno donde se consume el bien o se recibe el servicio.

En el caso de los helados de soya objetivo del proyecto, se puso en práctica lo expuesto por el autor, acudiendo a la obtención de los datos a través de fuentes primarias y secundarias de información necesarias para realizar las proyecciones.

### 2.1.7. Fuentes Primarias

**Baca G. (2010)** define que las fuentes primarias están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo y se puede hacer de la siguiente forma:

- Observar directamente la conducta del usuario, que consiste en acudir donde este el usuario y observar la conducta que tiene. Este método se aplica normalmente en tienda de todo tipo, para observar los hábitos de conducta de los clientes al comprar.
- Aplicación de un cuestionario al usuario. Si en la evaluación de un producto nuevo lo que interesa es determinar que le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales en el abastecimiento de productos similares, no existe mejor forma de saberlo que preguntar directamente a los interesados por medio de un cuestionario.

### 2.1.8. Fuentes Secundarias

**Flórez J. (2012)** interpreta que la información secundaria es la que está disponible en el momento de realizar la investigación de mercados, y cuyo costo no es muy elevado.

### 2.1.9. Muestra

Según **Hernández R. (2006)** la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

### 2.1.10. Análisis de la Oferta

**Córdoba M. (2013)** manifiesta que la cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayores precios menores cantidades ofrecidas, a menores precios, menores cantidades ofrecidas también indica que los cambios de la cantidad ofrecida son los movimientos a lo largo de una curva de oferta dada generados por la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio.

### 2.1.11. Demanda Potencial Insatisfecha

**Baca G. (2010)** expresa que la demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Cuando se tienen los dos datos graficados de oferta\_ demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, ya sea con dos o tres variables, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año por año, del balance oferta-demanda y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro. Sin embargo, para la mayoría de los miles de productos existentes no se cuenta con suficientes datos de oferta y demanda.

### 2.1.12. Precio

**Baca G. (2010)** indica que precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio, manifiesta además que también hay quien piensa que el precio no lo determina el equilibrio entre oferta y demanda, sino que consiste en el costo de producción más un porcentaje de ganancias. Quienes piensan así dejan de lado el hecho de que no es fácil aplicar un porcentaje de ganancia unitario, pues la tasa de

ganancia anual, que es un buen indicador de rendimiento de una inversión, varía con la cantidad de unidades producidas.

### **2.1.13. Canales de Distribución**

Según **Córdoba M. (2013)** los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más al consumidor o usuario final de dichos productos.

### **2.1.14. Estudio Técnico**

**Córdoba M. (2013)** deduce que el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa? así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

#### **2.1.14.1. Tamaño**

**Córdoba M. (2013)** explica que el tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del proyecto que se esté formulando. La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que

podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas.

#### **2.1.14.2. Localización**

**Córdoba M. (2013)** explica que la localización del proyecto 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 infrecuentes; de hecho, algunas empresas solo 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 funcionando. Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medio y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de financiamiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terreno
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

#### **2.1.15. Ingeniería del Proyecto**

**Flórez J. (2012)** manifiesta que un proyecto de inversión no siempre comienza por la tecnología a ser aplicada. Generalmente se inicia con la utilización de algún recurso disponible o con la identificación de una oportunidad de

mercado. Cuando un proyecto busca el beneficio social su justificación generalmente se fundamenta en la satisfacción de una necesidad de la comunidad. Una vez que la evaluación de mercado o la satisfacción de una necesidad de la comunidad se hayan satisfecho, es necesario considerar la tecnología que se empleara. El estudio de la ingeniería en los proyectos, se realiza de forma integrada al estudio del mercado, el tamaño y la localización, la escogencia del tipo de sociedad que más se ajuste a la empresa que se debe constituir, así como las inversiones a realizar en el proyecto.

### **2.1.16. Proceso de Producción**

**Baca G. (2010)** detalla que el proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de producción. El investigador procederá a seleccionar una determinada tecnología de fabricación, en el momento de seleccionar la tecnología que se empleará, hay que tomar en cuenta los resultados de la investigación de mercados, pues esto dictará las normas de calidad y la cantidad que se requieren, factores que influyen en la decisión.

#### **2.1.16.1. Balance de Materiales y Energía**

**Morales A. (2009)** formula que esta herramienta de trabajo permite determinar las cantidades de materias primas y productos en procesos y terminados que entran y salen de cada uno de los centros de trabajo, también se incluye la energía que se consume durante el proceso de producción. Este tipo de información se utiliza para conocer los costos en que se incurrirá en el proceso productivo en lo que se refiere a consumo de energía.

### 2.1.16.2. Distribución de la Planta

**Baca G. (2010)** expresa que una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- **Integración total:** consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
- **Mínima distancia de recorrido:** al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- **Utilización del espacio cubico:** aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tiene cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
- **Seguridad y bienestar para el trabajador:** este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
- **Flexibilidad:** se debe tener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.

### **2.1.17. Estudio Económico – Financiero**

Según **Córdoba M. (2013)** en el marco financiero se especifica las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiara; también indica que se parte de la definición del flujo de beneficios netos, que ordena las secuencias de las inversiones, costos y beneficios del proyecto. Relaciona estas con el momento en que se producen y permiten, en consecuencia, establecer en que momento el proyecto demandara o generara recursos.

La construcción del flujo de beneficios netos se alimenta con los datos obtenidos en los estudios realizados para la formulación del proyecto; es una forma de sintetizar toda la información disponible sobre el problema y el proyecto. Permite, también, determinar el punto crítico del análisis costo-beneficio: la comparación entre los costos y los beneficios del proyecto; agrega además el factor temporal, que es otro elemento clave a tener en cuenta en la decisión.

En consecuencia, la construcción del flujo de fondos es un paso importante en el análisis del proyecto, y debe hacerse siguiendo algunas reglas que aseguren que el mismo sea un reflejo fiel de los efectos que generara el proyecto.

### **2.1.18. Costo**

**Baca G. (2010)** indica que es un desembolso en efectivo en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual; este criterio sirvió para determinar los costos en que incurre el proyecto para elaborar helados. Además Baca expresa que también es importante señalar que la evaluación de proyectos es una técnica de planeación y la forma de tratar el aspecto contable

no es tan rigurosa, lo cual se demuestra cuando, por simplicidad, las cifras se redondean al millar más cercano.

#### **2.1.18.1. Costo de Producción**

**Flórez J. (2012)** indica que en 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.

- **Costo de fabricación** lo constituye la materia consumida y la mano de obra directa, con sus respectivas prestaciones sociales y aportes parafiscales. Igualmente se incluyen los costos por prestación de servicios que se puedan pagar en la fabricación de los productos, que sea mediante la modalidad de maquila o de outsourcing.
- **Gastos indirectos de fabricación**, son los correspondientes a materiales indirectos y mano de obra indirecta con sus prestaciones. Se consideran como materiales indirectos los combustibles y lubricantes, papelería y equipos de seguridad industrial. Como mano de obra indirecta el gerente técnico o de producción, jefe de departamento, personal de laboratorio personal de servicios generales.
- **Otros conceptos que se incluyen como gastos indirectos**; dentro de este concepto se incluye la depreciación de edificaciones, equipos, muebles y vehículos ligados directamente al procesos de producción; la acusación de los servicios públicos, de agua, luz, teléfono y gas; el mantenimiento y reparación de las instalaciones, equipos muebles, vehículos, incluye repuestos.

### **2.1.18.2. Costos de Administración**

**Baca G. (2010)** deduce que los costos de administración son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo tomados en un sentido amplio no solo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos generales de oficina. Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección del personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería. Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se cargaran a administración y costos generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.

### **2.1.18.3. Costos Financieros**

**Baca G. (2010)** Indica que son los intereses que se deben pagar en relación con capital es obtenido en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es administrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlos en un área específica. La ley tributaria permite cargar los intereses como gastos deducibles de impuestos.

### **2.1.19. Inversión total Inicial: Fija y Diferida**

**Baca G. (2010)** indica que la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital del trabajo.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes o propiedades de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipo,

mobiliario, vehículo de transporte, herramientas, y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante).

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes y propiedades de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puestos en marcha, contrato de servicios (como luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa. etc.

En el caso del costo del terreno, este debe incluir el precio de compra del lote, las comisiones a agentes, honorarios y gastos notariales, y aun el costo de demolición de estructuras existentes que no se necesiten para los fines que se pretenda dar el terreno. En el caso del costo de equipo y de maquinaria debe verificarse si este incluye fletes, instalación y puesta en marcha.

#### **2.1.20. Cronograma de Inversiones**

**Baca .G (2010)** expresa que capitalizar el costo de un activo significa registrarlo en los libros contables como un activo. No existen normas que regulen el tiempo en que deba registrarse un activo para correlacionar los fines fiscales con los contables, lo cual provoca diferencias entre ambos criterios. Por tanto, el tiempo ocioso durante el cual el equipo no presta servicios mientras se instala, no se capitaliza (no se registra) de ordinario, tanto por razones conservadoras como para reducir el pago de impuestos.

Para controlar y planear mejor lo anterior es necesario construir un cronograma de inversiones o un programa de instalación del equipo. Este es simplemente un diagrama de Gantt, en el que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde tanto

en instalar como en poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable. Por lo anterior se recomienda, en una evaluación, elabora dicho diagrama, el cual se ilustra y desarrolla en la presentación práctica del estudio.

### **2.1.21. Depreciaciones y Amortizaciones**

**Según Baca G. (2010)** dice que el termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo , ya que en el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta con el usos del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término de amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

Cualquier empresa que esté en funcionamiento, para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes, deberá basarse en la ley tributaria. El monto de los cargos hechos en forma contable puede ser esencialmente distintos de los hechos en forma fiscal.

### **2.1.22. Capital de Trabajo**

Según **Baca G. (2010)** manifiesta desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituirá el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede

obtener crédito a corto plazo en concepto como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante.

### 2.1.23. Punto de Equilibrio

Según **Baca G. (2010)** indica que 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.

En primer lugar hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que solo es una importante referencia a tomar en cuenta. Además Baca puntualiza que la fórmula para obtener el punto de equilibrio es la siguiente:

Punto de equilibrio (volumen de ventas) =  $\frac{\text{Costos fijos totales}}{\left(\frac{\text{costos variables totales}}{\text{volumen total de ventas}}\right)}$

$$PEM = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

**PEM**=Punto de Equilibrio Monetario

**CF**= Costo Fijo

**CV**= Costo Variable

**V**= Ventas

### 2.1.24. Estado de Pérdidas y Ganancias

**Córdoba M. (2013)** indica que mide las utilidades de la unidad de producción o prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingreso usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas durante el periodo; y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y

ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente, se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos.

Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Estado de pérdidas y ganancias

**Cuadro2**

Cuentas	Cifras				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas					
-Costos de ventas					
= Utilidad bruta					
-Gastos de administración					
-Gastos de ventas					
=Utilidad operativa					
+Ingresos no operativos					
-Gastos financieros					
-Otros egresos					
=Utilidad antes de impuesto					
-Provisión para impuesto					
=Utilidad neta					

**2.1.25. Financiamiento**

**Córdoba M. (2013)** señala que la decisión acerca de llevar a cabo o no el proyecto es la primera que debe tomar la entidad que lo impulsa. Si en la evaluación el mismo resulta conveniente, surge una segunda decisión: su financiamiento.

La separación de estas dos decisiones enfatiza su carácter independientemente: es posible que un proyecto sea social y/o privadamente conveniente, pero eso no implica que sea financiable. Más aun, la existencia de fondos para financiar proyectos no debería motivar que los mismos se realicen si de la evaluación resulta que no son rentables.

La decisión de financiar proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quien pagara costos y recibirá los beneficios del proyecto.

#### **2.1.26. Balance General**

**Baca G. (2010)** considera que el Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

Según **Córdoba M. (2013)** formula que aunque no es necesario un estado financiero muy relevante con respecto al cálculo de la rentabilidad. Es importante considerarlo ya que en él se refleja la situación patrimonial de la empresa.

#### **2.1.27. Evaluación Financiera**

**Córdoba M. (2013)** menciona que el estudio de la evaluación económica – financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. Con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, se deben presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros- ganancias y pérdidas, flujo de caja para planificación financiera, balance general y flujo neto de efectivo- para medir la rentabilidad de la inversión. Las proyecciones pueden realizarse a

precios constantes y/o corrientes; para las últimas deben establecerse y justificarse previamente las hipótesis asumidas para la escalada interna de precios en los diversos componentes de inversión, costo e ingresos.

#### **2.1.28. Valor Presente Neto (VPN)**

**Córdoba M. (2013)** señala que es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión. También se conoce como el valor actual neto (VAN), definiéndose como 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.

En otras palabras, el valor presente neto es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualidad de los flujos netos de cada periodo. La interpretación del mismo autor (Córdoba) es la siguiente:

$VAN > 0$  la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

$VAN < 0$  la inversión producirá ganancias por debajo de la rentabilidad exigida.

$VAN = 0$  la inversión no producirá ni ganancias ni pérdida.

#### **2.1.29. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Según **Córdoba M. (2013)** menciona que la tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil.

La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto es particular, en los

proyectos “bien conformados”, es decir, en aquellos que tienen uno o varios periodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida.

- Si un proyecto tiene  $TIR >$  tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar.
- Si la  $TIR <$  tasa de interés de oportunidad se rechaza.
- Si la  $TIR =$  tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto.

## **2.2. FUNDAMENTACION CONCEPTUAL**

### **2.2.1. Beneficios Netos**

Es el Beneficio que obtiene antes de haber de haber deducido los impuestos.

### **2.2.2. Costos**

Es el valor de adquisición o de producción de bienes o servicios.

### **2.2.3. Costos Directos**

Es el costo que contribuye a la producción de cualquier bien o servicio (por ejemplo, trabajo, materia prima).

### **2.2.4. Costos Fijos**

Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas.

### **2.2.5. Costo Indirectos**

Son el conjunto de costo que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican y cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas del producto, proceso productivo o centros de costos determinados.

### **2.2.6. Demanda**

**Baca G. (2010)** concluye que es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

### **2.2.7. Depreciación**

**Baca G. (2010)** indica que la depreciación significa bajar de precio, se refiere a la utilización exclusiva de activos fijos (excepto terrenos). La disminución del precio de un activo fijo se debe al uso, al paso del tiempo o a la obsolescencia tecnológica.

### **2.2.8. Estudio Técnico**

Según **Flórez J. (2012)** concluye que en el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio, utilizando los recursos que se disponga.

### **2.2.9. Estado de Resultado**

**Flórez J. (2012)** menciona que el estado de pérdidas y ganancias muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo de tiempo determinado, generalmente en un año.

### **2.2.10. Flujo de Caja**

**Meza J. (2010)** expresa que el flujo de caja del proyecto incluye los ingresos y egresos cuando se presenta la entrada y salida de efectivo, no obstante que se excluyen algunos desembolsos, tales como los intereses, amortización de préstamos y se incluyen, para efectos tributarios, egresos que no constituyen desembolso de efectivo como la depreciación y la amortización.

### **2.2.11. Mercado**

**Flórez J. (2012)** establece que es el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda de un producto y/ o servicio.

### **2.2.12. Oferta**

**Flórez J. (2012)** indica que la oferta es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo.

### **2.2.13. Tasa Interna de Retorno**

Se define como tasa que permite que el valor actual que se espera de la entrada de efectivo de una inversión sea igual al valor actual que se espera de la salida de efectivo de esa inversión.

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **Normas de sanidad**

La Ley Orgánica de Salud dispone, en su artículo 151, que “Los envases de los productos que contengan alimentos genéticamente modificados, sean nacionales o importados, deben incluir obligatoriamente, en forma visible y comprensible en sus etiquetas, el señalamiento de esta condición, además de

los otros requisitos que establezca la autoridad sanitaria nacional, de conformidad con la ley y las normas reglamentarias que se dicten para el efecto.”

Con decreto ejecutivo 1290 de 30 de Agosto de 2012, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 788 de Septiembre de 2012, se crea la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCA), adscrita al Ministerio de Salud Pública, como organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de productos de consumo humano.

**Artículo 12.-** todo alimento procesado para el consumo humano, debe cumplir con el reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de rotulado de productos alimenticios procesados, envasado y empaquetados; adicionalmente se colocará un sistema gráfico con barras de colores colocadas de manera horizontal. Rojo “alto en...”. Amarillo “medio en...” y Rojo “bajo en...”

**SRI. Registro Único de Contribuyentes.-** para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

**IESS.-** Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal.
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico).
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **3.1.1. Localización**

El desarrollo del proyecto se realizó en la Ciudad de Quevedo, Provincia de Los Ríos.

### **3.1.2. Materiales**

Se emplearon insumos de oficina, equipo de computación, libros, e internet.

### **3.1.3. Métodos de Investigación**

#### **3.1.3.1. Inductivo**

Este método permitió evaluar aspectos y variables en forma particular, para luego inferir en los resultados, en el caso del proyecto de elaboración de helados de soya, se utilizó en el estudio de mercado como parte representativo de este método de estudio.

#### **3.1.3.2. Deductivo**

Este método se utilizó con el fin de razonar y con su ayuda poder deducir las conclusiones que parten de hechos particulares hasta llegar a lo general.

#### **3.1.3.3. Histórico**

Cuando existen datos lógicos repetitivos, se crean patrones o datos históricos que representan una gran posibilidad de la que puede suceder en el futuro, es por ellos que basados en este método que generen nuevos métodos de predicción, de esta manera en el presente estudio, los valores estadísticos sobre el consumo y otros parámetros permitirán desarrollar la investigación y realizar las distintas proyecciones.

#### **3.1.3.4. Analítico**

Este método permitió conocer cuál es el objetivo del proyecto y la puesta en marcha del mismo, analizando todas sus partes, una de las formas de conocer el objetivo es encuestando a los habitantes del cantón Quevedo, ellos fueron el objeto de estudio para determinar sus gustos y preferencias concerniente a la producción y comercialización de los helados de Soya.

#### **3.1.3.5. Síntesis**

Permitió conocer profundamente las realidades con la que nos encontramos, con ella descubrimos relaciones ocultas llegando a resumir los aspectos generales de la investigación. Este método se utilizó a lo largo del trabajo como base para dar forma y resultado al estudio.

### **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1. Exploratorio**

Este tipo de investigación presenta una visión general del tema de estudio, sin llegar a desarrollar más que conceptos básicos o caracterizar una situación o problemática determinada.

En la investigación permitió formular el problema, desarrollar la hipótesis, aclarar conceptos.

#### **3.2.2. Descriptivo**

Describir en términos metodológicos consiste en indicar todas las características del fenómeno que se estudia. Permitió identificar y evaluar las características del proyecto llegando a conocer las situaciones, costumbres y actitudes de las personas, exponiendo la información para luego analizar los resultados minuciosamente.

### **3.2.3. Explicativo**

Usado para resolver un problema que no ha tenido claridad. La investigación exploratoria impulsó a determinar el mejor diseño de la investigación, el método de recolección de datos y la selección de temas.

## **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.3.1. Encuesta**

Para la investigación se desarrolló una encuesta para que el estudio tenga un sustento cuantitativo, para lograr un estudio más profundo, se considera realizar las encuestas, dirigidas directamente a las personas de 10 años en adelante del cantón Quevedo, Provincia Los Ríos.

### **3.3.2. Instrumentos**

En la investigación se aplicó un cuestionario de preguntas dirigida a la muestra de la población.

### **3.3.3. Fuentes de Información**

Se acudió a fuentes primarias de información a través de trabajo de campo y fuentes secundarias a toda información documentada sobre el objetivo de esta investigación a través de libros, revistas, internet entre otros.

## **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.4.1 Población**

La población tomada en la investigación estuvo constituida por los individuos mayores de 10 años de edad de Quevedo.

### 3.4.2. Muestra

La población de Quevedo conforme lo señala el INEC (año 2010) asciende a 173.575 habitantes, pero la que es mayor de 10 años de edad suma 119.064 habitantes.

#### **Muestra:**

n= tamaño de la muestra

N= Universo objetivo (119.064 habitantes)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (0.50)

q= Probabilidad de que el evento no ocurra (0.50)

Z= Nivel de confianza 1.96

d= error de diseño 0.05

$$n = \frac{U_0 P Q Z^2}{(U_0 - 1)(e)^2 + P Q Z^2}$$
$$n = \frac{119064(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(119064 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$
$$n = \frac{119064(0,50)(0,50)(3,8416)}{119063(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$
$$n = \frac{114349,06}{297,658 + 0,9604}$$
$$n = \frac{114349,06}{298,618}$$

**n = 381,92 → 382 Encuesta**

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

## 4.1 RESULTADOS

### 4.1.1 Estudio de Mercado

#### 4.1.1.1 Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón Quevedo sobre un posicionamiento de Helados de Soya.

1.- Sexo

**Cuadro 3.** Sexo de los encuestados

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Masculino	184	48%
Femenino	198	52%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Autora

#### Interpretación

Del total de los encuestados el 52% corresponde al sexo femenino y el 48% al sexo opuesto.

2.- ¿Qué edad tiene?

**Cuadro 4.** Edad comprendida entre los encuestados

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Menor de 18 años	52	14%
De 19 a 25	123	32%
De 26 a 32	34	9%
De 33 a 39	54	14%
De 40 a 46	31	8%
De 47 en adelante	88	23%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Autora

#### Interpretación

Se estableció que la edad que más helados consume es: entre 19 a 25 años con el 32%, de 47 años en adelante con el 23%, en tercer lugar con igualdad de porcentajes del 14% los menores de 18 años y 33 a 39 años, el 9% para los de 26 a 32 años y por último con el 8% los de 40 a 46 años.

3.- ¿Vive usted en la ciudad de Quevedo?

