



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

Tesis de grado previa la
obtención del Título de
Ingeniera en Gestión
Empresarial

TEMA

Plan de negocios para la creación de una empresa productora y
comercializadora de tortas de helado, cantón Buena Fe año 2014.

AUTORA

Merly Narcisa Alcívar Loor

DIRECTOR

Ing. Edgar Muñoz Murillo M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2014



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

Tesis de grado previa la
obtención del Título de
Ingeniera en Gestión
Empresarial

TEMA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS DE HELADO,
CANTÓN BUENA FE AÑO 2014.

AUTORA

MERLY NARCISA ALCIVAR LOOR

DIRECTOR

ING. EDGAR MUÑOZ MURILLOM.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, **MERLY NARCISA ALCIVAR LOOR**, 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 Normativa Institucional vigente.

MERLY NARCISA ALCIVAR LOOR

C.I. 120538177-3

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Edgar Muñoz Murillo M.Sc. **CERTIFICA:** que la egresada **MERLY NARCISA ALCIVAR LOOR**, realizó el trabajo de investigación previa a la obtención del título de ingeniera en Gestión Empresarial titulada **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS DE HELADO, CANTÓN BUENA FE, AÑO 2014”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

**ING. EDGAR MUÑOZ MURILLO M.Sc.
DIRECTOR**



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

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS DE HELADO,
CANTÓN BUENA FE AÑO 2014”**

Presentado al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

APROBADO POR:

Lcdo. Manuel Montalvo Ramos M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Dra. Fresia Rizo Zamora M.Sc. **Ing. Paola Cedeño Fuentes M.Sc.**
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS **MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

QUEVEDO – ECUADOR

2014

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre Isabel Loor y mi padre Roque Alcívar por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi empeño, mi perseverancia, para conseguir mis objetivos.

A mi amiga Elicenia Vera por brindarme su amistad sincera y estar conmigo en todos y duros momentos e incentivarme a continuar aun cuando se presentaban obstáculos.

De manera especial agradezco a la Ing. Wendy Carranza, por su asesoramiento y aporte profesional haciendo posible el desarrollo total de la misma y al Ing. Edgar Muñoz Director de la Presente Tesis.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, especialmente a la Facultad de Ciencias Empresariales por su responsabilidad y alto nivel académico desarrollado en los años de estudio y de la misma manera a todos los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Merly Alcívar

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre Isabel Loor y mi padre Roque Alcívar, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento y depositando su entera confianza sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad para conseguir mis objetivos.

A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de mi tesis.

Merly Alcívar

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| CARATULA..... | i |
| HOJA EN BLANCO..... | ii |
| COPIA DE LA CARATULA..... | iii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO | iv |
| CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS | v |
| AGRADECIMIENTO | vii |
| DEDICATORIA | viii |
| ESQUEMA DE CODIFICACIÓN | xix |
| RESUMEN EJECUTIVO | xx |
| ABSTRACT | xxii |
| CAPITULO IMARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN | |
| 1.1.Introducción | 2 |
| 1.2.Problematización | 4 |
| 1.2.1.Planteamiento de problema | 4 |
| 1.2.1.1.Diagnostico | 4 |
| 1.2.2. Formulación del Problema | 5 |
| 1.2.3. Sistematización del Problema..... | 5 |
| 1.3.Justificación | 6 |
| 1.4.Objetivos | 7 |
| 1.4.1.Objetivo General | 7 |
| 1.4.2.Objetivos Específicos..... | 7 |
| 1.5.Hipótesis | 8 |
| 1.5.1.Hipótesis General..... | 8 |
| 1.5.2.Hipótesis Específicas | 8 |
| 1.6.Variables..... | 9 |