**Cuadro 5.** Vive usted en Quevedo

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	197	52%
No	185	48%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Autora

### Interpretación

En este cuadro se observa que el 52% vive en la ciudad de Quevedo y el 48% vive en otros sectores.

4.- ¿En qué sector vive?

**Cuadro 6.** Parroquias urbanas del cantón Quevedo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
San Camilo	45	12%
Centro	34	9%
Venus del Rio	98	26%
Guayacanes	77	20%
Otro	128	34%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Autora

### Interpretación

Analizando el sector donde habitan los encuestados, el 12% vive en San Camilo, el 26% en Venus del rio, el 20% en Guayacanes, 9% en el centro y 34% vive fuera de la ciudad.

5.- Usted acostumbra a consumir helados?

**Cuadro 7.**Acostumbra a consumir helados

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	197	52%
No	185	48%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Autora

### **Interpretación**

En este gráfico se determinó que el 52% de los encuestados consume helados, y el 48% no lo hace.

6.- Con qué frecuencia los consume helados?

**Cuadro 8.**Frecuencia de consumo.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Diario	98	26%
Semanal	178	47%
Quincenal	64	17%
Mensual	42	11%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Autora

### **Interpretación**

Se pudo establecer que el 47% consume helados semanalmente, el 26% los compra diariamente, el 17% quincenalmente, y el 11% con una minoría mensual.

7.- Cantidad de helados que consume?

**Cuadro 9.** Promedio de helados que consume.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Uno	120	31%
Dos	82	21%
Tres	76	20%
Cuatro	61	16%
Más de cuatro	43	11%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### Interpretación

Para diagnosticar la cantidad de helado que consume la población, los encuestados respondieron que el 31% compra uno, 21% compra dos, el 20% compra tres, 16% compra cuatro y por último 11% más de cuatro.

8.- Cual es la marca de helados que más consume?

**Cuadro 10.** Marca de helado de mayor consumo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Eskimo	39	10%
Gino	58	15%
Pingüino	159	42%
Topsy	80	21%
Otros	46	12%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### Interpretación

Para detectar la marca de helado que más consumen los encuestados podemos mencionar que: Pingüino ocupa la mayor parte con un 42% de aceptación en el mercado, seguido con el 21% para Topsy, en tercer lugar es para Gino, cuarto lugar con un 12% es para otras marcas no especificadas aquí y por último para Eskimo con un 10% de aceptación.

9.- Cuál de estos lugares suele acudir para consumir helados?

**Cuadro 11.**Lugares indicados de consumo de helado.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Centros comerciales	61	16%
Tiendas	156	41%
Heladerías	98	26%
Supermercados	35	9%
Otros	32	8%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### Interpretación

Para estudiar cuales son los lugares que suele acudir para consumir helados citamos los siguientes resultados: el primer lugar con un 41% corresponde para tiendas, el 26% es para la heladerías, el 16% ocupa centros comerciales, el 9% Supermercados.

10.- Como elige los helados?

**Cuadro 12.**Forma de escoger un helado.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Precio	74	19%
Sabor	145	38%
Marca	98	26%
Otro	65	17%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### Interpretación

Para analizar qué es lo que considera el consumidor al momento de elegir un helado se puede decir que: el sabor es algo primordial con un 38%, 26% lo es para la marca ya que un factor primordial para el cliente, con el 19% influye el precio y con un 17% lo detalla otros.

11.- Ha probado usted un helado de soya?

**Cuadro 13.**Ha probado un helado de soya.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	126	33%
No	256	67%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### **Interpretación**

Para detectar entre los encuestadores si han probado helado de soya podemos mencionar que el 33% si lo han probado y un 67% no ha degustado de este producto.

12.- Probaría usted un helado de soya?

**Cuadro 14.**Probaría usted un helado de soya.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	167	65%
No	89	35%
<b>Total</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### **Interpretación**

En este cuadro se determinó que el 65% de los encuestados si probaría un helado de soya y el 35% no lo considero oportuno por el momento.

13.- Qué tipo de aderezo le gustaría que se incluya al helado de soya?

**Cuadro 15.** Tipo de aderezo que desee que incluya el helado.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Frutilla	62	21%
Chocolate	112	38%
Pasas	64	22%
Nuez	23	8%
Almendra	32	11%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### **Interpretación**

Se examinó que tipo de aderezo le gustaría que se incluya en el helado de soya tenemos: el 38% prefiere chocolate, el 22% nos dice pasas, el 21% frutilla, el 11% almendra y para concluir con el 8% prefieren nuez.

14.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por un helado de soya?

**Cuadro 16.** Precio que está dispuesto a cancelar por un helado.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
\$0.75	156	53%
\$1.00	67	23%
\$1.25	45	15%
\$1.50	25	9%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### **Interpretación**

Se pudo establecer que el 53% le gustaría pagar por un helado de soya \$0.75, el 23% prefiere pagar \$1.00, el 15% considera cancelar \$1.25 y el último con un 9% a \$ 1.50.

15.- En qué presentación le gustaría comprar el helado de soya?

**Cuadro 17.** Qué presentación le gustaría comprarlo.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Cono	126	43%
Barra	34	12%
En vasito	88	30%
Palito	45	15%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### **Interpretación**

Para determinar en qué presentación le gustaría que se muestre el helado de soya respondieron: con un 43% en cono, 30% en vasito, 15% en palito y 12% en barra.

16.- Le gustaría que los helados se expandan en los centros educativos?

**Cuadro 18.** Le agradaría qué el helado se venda en centros educativos.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	195	67%
No	98	33%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaboración: Autora

### **Interpretación**

En esta pregunta podemos observar que el 67% si está de acuerdo con que se expandan estos productos en los centros educativos y el 33% nos reflejó que no está de acuerdo por asuntos personales.

#### **4.1.1.2. Definición del Producto**

El helado de soya

Altos valores nutricionales

Sabor único de innovación

Insumos frescos de la mejor calidad

##### **4.1.1.2.1. Presentación Helado de Soya**

Bolitas de helado y en presentación de vasito.

##### **4.1.1.2.2. Diseño del Producto**

Bolitas de helados con o sin aderezo que varía de acuerdo al gusto del consumidor, presentación de 250 ml Cono y Vasito.



### 4.1.1.3. Análisis de Oferta

**Cuadro 19.** Población de Referencia

<b>Año</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
<b>2010</b>	59.523	59.523	<b>119.046</b>
<b>2011</b>	60.856	60.856	121.712
<b>2012</b>	62.219	62.219	124.438
<b>2013</b>	63.612	63.612	127.224
<b>2014</b>	65.036	65.036	130.072
<b>2015</b>	66.493	66.493	132.986
<b>2016</b>	67.982	76.982	135.964
<b>2017</b>	69.504	69.504	139.008

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Autora

#### **Interpretación:**

La población de **10 años o más** del Cantón Quevedo que es nuestra población de referencia, según datos del INEC 2010 es de 119.064 habitantes. Cabe señalar que se realizó proyecciones para los años 2014 hasta 2017 con una tasa de crecimiento anual del 2,24%.

**Cuadro 20.** Población Potencial

<b>Año</b>	<b>Total</b>
<b>2014</b>	<b>13.007</b>
<b>2015</b>	<b>13.297</b>
<b>2016</b>	<b>13.596</b>
<b>2017</b>	<b>13.900</b>

Fuente: Análisis oferta y demanda.

Elaboración: Autora

#### **Interpretación:**

Se considera que los potenciales clientes para nuestro producto constituyen el **10%** de la población de referencia.

### Cuadro21. Oferta Actual

Años	Total
2014	0
2015	0
2016	0
2017	0

**Fuente:** análisis oferta y demanda.

**Elaboración:** Autora

### Cuadro22. Oferta Futura

Años	Total
2014	0
2015	0
2016	0
2017	0

**Fuente:** Análisis Oferta y Demanda

**Elaboración:** Autora

### Interpretación:

La oferta actual y oferta futura es cero para cada serie de años debido que el producto no existe en el mercado.

#### 4.1.1.4. Análisis de Demanda

### Cuadro 23. Demanda Efectiva

Años	Total
2014	8454
2015	8647
2016	8837
2017	9035

**Fuente:** análisis oferta y demanda

**Elaboración:** Autora

### Interpretación:

Se determina, según los resultados de la investigación de mercado que la demanda efectiva está formada por el 65% de la población demandante potencial para la serie de años que se indica.

#### **Cuadro24. Demanda Futura.**

Años	Total
2014	8454
2015	8647
2016	8837
2017	9035

**Fuente:** cuadro población potencial.

**Elaboración:** Autora

#### **Interpretación:**

Se determina que la demanda futura es igual a la demanda efectiva.

#### **Cuadro25. Demanda insatisfecha actual.**

Años	O.A.	D.A.	D.I.A.
2014	0	8454	-8454
2015	0	8647	-8647
2016	0	8837	-8837
2017	0	9035	-9035

**Fuente:** análisis oferta y demanda.

**Elaboración:** Autora

#### **Interpretación:**

Se determina que la demanda insatisfecha actual es producto de la resta entre la demanda actual menos la oferta actual.

#### **Cuadro 26. Demanda Insatisfecha Futura.**

Años	O.F.	D.F.	D.I.F.	Frecuencia
2014	0	8454	-8454	20
2015	0	8647	-8647	
2016	0	8837	-8837	
2017	0	9035	-9035	

**Fuente:** análisis oferta y demanda.

**Elaboración:** Autora

#### **Interpretación:**

En el cuadro se determina que 8454 personas estarán necesitando el producto en el año 2014; 8647 personas en el año 2015; 8837 personas en el año 2016; y 9035 personas en el año 2017.

**Cuadro 27. Población Objetivo.**

Años	D.I.F.	P. Objetivo	%
2014	8454	5495	65%
2015	8647	5620	65%
2016	8837	5744	65%
2017	9035	5872	65%

**Fuente:** análisis oferta y demanda.

**Elaboración:** Autora

### **Interpretación:**

En el cuadro 21 se determina la población objetivo para cada año, tomando el 65%, que es el resultado que arrojó la investigación de mercado en la pregunta sobre la identificación del consumo helados de soya.

### **4.1.5. Precio**

**Quico M. (2012)** indica que el precio mide lo que un consumidor entrega a cambio de todos los beneficios recibidos de un producto o servicio y por lo tanto tienen lógica que se fije en función del valor que generara al cliente, pero como vemos a continuación, el enfoque del valor no es el único que siguen las empresas a la hora de establecer una determinada estrategia o fijación de precio:

El *Precio basado en costes o beneficios*, se fijan los precios en función de un margen deseado sobre los costes del producto, sin tener en cuenta el precio que el cliente está dispuesto a pagar por la utilidad que nuestros productos o servicios que le ofrecen. Es una estrategia <<value for money>>, es decir, basada en un simple posicionamiento del producto por precio, hacerlo competitivo en el mercado por ser <<barato>> y no tanto por los beneficios que ofrece o valor agregado. En esta estrategia lo que se busca es conseguir masa crítica de clientes rápidamente, mayor distribución sin necesidad de altos márgenes, porque los beneficios se generan por la rotación de producto.

#### 4.1.1.6. Canales de Comercialización

La empresa de helados de soya optará por la distribución indirecta denominándolo canal corto, a los mayoristas, comercio y tiendas detallistas, esto implica que nuestro producto llegue a mas lugares para su consumo ver anexo 8.

#### 4.1.2. Estudio Técnico

##### 4.1.2.1. Localización

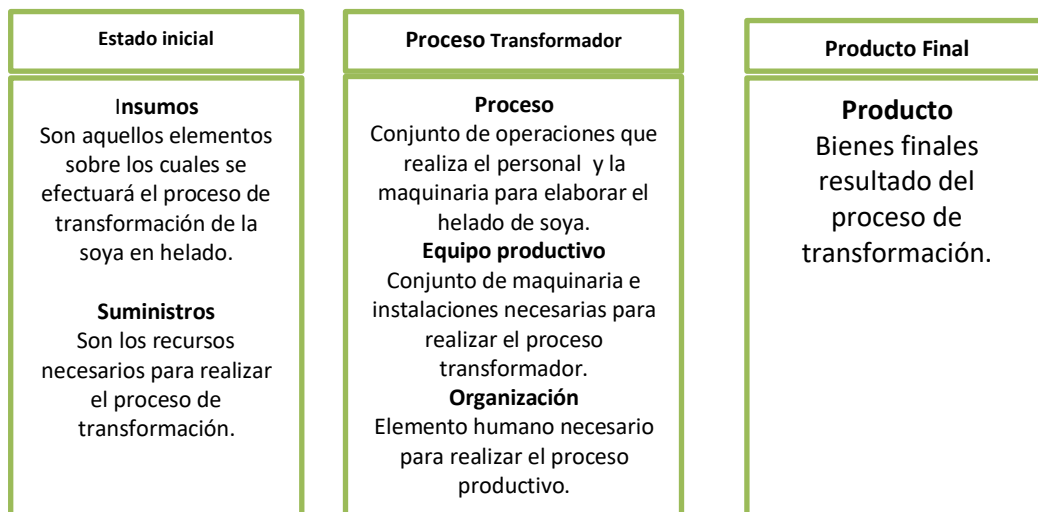
La empresa estará ubicada en la parroquia Venus del Rio Quevedo Coop. 20 de Febrero, su ubicación se determinó mediante la investigación de campo que permitió encontrar el lugar más ventajoso para el proyecto, implicando deducir costos de transportación y mayor rapidez del servicio.

##### 4.1.2.2. Tamaño

El tamaño del proyecto se lo determinó en función del estudio de mercado, localización, disponibilidad de materia prima, financiamiento y tecnología.

##### 4.1.2.3. Ingeniería del Proyecto

**Baca G. (2010)** gráfica el proceso de producción de la siguiente manera.



#### 4.1.2.3.1. Local

La empresa funcionará en un local alquilado, ubicado en la parroquia Venus del Río Quevedo Coop. 20 de Febrero.

#### 4.1.2.3.2. Máquinas y Equipo

##### Cuadro 28 Maquinarias y Equipos

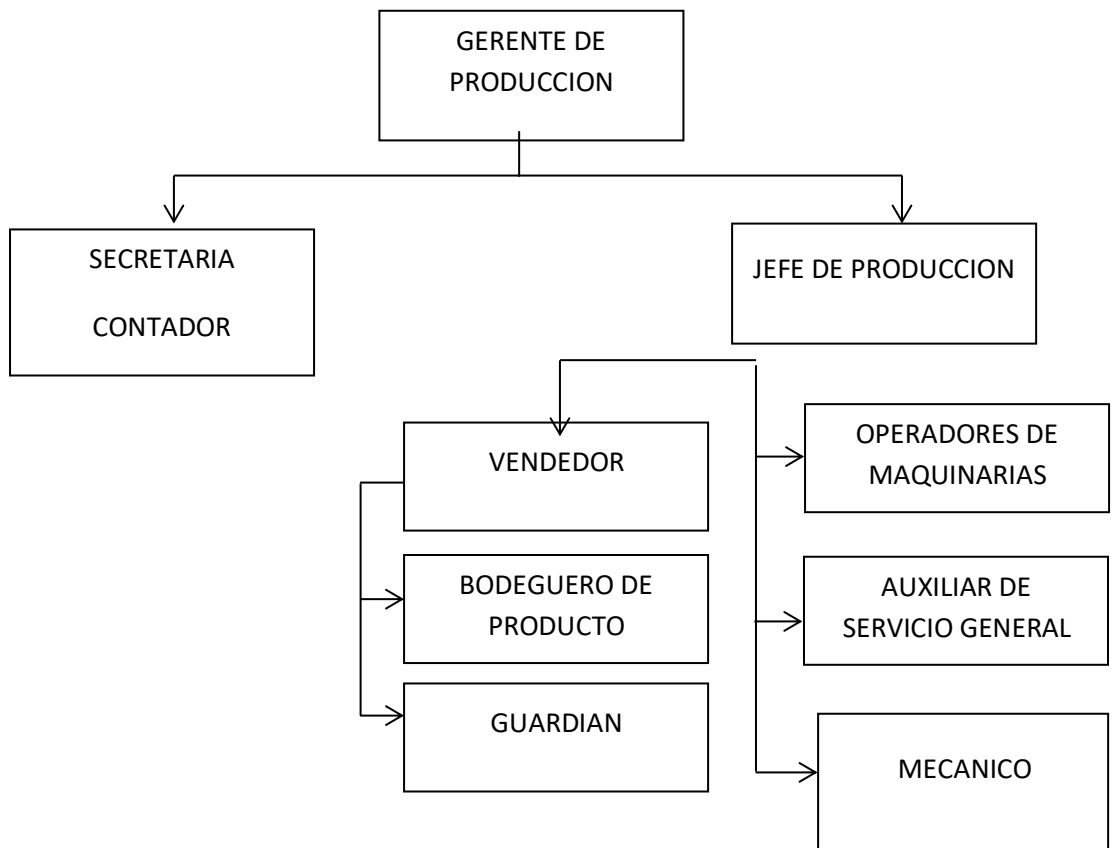
N°	Detalle
3	Licuada Industrial de 25lb. Con pedestal.
1	Vertical de 2 puertas panorámicas refrigerantes en acero inoxidable
1	Cronómetro (Cole-Parmer, Serie No. 41386824)
1	Olla de acero inoxidable (Tramontina, diámetro 16 cm)
1	Cocina Industrial 3 quemadores en acero mate
5	Storage freezer
2	Serving freezer
1	Recipientes
1	Congelador (-18 °C)
1	Balanza eléctrica (AND FS 15K, Serie No. F03 002433, Capacidad 6 kg X 0.002 kg)
1	Tapador
1	Colorflex Hunter L*a*b (Modelo 45/0, Serie No. CX0687)
1	Extintor
1	Potenciómetro (OAKTON, Serie No. 1222713)
1	Refractómetro (Hand Held Brix Refractometer, Modelo RHB - 32, Westover™, Escala 28 – 62).
1	Horno a 105 °C (Fisher Scientific).

#### 4.1.2.3.3. Muebles y Enseres

Cuadro29

N°	Descripción
5	Escritorio
9	Sillas
2	Archivadores
1	Casilleros

#### 4.1.2.3.4. Estructura Organizacional



#### **4.1.2.3.4.1. Área del Talento Humano**

El talento humano será el encargado de lograr la satisfacción de objetivos empresariales contando para ello una estructura organizacional a través del esfuerzo coordinado, de vital importancia para el funcionamiento de la empresa. Comprometidos en ofrecer un producto de alta calidad; los trabajadores están satisfechos por la organización y el ambiente familiar que les ha permitirá una mejor producción y el buen desempeño de las funciones. Siendo esto una de las mayores fortalezas de la microempresa.

#### **4.1.2.3.4.2. Proceso de Capacitación del Personal**

Inducción, presentación, ubicación de su puesto, habilitación de los recursos necesarios para la operación, información de misión, objetivos, procesos y posibilidades de desarrollo. El nuevo trabajador puede tener experiencia en algún trabajo previo o ser reciente su ingreso al mercado laboral. En cualquiera caso es muy probable que requiera capacitación. El propósito básico de un programa de capacitación es que el personal mejore su desempeño en el trabajo. La microempresa no debe considerar a la capacitación como un hecho que se da una sola vez para cumplir con un requisito legal. La capacitación más apropiada es aquella que se imparte dentro de un proceso continuo y siempre en busca de un mejoramiento de los conocimientos y habilidades de los trabajadores para que estén al día frente a los cambios repentinos que suceden en el mundo altamente competitivo de los negocios.

#### **4.1.2.3.5. Registro Sanitario**

Certificación otorgada por la Autoridad Sanitaria Nacional, para la comercialización de los productos de uso y consumo humano señalados en el artículo 137 de la ley Orgánica de Salud.

Los establecimientos, deberán inscribirse en el Registro General Sanitario de Alimentos, de acuerdo con lo dispuesto en la ley, según sean:

Los establecimientos de venta. Los establecimientos que elaboren productos exclusivamente para su venta directamente al consumidor.

El envasado se efectuará en lugares previstos a tal fin y en condiciones higiénicas satisfactorias. Sin perjuicio de lo dispuesto en las disposiciones vigentes sobre envases para uso alimentario, el envase cumplirá las normas de higiene y tendrá la solidez suficiente, para garantizar la protección eficaz de los productos contemplados en la presente Reglamentación: Los envases no se podrán reutilizar para productos contemplados en la presente Reglamentación.

#### **4.1.2.3.6. Proceso Productivo**

##### **4.1.2.3.6.1. Recepción y Selección**

En esta etapa se procede a la recepción de todos los ingredientes a utilizar en la preparación de la mezcla y se descartaran todos aquellos que presenten algún tipo de defecto.

##### **4.1.2.3.6.2. Dosimetría**

Seleccionados los insumos, se procederá al pesado de los mismos de acuerdo a la formulación de la mezcla previamente calculada en una balanza.

##### **4.1.2.3.6.3. Mezclado**

En esta etapa se procederá a unir, todos los ingredientes líquidos (leche, crema, etc.) en primera instancia y posteriormente se añadirán los sólidos (azúcar, estabilizantes, etc.). Esta operación se efectúa en los tanques de mezcla con la ayuda de un agitador. En primera instancia se mezclará la crema de leche, con la leche en polvo reconstituida, luego se aplicará calor y se agregarán los otros ingredientes secos. La adición del estabilizante se hace con la mitad del azúcar empleada, con el fin de lograr una mejor dispersión del estabilizante en la mezcla del helado. La otra mitad se añade a la temperatura

de 50°C aprox. Todos los ingredientes a sí mezclados reciben el nombre de “mezcla base”.