| | |
|---|----|
| 1.6.1. Variables Independientes..... | 9 |
| 1.6.2. Variables Dependientes..... | 9 |
| CAPITULO IIMARCO TEORICO | |
| 2.1. Fundamentación Teórica | 11 |
| 2.1.1. Empresa..... | 11 |
| 2.1.1.1. ¿Qué factores influyen en la viabilidad de una empresa?..... | 11 |
| 2.1.1.2. Tipos de empresa | 12 |
| 2.1.2. Definir la Idea de Negocio..... | 12 |
| 2.1.3. Plan de Negocio..... | 13 |
| 2.1.3.1. ¿Por qué tener un plan de negocios? | 13 |
| 2.1.3.2. Cualidades de un buen plan de negocios | 14 |
| 2.1.4. Estudio de Mercado | 15 |
| 2.1.4.1. Oferta..... | 15 |
| 2.1.4.1.1. Principales tipos de oferta..... | 15 |
| 2.1.4.1.2. Comportamiento de la oferta..... | 16 |
| 2.1.4.2. Demanda | 16 |
| 2.1.4.2.1. Tipos Demandas..... | 17 |
| 2.1.4.2.2. Comportamiento de la demanda..... | 17 |
| 2.1.4.3. Consumidor..... | 18 |
| 2.1.4.4. Producto..... | 18 |
| 2.1.4.5. Precio..... | 18 |
| 2.1.4.6. Comercialización..... | 19 |
| 2.1.4.7. Promoción..... | 19 |
| 2.1.4.8. Publicidad | 19 |
| 2.1.4.9. Canal de Distribución | 20 |
| 2.1.5. Estudio Técnico | 20 |
| 2.1.5.1. Tamaño del Proyecto | 20 |

| | |
|--|----|
| 2.1.5.1.1. Factores que determinan el tamaño de un proyecto | 20 |
| 2.1.5.2. Localización | 21 |
| 2.1.5.2.1. Factores que definen su localización | 21 |
| 2.1.5.2.2. Macrolocalización..... | 22 |
| 2.1.5.2.3. Microlocalización..... | 22 |
| 2.1.5.3. Ingeniería del Proyecto | 23 |
| 2.1.6. Estudio Económico y Financiero de un Proyecto | 23 |
| 2.1.6.1. Inversión | 23 |
| 2.1.6.2. Activos Fijos..... | 24 |
| 2.1.6.3. Costos variables y fijos | 24 |
| 2.1.6.4. Estado de Resultados | 25 |
| 2.1.6.5. Flujo de caja..... | 25 |
| 2.1.6.6. Punto de equilibrio | 25 |
| 2.1.7. Evaluación Financiera..... | 26 |
| 2.1.7.1. Fuente de Financiamiento..... | 26 |
| 2.1.7.2. Costos de venta | 26 |
| 2.1.7.3. Balance General | 27 |
| 2.1.7.4. Flujo de fondo neto | 27 |
| 2.1.7.5. Valor Actual Neto (VAN) | 27 |
| 2.1.7.6. Tasa Interna de Retorno (TIR) | 28 |
| 2.1.7.7. Relación Beneficio Costo | 28 |
| 2.2. Fundamentación Conceptual | 28 |
| 2.3. Fundamentación Legal..... | 31 |
| 2.3.1. Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo..... | 31 |
| 2.3.2. Matrícula de Comercio..... | 32 |
| 2.3.3. Trámites Legales para Crear una Empresa | 33 |
| 2.3.4. Requisitos | 33 |

| | |
|---|----|
| 2.3.4.1. Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyente) en el SRI | 34 |
| 2.3.4.2. Permisos Municipales | 34 |
| 2.3.4.3. Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos | 34 |
| 2.3.4.4. Permiso de Funcionamiento Emitido por el Ministerio de Salud | 35 |
| CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN | |
| 3.1. Materiales y Métodos | 36 |
| 3.1.1. Localización | 37 |
| 3.1.2. Materiales y Equipos..... | 37 |
| 3.1.3. Métodos | 38 |
| 3.1.3.1. Inductivo..... | 38 |
| 3.1.3.2. Deductivo | 38 |
| 3.1.3.3. Analítico | 38 |
| 3.2. Tipos de Investigación | 38 |
| 3.2.1. Bibliográfica | 38 |
| 3.2.2. De Campo..... | 39 |
| 3.3. Diseño de la Investigación | 39 |
| 3.3.1. Observación Directa..... | 40 |
| 3.3.2. Encuestas | 40 |
| 3.4. Población y Muestra..... | 40 |
| 3.4.1. Población | 40 |
| 3.4.2. Muestra..... | 40 |
| CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN | |
| 4.1. Resultados | 43 |
| 4.1.1. Investigación de Campo..... | 43 |
| 4.1.2. Análisis de la oferta..... | 55 |
| 4.1.3. Análisis de la demanda actual | 56 |
| 4.1.4. Análisis de la demanda futura..... | 56 |