#### **4.1.2.3.6.4. Pasteurizado**

Por medio de esta operación se favorece la disminución de carga microbiana proveniente de los insumos utilizados o la contaminación por manipuleo (aumentando su periodo de conservación), ayuda a disolver los ingredientes de la mezclas, se produce un producto uniforme de mejor sabor. La temperatura empleada puede ser de: 80°C por 10 minutos o de 63°C por 30 min.

#### **4.1.2.3.6.5. Homogenización**

Al igual que en la leche el fin primordial es el de favorecer una mezcla uniforme, reduciendo el tamaño de los glóbulos de grasa y evitando de esta forma la separación que pudiera producirse luego.

Las mezclas homogenizadas producen un helado con más cuerpo, de textura suave, mejora la incorporación de aire durante el batido y permite el utilizar menos emulsificantes, es aquí donde agregaremos la grasa natural al helado para que el helado sea más cremoso.

#### **4.1.2.3.6.6. Moldear**

Una vez realizada la homogenización procederemos a colocarlas en los moldes.

#### **4.1.2.3.6.7. Enfriado**

Luego de pasteurizada y homogenizada la mezcla, esta pasa a ser enfriada rápidamente en una cámara de refrigeración a temperaturas entre 2 a 4°C por un tiempo de 4 a 5 horas.

#### **4.1.2.3.6.8. Maduración**

Durante esta etapa la grasa se solidifica (se torna cristalina), los estabilizantes se hinchan así como las proteínas, se mejora la suavidad y el cuerpo del helado, se aumenta la viscosidad y facilita el incremento del aire durante el batido.

#### **4.1.2.3.6.9. Congelado**

Una vez realizada correctamente los pasos anteriores encontraremos propicio un medio de congelamiento por debajo de los  $-5^{\circ}\text{C}$  llegando hasta los  $-10$  a  $-15^{\circ}\text{C}$ , por un tiempo de sólo segundos o de minutos (15 a 20), dependiendo de la eficiencia de la máquina. Durante esta operación se forman rápidamente los cristales de agua los cuales tienen que ser pequeños para tener una textura suave del helado, siendo por ello necesario el enfriamiento rápido. En el caso de adicionar cualquier tipo de fruta ésta debe hacerse antes de ser batido la mezcla.

#### **4.1.2.3.6.10. Desmoldado**

Una vez batido y congelado el helado procederemos a desmoldar.

#### **4.1.2.3.6.11. Endurecimiento**

Se realiza en las cámaras de congelación a temperaturas de  $-20$  a  $-30^{\circ}\text{C}$ , ya que la mitad del agua se congela en el batido y la otra mitad se completa en esta etapa la cual se consigue dentro de las 24hr de permanencia.

### 4.1.3. Estudio Económico

#### 4.1.3.1. Inversión

**Cuadro 30**

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
	<b>Muebles y Enseres</b>		
4	Escritorio	\$ 300,00	\$ 1.200,00
8	Silla de Espera	\$ 25,00	\$ 200,00
2	Archivadores	\$ 225,00	\$ 450,00
4	Silla Ejecutiva	\$ 65,00	\$ 260,00
1	Escritorio	\$ 420,00	\$ 420,00
1	Casillero	\$ 270,00	\$ 270,00
	<b>Subtotal de Muebles y Enseres</b>		<b>\$ 2.800,00</b>
	<b>Equipos de Oficina</b>		
1	Sumadora	\$ 80,00	\$ 80,00
4	Teléfono	\$ 75,00	\$ 300,00
1	Fax	\$ 145,00	\$ 145,00
1	Televisor	\$ 850,00	\$ 850,00
1	Copiadora	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
	<b>Subtotal de Equipos de Oficina</b>		<b>\$ 2.395,00</b>
	<b>Equipos de Computo</b>		
4	Computadora de Escritorio	\$ 850,00	\$ 3.400,00
1	Caja Registradora	\$ 400,00	\$ 400,00
4	Impresora Laser	\$ 120,00	\$ 480,00
	<b>Subtotal de Equipos de Computo</b>		<b>\$ 4.280,00</b>
	<b>Maquinas y Equipos</b>		
3	Licuada Industrial de 25lb. con pedestal	\$ 1.250,00	\$ 3.750,00
1	Cocina Industrial de 3 quemadores en Acero Mate	\$ 720,00	\$ 720,00
5	Storage Frezer	\$ 3.250,00	\$ 16.250,00
2	Serving Freezer	\$ 2.728,00	\$ 5.456,00
3	Gas Industrial de 15kg	\$ 64,00	\$ 192,00
1	Vertical de 2 puertas Panoramicas Refrigerantes en Acero Inoxidable	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00
3	Extintor	\$ 20,00	\$ 60,00
1	Balanza Eléctrica de 10/20	\$ 315,00	\$ 315,00
1	Tapador	\$ 520,00	\$ 520,00
	<b>Subtotal de Máquinas y Equipos</b>		<b>\$ 30.663,00</b>
	<b>Adecuacion del Local</b>		
1	Pintura de Paredes	\$ 350,00	\$ 350,00
1	Mano de Obra	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Conexiones de Electricidad	\$ 400,00	\$ 400,00
	<b>Subtotal Adecuacion Local</b>		<b>\$ 1.050,00</b>
	<b>Inversion Diferida</b>		
1	Registro Mercantil	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Patente Municipal	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Ministerio de Salud	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Tasa Municipal	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Acta de Inspección	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Tasa de Habilitación	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Permiso del Cuerpo de Bombero	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Diseño y Elaboración de Proyecto	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
	<b>Subtotal de Inversion Diferida</b>		<b>\$ 1.545,00</b>
	<b>Total de Activos</b>		<b>\$ 42.733,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Se muestra un detalle de la inversión fija y diferida de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y comprende una referencia sobre la adquisición de todos los activos necesario para iniciar las operaciones.

#### 4.1.3.2. Financiamiento

**Cuadro 31**

<b>Financiamiento del Proyecto</b>		
<b>Inversión Total</b>	100%	\$ 51,733.00
<b>Financiado</b>	30%	\$ 15,519.90
<b>Aportes Propios</b>	70%	\$ 36,213.10

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

La empresa estará financiada 70% de capital propio y el 30% financiamiento a través de la banca pública o privada.

#### 4.1.3.3. Tabla de Amortización

**Cuadro 32**

<b>Año</b>	<b>Préstamo</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Dividendo</b>	<b>Red Capital</b>
1	\$ 15.519,90	\$ 2.250,39	\$ 2.324,75	\$ 4.575,14	\$ 13.195,15
2	\$ 13.195,15	\$ 1.913,30	\$ 2.661,84	\$ 4.575,14	\$ 10.533,30
3	\$ 10.533,30	\$ 1.527,33	\$ 3.047,81	\$ 4.575,14	\$ 7.485,50
4	\$ 7.485,50	\$ 1.085,40	\$ 3.489,74	\$ 4.575,14	\$ 3.995,75
5	\$ 3.995,75	\$ 579,38	\$ 3.995,75	\$ 4.575,14	\$ 0,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

El monto a amortizar es 15.519,90 con un interés del 14.50% anual en un periodo de cinco años.

#### 4.1.3.4. Depreciación

**Cuadro 33**

<b>Descripción</b>	<b>Valor de Activo</b>	<b>Porcentaje de Depreciación</b>	<b>Dep. Mensual</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Dep. en 5 años</b>	<b>Valor de salvamento</b>
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 2.800,00	10%	\$ 23,33	\$ 280,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
<b>Equipos de Oficina</b>	\$ 2.395,00	10%	\$ 19,96	\$ 239,50	\$ 1.197,50	\$ 1.197,50
<b>Equipos de Computo</b>	\$ 4.280,00	33,33%	\$ 118,88	\$ 1.426,52	\$ -	\$ -
<b>Máquinas y Equipos</b>	\$30.663,00	10%	\$ 255,53	\$ 3.066,30	\$ 15.331,50	\$ 15.331,50
<b>Total de Depreciación</b>			\$ 417,69	\$ 5.012,32	\$17.929,00	\$17.929,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Demuestra los cargos de depreciación de los activos de la empresa. Y se utilizó el método de línea recta incluido el valor de salvamento.

#### 4.1.3.5. Plan de Producción

**Cuadro 34**

<b>Gastos Administrativos</b>		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente de Producción	\$ 9.000,00	\$ 9.450,00	\$ 9.922,50	\$ 10.418,63	\$ 10.939,56
1	Jefe de Control de la Producción	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
1	Secretaria	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
1	Operadores de Máquina	\$ 7.632,00	\$ 8.013,60	\$ 8.414,28	\$ 8.834,99	\$ 9.276,74
1	Auxiliar de Servicios Generales	\$ 3.816,00	\$ 4.006,80	\$ 4.207,14	\$ 4.417,50	\$ 4.638,37
3	Vendedores	\$ 11.448,00	\$ 12.020,40	\$ 12.621,42	\$ 13.252,49	\$ 13.915,12
1	Bodeguero de Producto	\$ 3.816,00	\$ 4.006,80	\$ 4.207,14	\$ 4.417,50	\$ 4.638,37
1	Guardia	\$ 3.840,00	\$ 4.032,00	\$ 4.233,60	\$ 4.445,28	\$ 4.667,54
	Aporte Patronal	\$ 5.547,35	\$ 5.824,72	\$ 6.115,95	\$ 6.421,75	\$ 6.742,84
	Décimo Cuarto	\$ 2.336,00	\$ 2.452,80	\$ 2.575,44	\$ 2.704,21	\$ 2.839,42
	Décimo Tercero	\$ 4.146,00	\$ 4.353,30	\$ 4.570,97	\$ 4.799,51	\$ 5.039,49
<b>Total de Gastos Administrativos</b>		\$ 61.781,35	\$ 64.870,42	\$ 68.113,94	\$ 71.519,63	\$ 75.095,61
			\$ 64.870,42	\$ 68.113,94	\$ 71.519,63	\$ 75.095,61
<b>Gastos Generales</b>		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Agua	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
	Energía Eléctrica	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
	Teléfono	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
	Utiles de Oficina	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
	Uniforme	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58
	Materiales de Limpieza	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
	Renta de Espacio Físico	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65
	Depreciación Muebles y Enseres	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
	Depreciación de Equipo de Computación	\$ 1.426,52	\$ 1.426,52	\$ 1.426,52	\$ -	\$ -
	Deepreciación de Equipo de Oficina	\$ 239,50	\$ 239,50	\$ 239,50	\$ 239,50	\$ 239,50
	Depreciación de Maquinarias y Equipos	\$ 3.066,30	\$ 3.066,30	\$ 3.066,30	\$ 3.066,30	\$ 3.066,30
<b>Total de Gastos Generales</b>		\$ 18.932,32	\$ 19.628,32	\$ 20.359,12	\$ 19.699,94	\$ 20.505,65

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Muestra los Gastos administrativos y los gastos generales que se necesitaran para poner en marcha el proyecto.

### 4.3.6. Costos

**Cuadro 35 Costos Fijos**

Gastos de Ventas		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Transporte	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
	Publicidad	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22
<b>Total Gastos de Ventas</b>		<b>\$ 3.600,00</b>	<b>\$ 3.780,00</b>	<b>\$ 3.969,00</b>	<b>\$ 4.167,45</b>	<b>\$ 4.375,82</b>
<b>Total Gastos Indirectos</b>		<b>\$ 84.313,67</b>	<b>\$ 88.278,74</b>	<b>\$ 92.442,06</b>	<b>\$ 95.387,02</b>	<b>\$ 99.977,08</b>
<b>Gastos de Flujo de Caja</b>		<b>\$ 79.301,35</b>	<b>\$ 83.266,42</b>	<b>\$ 87.429,74</b>	<b>\$ 91.801,22</b>	<b>\$ 96.391,28</b>
<b>Gastos Generales</b>		<b>\$ 13.920,00</b>	<b>\$ 14.616,00</b>	<b>\$ 15.346,80</b>	<b>\$ 16.114,14</b>	<b>\$ 16.919,85</b>
			<b>\$ 14.616,00</b>	<b>\$ 15.346,80</b>	<b>\$ 16.114,14</b>	<b>\$ 16.919,85</b>
<b>Depreciaciones</b>		<b>\$ 5.012,32</b>	<b>\$ 5.012,32</b>	<b>\$ 5.012,32</b>	<b>\$ 3.585,80</b>	<b>\$ 3.585,80</b>
<b>Depreciacion Acumulada</b>		<b>\$ 5.012,32</b>	<b>\$ 10.024,65</b>	<b>\$ 15.036,97</b>	<b>\$ 18.622,77</b>	<b>\$ 22.208,57</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Se presenta un detalle de los costos de producción, administración, ventas, que la empresa requiere para su funcionamiento.

**Cuadro 36 Costos de Variables**

Descripción	Cant.	Unid. Med.	Valor Unit.	Valor Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Helado en cono de 250ML	8173	ML	\$ 0,11	\$ 899,04	\$ 10.788,53	\$ 11.327,95	\$ 11.894,35	\$ 12.489,07	\$ 13.113,52
Helado en vaso de 250ML	5918	ML	\$ 0,13	\$ 769,40	\$ 9.232,82	\$ 9.694,46	\$ 10.179,18	\$ 10.688,14	\$ 11.222,55
	14092				<b>\$ 20.021,34</b>	<b>\$ 21.022,41</b>	<b>\$ 22.073,53</b>	<b>\$ 23.177,21</b>	<b>\$ 24.336,07</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

En los costos de Ventas para cada año muestra un incremento significativo lo que indica una buena producción

**Cuadro 37 Valor de la leche de soya**

Valor de la Leche de Soya por Litro			Procesado	
Detalle	QQ	Precio	Kilos	Leche de Soya
Soya en Grano	1	\$ 30,00	1,5	15LT
<b>Precio</b>			<b>\$ 2,27</b>	<b>\$ 0,15</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

**Cuadro 38 Costo de Producción del Helado de Soya en cono**

Costo de Producción Helado en Cono 250ml	
Detalle	Valor Unitario
<b>250ml de Leche de Soya</b>	\$ 0.05
<b>Saborizante</b>	\$ 0.03
<b>Cono de Harina 250ml</b>	\$ 0.03
<b>Total</b>	<b>\$ 0.11</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora

**Cuadro 39 Costo de Producción del helado de soya en vaso**

Costo de Producción Helado en Vaso 250ml	
Detalle	Valor Unitario
<b>250ml de Leche de Soya</b>	\$ 0.05
<b>Saborizante</b>	\$ 0.03
<b>Envase</b>	\$ 0.05
<b>Total</b>	<b>\$ 0.13</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora

**Cuadro 40 Costo de Producción por Unidad**

Valor Unitario	<b>0.0148</b>		<b>0.3</b>
<b>Costo del Envase</b>	100	35	
<b>Costo unitario Envase</b>	1	0.35	
<b>Etiquetas y cartón</b>	1	0.03	
Costo de Envase		35.03	0.3503
<b>Total de Costo de Producción por Unidad</b>			<b>0.6503</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora

#### 4.1.3.7. Plan de Ingresos

**Cuadro 41**

Presupuesto de Ventas							
Ingreso de Ventas	Cantidad	PVP	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Helado en Vaso de 250ML	8173	\$ 0,70	\$ 68.654,27	\$ 72.086,98	\$ 75.691,33	\$ 79.475,90	\$ 83.449,69
Helado en Cono de 250ML	5918	\$ 0,90	\$ 63.919,49	\$ 67.115,47	\$ 70.471,24	\$ 73.994,80	\$ 77.694,54
Total de Ingresos			\$ 132.573,76	\$ 139.202,45	\$ 146.162,57	\$ 153.470,70	\$ 161.144,24

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autor

Detalla los ingresos que percibirá la empresa por la venta de helados en cono y vasito 250ml cada uno.

#### 4.1.3.8. Estado de Resultado

**Cuadro 42**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 132.573,76	\$ 139.202,45	\$ 146.162,57	\$ 153.470,70	\$ 161.144,24
(-)Costo de Producción	\$ 20.021,34	\$ 21.022,41	\$ 22.073,53	\$ 23.177,21	\$ 24.336,07
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 112.552,42</b>	<b>\$ 118.180,04</b>	<b>\$ 124.089,04</b>	<b>\$ 130.293,49</b>	<b>\$ 136.808,17</b>
(-)Gastos Administrativos	\$ 61.781,35	\$ 64.870,42	\$ 68.113,94	\$ 71.519,63	\$ 75.095,61
(-)Gastos Generales	\$ 18.932,32	\$ 19.628,32	\$ 20.359,12	\$ 19.699,94	\$ 20.505,65
(-)Gastos de Ventas	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 28.238,75</b>	<b>\$ 29.901,30</b>	<b>\$ 31.646,98</b>	<b>\$ 34.906,47</b>	<b>\$ 36.831,09</b>
(-)Gastos Financieros	\$ 2.250,39	\$ 1.913,30	\$ 1.527,33	\$ 1.085,40	\$ 579,38
<b>Utilidad Antes de Part. de Trab.</b>	<b>\$ 25.988,36</b>	<b>\$ 27.988,00</b>	<b>\$ 30.119,65</b>	<b>\$ 33.821,07</b>	<b>\$ 36.251,71</b>
Participacion de Empleados	\$ 3.898,25	\$ 4.198,20	\$ 4.517,95	\$ 5.073,16	\$ 5.437,76
<b>Utilidad Antes de Imp.</b>	<b>\$ 22.090,10</b>	<b>\$ 23.789,80</b>	<b>\$ 25.601,70</b>	<b>\$ 28.747,91</b>	<b>\$ 30.813,95</b>
Impuesto	\$ 5.522,53	\$ 5.947,45	\$ 6.400,43	\$ 7.186,98	\$ 7.703,49
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 16.567,58</b>	<b>\$ 17.842,35</b>	<b>\$ 19.201,28</b>	<b>\$ 21.560,93</b>	<b>\$ 23.110,46</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

El cuadro considera las cifras investigadas sobre costos e ingresos, flujo de fondos entre otros, que sirven de base para realizar la evaluación financiera del proyecto.

#### 4.1.3.9. Punto de Equilibrio

**Cuadro 43**

Datos	
<b>Ventas</b>	\$ 132.573,76
<b>Costos Fijos</b>	\$ 84.313,67
<b>Costos variables</b>	\$ 20.021,34

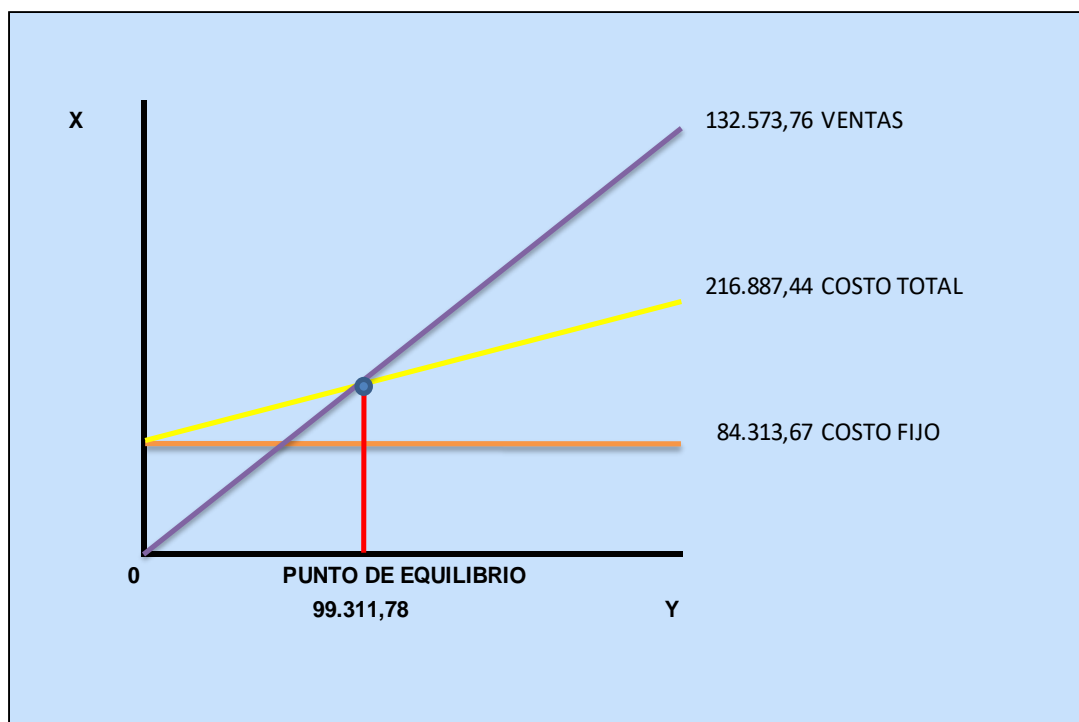
**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{1 - \text{CV}} = \frac{84313,67}{0,84898}$$
$$\text{PE} = \$ 99.311,78$$

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Demuestra el nivel de producción en el que los ingresos por ventas, son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

#### 4.1.4. Evaluación Financiera

##### 4.1.4.1. Flujo de Fondos Netos de la Inversión

**Cuadro 44**

	Concepto	Años				
		1	2	3	4	5
(+)	Utilidad Neta	16.567,58	17.842,35	19.201,30	21.560,93	23.110,46
(+)	Depreciación	5.012,32	5.012,32	5.012,32	3.585,8	3.585,8
(-)	Principal	2.324,75	2.661,84	3.047,81	3.489,74	3.995,75
(=)	Flujo de Fondos Netos	19.255,15	20.192,83	21.165,81	21.656,99	22.700,51

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Se emplea para comprobar la rentabilidad económica del proyecto.

**Cuadro 45 Cálculo de la Rentabilidad.**

Descripción	Inv. Inicial	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Flujos Netos	\$ (51.733,00)	19255,15	20192,83	21165,81	21656,99	22700,51
Flujos descontados y traídos a Valor Presente	\$ (51.733,00)	\$ 16.599,27	\$ 15.006,56	\$ 13.560,04	\$ 11.960,96	\$ 10.808,01

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Muestra la inversión inicial del proyecto y la rentabilidad que se obtendrá en cada año.