| | |
|--|----|
| 4.1.5. Demanda Insatisfecha | 57 |
| 4.1.6. Análisis FODA..... | 57 |
| 4.1.7. Competidores Potenciales | 58 |
| 4.1.8. Definición del Producto | 58 |
| 4.1.9. Canales de Distribución | 59 |
| 4.1.10. Promoción..... | 60 |
| 4.1.11. Publicidad | 60 |
| 4.1.12. Logotipo | 60 |
| 4.1.13. Slogan..... | 61 |
| 4.2. Estudio Técnico | 61 |
| 4.2.1. Localización | 61 |
| 4.2.1.1. Macrolocalización..... | 61 |
| 4.2.1.2. Microlocalización..... | 62 |
| 4.2.2. Localización física..... | 62 |
| 4.2.3. Descripción del proceso de producción de las tortas de helado | 64 |
| 4.2.4. Estructura Organizacional..... | 66 |
| 4.3. Estudio Económico Financiero..... | 69 |
| 4.3.1. Inversión Inicial | 69 |
| 4.3.1.1. Fuentes de Financiamiento..... | 69 |
| 4.3.1.2. Detalle de los Activos Fijos | 70 |
| 4.3.1.3. Materiales y equipos de Producción | 71 |
| 4.3.1.4. Detalle del Capital Operacional..... | 73 |
| 4.3.1.5. Gastos de Ventas..... | 77 |
| 4.3.1.5.1. Proyección de los Gastos de Ventas y Gastos Operativos | 77 |
| 4.3.1.6. Depreciación | 78 |
| 4.3.1.7. Costos de Ventas proyectado de los primeros cinco años de la empresa "Galaxia" productora y comercializadora de tortas de helado | 79 |

| | |
|--|----|
| 4.3.1.8. Flujo de Caja..... | 81 |
| 4.3.1.9. Punto de Equilibrio..... | 82 |
| 4.3.1.10. Indicadores de Rentabilidad..... | 83 |
| 4.3.1.11. Relación Beneficio Costo..... | 83 |
| 4.3.4. Análisis de los objetivos..... | 84 |
| 4.4. Discusión..... | 85 |
| CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | |
| 5.1. Conclusiones..... | 88 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 89 |
| CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA | |
| 6.1 Literatura Citada..... | 91 |
| 6.2 Linkografía..... | 93 |
| CAPITULO VII..... | 94 |
| ANEXOS..... | 94 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1. Personas Consumidoras de Tortas de Helados..... | 42 |
| Cuadro 2. Frecuencia de consumo de Tortas de Helados..... | 43 |
| Cuadro 3. Tipo de Tortas de Helados..... | 44 |
| Cuadro 4. Lugar de Compra | 45 |
| Cuadro 5. Elección del Producto..... | 46 |
| Cuadro 6. Grado de Aceptación de la Torta de Helado | 47 |
| Cuadro 7. Creación de la Empresa Productora y Comercializadora..... | 48 |
| Cuadro 8. Ubicación de la Empresa Productora y Comercializadora | 49 |
| Cuadro 9. Actitud al no encontrar el producto no deseado | 50 |
| Cuadro 10. La Publicidad genera un impulso de compra | 51 |
| Cuadro 11. Medios Publicitarios | 52 |
| Cuadro 12. Marcas de tortas de helado..... | 53 |
| Cuadro 13. Proyección de la Oferta actual de las Tortas de helados | 54 |
| Cuadro 14. Proyección de la Oferta futura de las Tortas de helados..... | 54 |
| Cuadro 15. Proyección de la Demanda Años: 2014 - 2018..... | 55 |
| Cuadro 16. Proyección de la Demanda Insatisfecha | 55 |
| Cuadro 17. Análisis FODA..... | 56 |
| Cuadro 18. Inversión del proyecto | 67 |
| Cuadro 19. Financiamiento del proyecto..... | 68 |
| Cuadro 20. Tabla de Amortización..... | 70 |
| Cuadro 21. Muebles y Enseres..... | 71 |
| Cuadro 22. Equipos de Oficina | 71 |
| Cuadro 23. Costos de Constitución | 71 |
| Cuadro 24. Equipos de Producción | 70 |
| Cuadro 25. Materia Prima..... | 70 |