##### 4.1.4.2. Valor Actual Neto

**Cuadro 46**

VAN	\$ 24.839,92
-----	--------------

El resultado del VAN es positivo, indica que el proyecto es viable de acuerdo al valor indicado.

**Cuadro 47 Indicadores**

Suma de Flujos Descontados		\$ 67.934,84
Índice de Rentabilidad I.R.	Mayor a 1	2.43
Rendimiento Real	Mayor a 12	143.15

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Autora

Indicadores que se utilizaron para para calcular la rentabilidad de la inversión, y que sirven para rechazar o aceptar la inversión.

#### 4.1.4.3. Tasa Interna de Retorno

**Cuadro 48**

Tasa Interna de Retorno	<b>33%</b>
-------------------------	------------

La Tasa Interna de Retorno es mayor a 0 dado a que es positivo con un 33%.

**Cuadro 49 Relación Beneficio Costo**

	1	2	3	4	5	Suma	RB/C
Flujos Fondos Netos	19255,15	20192,83	21165,81	21656,99	22700,51		
F. Desc. y Traídos al Pres.	16599,27	15006,56	13560,04	11960,96	10808,01	67934,84	1,31
Inversión	51733	51733	51733	51733	51733		

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora

El beneficio del proyecto será que por cada dólar invertido se obtiene \$0,31 centavos de dólar de ganancia, con una tasa de descuento del 16%.

**Cuadro 50 Recuperación de Capital**

<b>Año1</b>	19255,15			<b>Inversión</b>	
<b>Año2</b>	20192,83	39447,98	2 años	51733	
<b>Año3</b>	21165,81			12285,02	<b>Recuperación</b>
<b>Total Años</b>	60613,79				
<b>Tiempo de recuperación del proyecto</b>				<b>0.58 años</b>	

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora

La sumatoria del año 1 y 2 es de 3.944.98 que se recuperará por los 2 años, en los 3 años tendré un valor de 60.613.79. El tiempo de recuperación que tendrá el proyecto es de 2.58 años.

## 4.2. DISCUSIÓN

Andrade C. (2010) enfatiza que la soya es una fuente de proteínas de alta calidad, debido a que su consumo genera beneficios a la salud del hombre.

Esto concuerda con lo que indica el Dr. Jorge Pamplona, master en salud pública de la Universidad de Loma Linda, California Estados Unidos, que la soya contiene pequeñas cantidades de grasa y de proteínas y en mayor proporción hidratos de carbono, vitamina y pequeñas cantidades de vitaminas del complejo B y de minerales, la semilla de soja es posiblemente el alimento natural con mayor contenido en proteínas, vitaminas y minerales.

Esto sustenta lo que muestra la encuesta de que el producto de Helados de Soya tendrá buena aceptación en el mercado de Quevedo. Siendo esta la principal ventaja para que nuestros clientes consuman un producto que beneficie su salud.

Referente al estudio técnico, Morales C. 2009, menciona que definiendo las características de los activos fijos de la planta que sean necesarios incluyendo también la materia prima, la tecnología de los equipos e instalaciones, la capacidad del personal, se lleva a cabo el proceso productivo para elaborar el producto, permitiendo llevar adelante el proyecto de investigación para la creación de una Microempresa de helados de soya.

Baca U. 2010. Indica que el análisis económico es la manifestación en término monetario de todas las evaluaciones hechas en el estudio técnico, determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto demostrando que el proyecto sobre helados de soya es viable económicamente.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

El proyecto está fundamentado en cifras y proyecciones, así como lo refleja las encuestas, que el 65% de los encuestados sí estarían dispuestos a consumir helados de soya, lo que indica que el estudio de mercado nos ayudó a reforzar la viabilidad y certeza de que el proyecto es una buena oportunidad de negocio.

El estudio técnico permitió concluir que existe la infraestructura, la tecnología, y los recursos necesarios para llevar adelante el proceso productivo, se describió todo el flujo de proceso hasta llegar el producto terminado, que es el helado de soya, dado a que en la ciudad de Quevedo no existe una microempresa que elabore dicho producto.

Mediante el estudio económico, se logró determinar la inversión que se requiere, el financiamiento, plan de ingresos y el superávit.

La evaluación financiera mostró que el proyecto es rentable al obtener la tasa interna de retorno que es del 33% y un valor actual neto de \$ 27.939,86 lo que demuestra que el proyecto es viable económicamente.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Aprovechar la disposición que tienen los clientes potenciales para consumir, siguiendo las características que señalaron les gustaría el producto.

Utilizar la tecnología disponible para emprender la producción del producto (helado de soya).

Tomar como pauta fundamental el plan de ingresos establecidos para seguir manteniendo superávit.

Ejecutar el proyecto toda vez que la rentabilidad es buena.

**CAPÍTULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE C (2010) Manual del cultivo de soya.

Baca G. (2010) *Evaluación de proyectos*, sexta edición, México: Mc Graw –Hill.

CALERO E. (2009) El cultivo de la soya en el Ecuador, primera edición.

Córdoba M. (2013) *Formulación y evaluación de proyectos*, segunda edición, Bogotá: Complemento virtual.

Flórez J. (2012) *Plan de negocios, primera edición*, Bogotá: Ediciones de la U.

Morales A. (2009) *Proyectos de Inversión evaluación y formulación*, primera edición, México; Mc Graw –Hill.

Meza J. (2010) *Evaluación financiera de proyectos*, segunda edición, Bogotá: Eco ediciones.

Pamplona J. (2003) *El poder medicinal de los alimentos*, primera edición, Argentina: editorial Safeliz, S.L.

Quico M. (2012) *Como hacer un plan de Marketing*: profit Editorial

Sapag N. (2007) *Proyectos de inversión Formulación y evaluación, primera edición*, México: Prentice Hall.

## 6.2. LINKOGRAFÍA

<http://hesslyvanesa.blogspot.com/2010/10/heladeria-catu-frio.html>

Beneficios de la soya; (2010); obtenida el 20 de mayo del 2013 de:  
<http://www.larevista.ec/orientacion/salud/la-soya-mas-que-nutritiva>.

Composición de la soya; consultado el 21 de mayo del 2013; disponible en:  
<http://www.plantasparacurar.com/composicion-de-la-soya/#more-5265>

El poder de la soya; consultado el 22 de mayo del 2013; obtenida en:  
<http://www.esmas.com/mujer/saludable/consejos/497948.html>

<http://es.scrib.com/doc/21907617/Requisitos-Para-Formar-Una-Empresa-en-El-Ecuador-y-Las-;las-Importantes-Obligaciones-Del-Empresario-Con-El-Estado>.

<http://www.researchgate.net/>

publication/48369810\_PROYECTO\_DE\_INVERSION\_PARA\_EL\_REPOSICIONAMIENTO\_DE\_UNA\_EMPRESA\_PRODUCTORA\_Y\_COMERCIALIZADORA\_DE\_HELADOS\_DE\_SOYA\_PARA\_LA\_CIUADAD\_DE\_GUAYAQUIL

<http://Fernandonegrete.files.wordpress.com/2010/07requisitos-para-formar-una-empresa-en-el-ecuador-y-las-mas-importantes-obligaciones-del-empresario-con-el-estado-doc>.

## **CAPÍTULO VII**

### **ANEXOS**

## Anexo 1 Encuesta a usuarios

### UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Encuesta para evaluar el posicionamiento de helados de soya en el Cantón Quevedo.  
Sírvese responder las siguientes preguntas:

**1. Sexo**

Masculino  femenino

**2. Qué edad tiene?**

Menor de 18 años  19 a 25  26 a 32  33 a 39   
40 a 46  y 47 en adelante

**3. Vive usted en la ciudad de Quevedo?**

Sí  No

**4. En qué sector vive?**

San Camilo   
Centro   
Venus del rio   
Guayacanes   
Otro

**5. Usted acostumbra a consumir helados?**

Sí  No

**6. Con que frecuencia los consume?**

Diario   
Semanal   
Quincenal   
Mensual

**7. Cantidad de helados que consume?**

Uno  dos  tres  cuatro  más de cuatro

**8.Cuál es la marca de helados que más consume?**

Eskimo   
Gino   
Pingüino   
Topsy   
Otros

**9. A cuál de estos lugares suele acudir para consumir helados?**

- Centros comerciales
- Tiendas
- Heladerías
- Supermercados
- Otros

**10. Como elige los helados?**

- a. Precio
- b. Sabor
- c. Marca
- d. otro

**11. Ha probado usted un helado de soya?**

Sí  No

**12. Probaría usted un helado de soya?**

Sí  No

**13. Qué tipo de aderezo le gustaría que se incluya al helado de soya?**

Frutilla  Chocolate  Pasas  Nuez  Almendra

**14. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un helado de soya?**

\$0.75  \$ 1.00  \$ 1.25  \$ 1.50

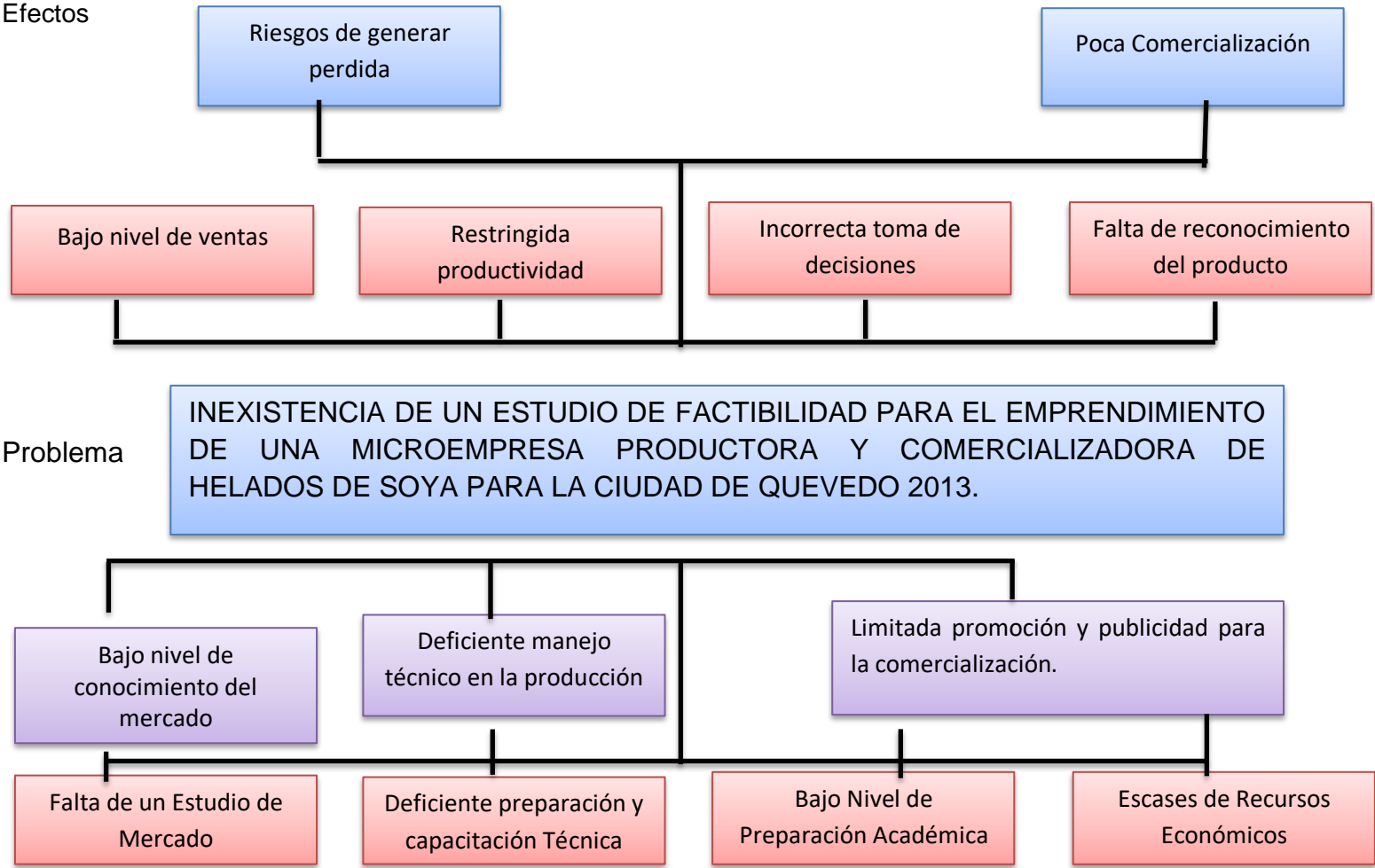
**15. En qué presentación le gustaría comprar el helado de soya?**

- Cono
- Barra
- Vasito
- Palito

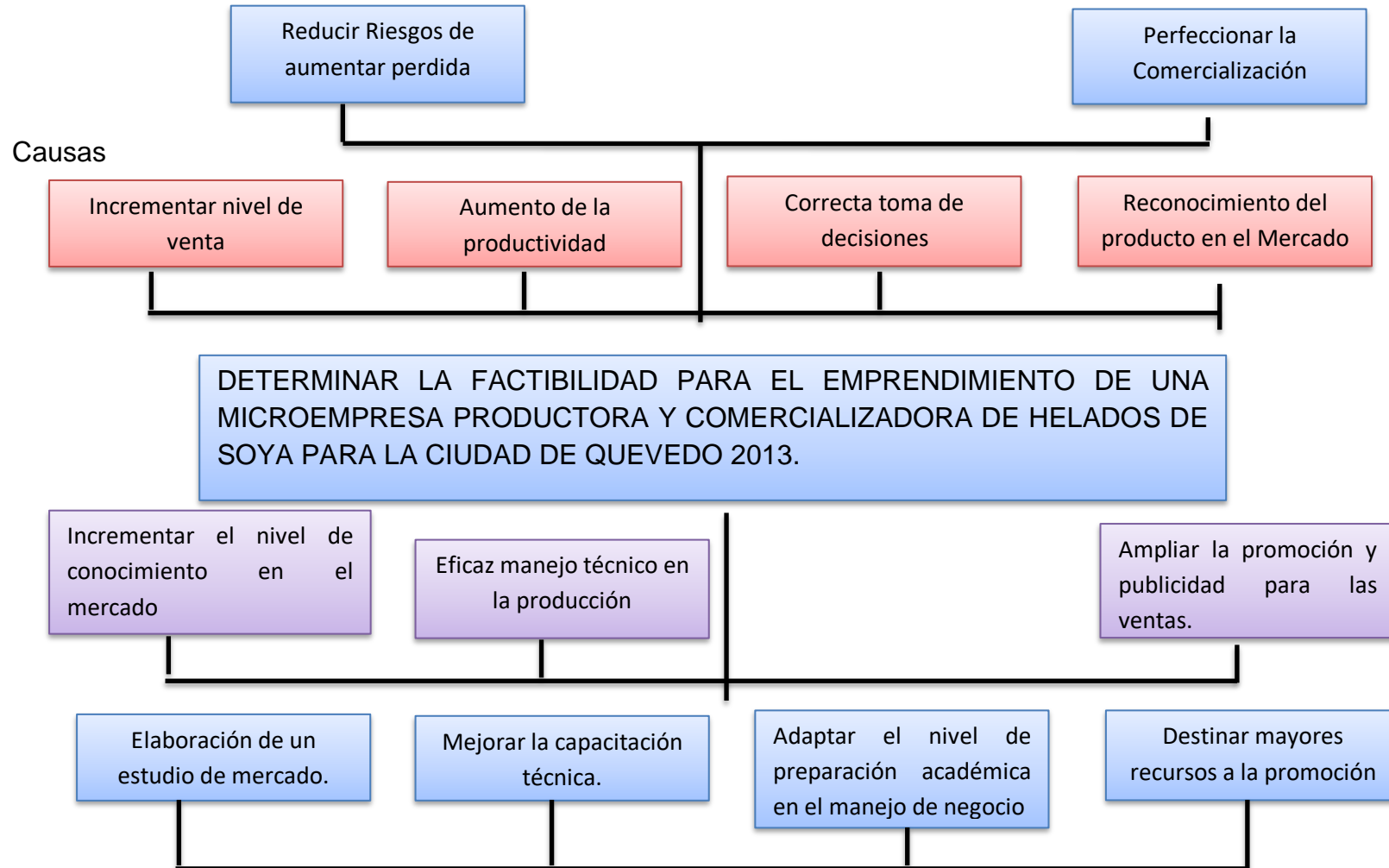
**16. Le gustaría que el helado de soya se expendan en los centros educativos?**

Sí  No

**Anexo 2 Árbol del Problema**



### Anexo 3 Árbol de Objetivos



## Anexo 4 Matriz de Marco Teórico

Objetivo general	Objetivos específicos	Marco teórico	Resultados	Conclusiones	RECOMENDACIONES
<p><b>Elaborar un Estudio de Factibilidad para el Emprendimiento de una Microempresa Productora y Comercializadora de Helados de Soya en la Ciudad de Quevedo 2013.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una investigación de mercado para establecer la oferta y demanda actual y futura del producto.</li> <li>• Determinar la factibilidad técnica, económica, financiera y organizacional para el proyecto.</li> <li>• Determinar la rentabilidad de la inversión.</li> </ul>	<p>Modelo de un estudio de factibilidad para el emprendimiento de una microempresa productora y comercialización de helado de soya, en una edad comprendida de 10 años o más en el Cantón el Quevedo, provincia de los Ríos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que se determine el mercado objetivo para el producto.</li> <li>• Contar con un diagnóstico técnico para el emprendimiento de la empresa productora de helados de soya.</li> <li>• Contar con el estudio económico y financiero para la ejecución del proyecto.</li> <li>• Que se determine la rentabilidad económica del proyecto.</li> </ul>	<p>De la población de 10 años o más del Cantón Quevedo; comprendida la cual es un elemento fundamental y considerado en la investigación del proyecto.</p>	<p>Un excelente producto diferenciado solo será posible si se maneja propicio los estándares de calidad que impliquen personal calificado, excelente atención, servicio personalizado, pero sobre todo garantía, confianza.</p>

## Anexo 5 Problematización

Efectos	Causas	Pronóstico	Control del pronóstico	Formulación del problema	Sistematización del problema
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Bajos Ingresos</b></li> <li>• <b>Poca Comercialización.</b></li> <li>• <b>Reducción en el nivel de ventas.</b></li> <li>• <b>Limitada productividad.</b></li> <li>• <b>Incorrecta toma de decisiones.</b></li> <li>• <b>Falta de reconocimiento del producto.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar los ingresos.</li> <li>• Mejorar la comercialización del producto.</li> <li>• Aumentar el nivel de ventas.</li> <li>• Aumento de la productividad.</li> <li>• Correcta toma de decisión.</li> <li>• Reconocimiento del producto en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es fundamental ofrecer un buen servicio que compense al cliente.</li> <li>• Es significativo considerar la adquisición de una infraestructura y de esta forma se disminuirá gastos operativos.</li> <li>• Es trascendental la publicidad del producto para ser reconocido en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer una buena atención que favorecerá la imagen y el progreso de la empresa.</li> <li>• Obtener una infraestructura propia que reducirá gastos.</li> <li>• Aumentar servicios innovadores en publicidad.</li> </ul>	<p>¿Cuál es la Incidencia de un Estudio de Factibilidad para el Emprendimiento de una Microempresa productora y comercializadora de helados de soya en el Cantón Quevedo?</p>	<p>¿A través del estudio de mercado se podrá establecer la oferta y demanda actual y futura del producto?</p> <p>¿A través del estudio técnico se responderá las preguntas, donde, cuando, cuanto, como y porque producir helados de soya?</p> <p>¿Se podrá a través del estudio económico y financiero determinar la inversión y costos del proyecto?</p>

## Anexo 6 Balance General

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CUENTAS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	\$ 9.000,00	\$ 27.607,43	\$ 47.561,67	\$ 68.915,70	\$ 91.208,05	\$ 115.014,27
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 9.000,00	\$ 27.607,43	\$ 47.561,67	\$ 68.915,70	\$ 91.208,05	\$ 115.014,27
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
ACTIVOS FIJOS	\$ 42.733,00	\$ 42.733,00	\$ 42.733,00	\$ 42.733,00	\$ 42.733,00	\$ 42.733,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		\$ 5.012,32	\$ 10.024,65	\$ 15.036,97	\$ 18.622,77	\$ 22.208,57
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	\$ 42.733,00	\$ 37.720,68	\$ 32.708,35	\$ 27.696,03	\$ 24.110,23	\$ 20.524,43
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	\$ 51.733,00	\$ 65.328,11	\$ 80.270,02	\$ 96.611,72	\$ 115.318,28	\$ 135.538,70
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	\$ 15.519,90	\$ 12.415,92	\$ 9.311,94	\$ 6.207,96	\$ 3.103,98	\$ -
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR						
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR						
<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 15.519,90	\$ 12.415,92	\$ 9.311,94	\$ 6.207,96	\$ 3.103,98	\$ -
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	\$ 36.213,10	\$ 36.213,10	\$ 36.213,10	\$ 36.213,10	\$ 36.213,10	\$ 36.213,10
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 16.699,09	\$ 18.045,89	\$ 19.445,69	\$ 21.810,53	\$ 23.324,40
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			\$ 16.699,09	\$ 34.744,98	\$ 54.190,66	\$ 76.001,20
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 36.213,10	\$ 52.912,19	\$ 70.958,08	\$ 90.403,76	\$ 112.214,30	\$ 135.538,70
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 51.733,00	\$ 65.328,11	\$ 80.270,02	\$ 96.611,72	\$ 115.318,28	\$ 135.538,70

## Anexo 7