| | |
|---|----|
| Cuadro 26. Sueldos y Beneficios | 71 |
| Cuadro 27. Suministros de Oficina | 72 |
| Cuadro 28. Materiales de Oficina..... | 72 |
| Cuadro 29. Servicios Básicos | 73 |
| Cuadro 30. Publicidad..... | 73 |
| Cuadro 31. Total de Gastos Administrativos..... | 73 |
| Cuadro 32. Proyección de Gastos Administrativos | 74 |
| Cuadro 33. Total de Gastos de Ventas..... | 74 |
| Cuadro 34. Proyección de Gastos de Ventas | 74 |
| Cuadro 35. Total de Gastos Operativos..... | 75 |
| Cuadro 36. Depreciación | 75 |
| Cuadro 37. Proyección de los Costos de Venta..... | 76 |
| Cuadro 38. Estado de Perdidas y Ganancias proyectado..... | 77 |
| Cuadro 39. Estado de Perdidas y Ganancias proyectado..... | 78 |
| Cuadro 40. Punto de Equilibrio | 79 |
| Cuadro 41. Flujo de Caja proyectado | 79 |
| Cuadro 42. Indicadores de Rentabilidad..... | 80 |
| Cuadro 43. Rentabilidad durante los primeros cinco años | 80 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Personas Consumidoras de Tortas de Helados | 42 |
| Gráfico 2. Frecuencia de consumo de Tortas de Helados | 43 |
| Gráfico 3. Tipo de Tortas de Helados | 44 |
| Gráfico 4. Lugar de Compra..... | 45 |
| Gráfico 5. Elección del Producto..... | 46 |
| Gráfico 6. Grado de Aceptación de la Torta de Helado | 47 |
| Gráfico 7. Creación de la Empresa Productora y Comercializadora | 48 |
| Gráfico 8. Ubicación de la Empresa..... | 49 |
| Gráfico 9. Actitud al no encontrar el producto no deseado | 50 |
| Gráfico 10. La Publicidad genera un impulso de compra..... | 51 |
| Gráfico 11. Medios Publicitarios..... | 52 |
| Gráfico 12. Marcas de tortas de helado | 53 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|-----|
| Anexo 1. Encuestas | 92 |
| Anexo 2. Formulas para la proyeccion de la oferta futura..... | 95 |
| Anexo 3. Proyección de los Costos de Venta año 2014 | 96 |
| Anexo 4. Proyección de los Costos de Venta año 2015 | 97 |
| Anexo 5. Proyección de los Costos de Venta año 2016 | 98 |
| Anexo 6. Proyección de los Costos de Venta año 2017 | 99 |
| Anexo 7. Proyección de los Costos de Venta año 2018 | 100 |
| Anexo 8. Presentación del producto | 101 |
| Anexo 9. Encuestando a los Habitantes del Cantón Buena Fe..... | 102 |

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

| (DUBLIN CORE)ESQUEMA DE CODIFICACIÓN | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---|---|
| 1 | Título / Title | M | PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS DE HELADO, CANTÓN BUENA FE AÑO 2014. |
| 2 | Creador / Subject | M | Merly Narcisa Alcívar Loor. |
| 3 | Materia / Subject | M | Carrera de Ingeniera en Gestión Empresarial |
| 4 | Descripción / Description | M | La presente investigación se realizó en el Cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, el objetivo principal consiste en realizar un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado. Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, 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 | M | Merly Narcisa Alcívar Loor |
| 6 | Colaborador / Contributor | O | Ing. Edgar Muñoz Murillo M.SC. |
| 7 | Fecha / Date | M | |
| 8 | Tipo / Type | M | Tesis de Grado |
| 9 | Formato / Format | R | Programas: Microsoft Word 2010; Microsoft Excel 2010; Microsoft Power Point 2010. |
| 10 | Identificador / Identifier | M | merlyalcivar@hotmail.com |
| 11 | Fuente / Source | O | Población Habitantes del Cantón Buena Fe, Textos, Internet |
| 12 | Lenguaje / Language | M | Español |
| 13 | Relación / Relation | O | Ninguno |
| 14 | Cobertura / Coverage | O | |
| 15 | Derechos / Rights | M | Ninguno |
| 16 | Audiencia / Audience | O | Tesis de Grado |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado, ya que no existe una empresa con dichas características en el Cantón Buena Fé.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se tomó la población económicamente activa en el 2010, del Cantón Buena Fé que tiene un total 23.049 habitantes según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se aplicó la fórmula de probabilidades para calcular la muestra poblacional, la cual dio un total de 393 personas, a las que se les aplicó la encuesta para recolectar la información necesaria para la elaboración del proyecto.

Se realizó un estudio de mercado para analizar la oferta y la demanda de la tortas de helado, también se realizó un estudio técnico que determinó la estructura legal, organizacional y física de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado y por último se realizó un estudio económico financiero que reflejó los rubros económico admitiendo la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

De acuerdo al estudio de mercado, gracias a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Buena Fé, se pudo notar que el 97% de los encuestados están de acuerdo con la creación de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado, de tal manera que se observa una demanda insatisfecha, ya que no existe una empresa que produzca y comercialice dicho producto.

Por lo que se considera que un 50% están dispuestos a consumir la torta de helado, y el 100% de los encuestados señalaron que el lugar adecuado para que funcione la empresa productora y comercializadora de tortas de helado es en el centro del Cantón Buena Fé.

Con el estudio técnico se determinó los procesos de producción para las tortas de helado y los requerimientos de la materia prima e insumos y con el estudio financiero se determinó la inversión necesaria para la realización del proyecto, cuya inversión es de \$ 21.923,74 el cual será financiado con el 35% de recurso propio y el 65% con un préstamo bancario al Banco Nacional del Fomento a 5 años.

ABSTRACT

This project involves the creation of a producer and marketer of ice cream cakes business, as there is a company with these characteristics in Canton Buena Fe.

For the development of the research the economically active population was taken in 2010, the Canton Buena Fe having a total 23,049 inhabitants according to the National Institute of Statistics and Census (INEC), the probability formula was applied to calculate the sample population, which gave a total of 393 people, to which we applied the survey to collect information necessary for the development of the project.

A market study was conducted to analyze the supply and demand of ice cream cakes, a technical study that determined the legal, organizational and physical structure of the company "Galaxy" producer and marketer of ice cream cakes are also performed and finally financial economic study that reflects the economic items admitting the viability and profitability of the project was performed.

According to market research, thanks to the results of the survey of the inhabitants of Canton Buena Fe, it was noted that 97% of respondents agree with the creation of the company's "Galaxy" producer and marketer of ice cream cakes, so that unsatisfied demand is observed, since there is a company that produces and markets such products.

It is considered that 50% are willing to eat the ice cream cake, and 100% of respondents indicated that the right place for the producer and marketer of ice cream cakes business work is at the center of Canton Buena Fe.

With technical study production processes for ice cream cakes and requirements of raw materials and inputs and with the financial investment needed to study the project was determined was determined, the investment is \$ 21.923,74 which will be financed with 35% of own resource and 65% with a bank loan to the National Development Bank to 5 years.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El presente trabajo se orientó a realizar un Plan de negocio para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé de la Provincia de Los Ríos.

El plan de negocios es un instrumento que tiene como función primordial el comprobar la posibilidad de un proyecto empresarial desde el punto de vista mercadotécnico, operativo, administrativo y financiero. Como efecto es un instrumento muy utilizado para evaluar planes de inversión.

La torta de helado es ideal para estos días calurosos cuando elegimos comer postres helados y por supuesto deliciosos.

En razón de la necesidad de las personas por consumir y encontrar en el mercado una torta de helado que sea nutritiva y agradable al paladar se considera preliminarmente como una oportunidad sustentada en una idea de negocio. Ya que en el cantón no existe una empresa que produzca y comercialice tortas de helado.

Esta investigación refleja la importancia y perspectivas que tendría este producto entre los consumidores del Cantón Buena Fé, ya que las tortas de helado son un dulce muy apetecido por la mayoría de las personas, es por eso que la presente investigación va orientada a buscar la innovación dentro de un mercado que crece en demandas y exigencias.

El objetivo de esta investigación es realizar un plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado, con un debido estudio de mercado para conocer la oferta y demanda del producto, estudio económico, y financiero con el propósito de determinar la factibilidad del mismo.

Para que el lector tenga una primera representación mental y objetiva de este trabajo, se detalla de forma resumida el contenido de este documento estructurado en un esquema de capítulos.

En el capítulo I: el lector encontrara una semblanza del tema y el contenido generalizado del proyecto, la cual hace mención a la problematización, la introducción, justificación, objetivos: general y específicos, hipótesis general y específicas y la identificación de las variables dependiente e independiente.

El capítulo II: describe el marco teórico que es una explicación escrita del contenido del plan de negocios, comprendida en una fundamentación conceptual, teórica y legal.

En el capítulo III: se expone la metodología utilizada para la realización del proyecto, y que se ha considerado la más idóneas en relación a los objetivos. En primer lugar, la elección de las metodologías cualitativas y cuantitativas como muestra aplicable en los diferentes procesos, así como el diseño de la investigación la población y la muestra para conocer el número de personas a encuestar.

En el capítulo IV: se detallara el estudio de mercado, con sus respectivos análisis de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Buena Fé, además se presentaran los estudios Técnicos y Económicos-Financiero para comprobar si el proyecto es factible o rentable.

En el capítulo V: se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación que requerimos para la creación de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado.

En el capítulo VI: se detalla las referencias bibliograficas que es utilizada como soporte para el analisis del marco teorico y las bases solidas de conocimientos.

En el ultimo capitulo se presentan los anexos en la cual se encuentra las encuestas, la foto del producto y las proyecciones de los costos de las tortas de helado.

1.2. Problematización

1.2.1. Planteamiento de problema

En todas las modalidades de producción se logran muchas variedades para el consumo del ser humano, buscando satisfacer necesidades que en un mundo cambiante y que gira entorno a nuevos paradigmas, hay que hablarse de dos aspectos muy importantes frente al sector de las heladerías que ya no solo está en la balanza con dos alternativas como lo son el industrial y el artesanal sino que entra una tercera opción que compete y está abarcando cada día más un mayor renglón y es el semi-industrial en el que se toman partes de las primeras tendencias.

En el Cantón Buena Fé no existe una empresa productora y comercializadora de tortas de helado, por ello se ha considerado la necesidad de implementar una, debido a que las personas se encuentran insatisfechas ya que no existe una empresa de esta tipo dentro del cantón. Ya que se observa un crecimiento permanente de consumidores, que buscan satisfacer sus gustos y preferencias; creando mayores expectativas frente a quienes ofertan dichos productos.

Con el presente proyecto se busca determinar los diversos canales de distribución, técnicos en ventas y los diversos factores para la comercialización de las tortas de helado.

La Empresa estará dispuesta a brindar a cada uno de los clientes que visiten el establecimiento, un excelente servicio y una buena calidad en cada uno de los productos que se ofrecerán.

1.2.1.1. Diagnostico

Causas

- ❖ Inexistencia de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé.
- ❖ Demanda insatisfecha.
- ❖ Insuficiencia de emprendimiento y de recursos.

Efectos

- ❖ Demora en realizar un estudio de mercado
- ❖ Clientes insatisfechos.
- ❖ Escasos conocimiento del estudio técnico y económico

1.2.2. Formulación del Problema

¿Cómo incide un Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Tortas de Helado en el Cantón Buena Fé año 2014?

1.2.3. Sistematización del Problema

¿De qué manera se determina la aceptación de las tortas de helado y su demanda en el Cantón Buena Fé?

¿De qué manera incide el estudio técnico para la producción y comercialización de las tortas de helado?

¿Cuál será la factibilidad económica y financiera para determinar la viabilidad del proyecto?

1.3. Justificación

El estudio de este tema se basa en la carencia de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé, Provincia de los Ríos.

La importancia de esta investigación radica en ser innovadores y competitivos, trabajando de manera óptima en todas las actividades y características que requiere este plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé, que permitirá ofertar productos de calidad.

La creación de la empresa surge de la necesidad de satisfacer los varios gustos de los habitantes del Cantón Buena Fé, ya que en el mercado no existe una empresa que produzca y comercialice dicho producto.

El plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado establece todos los procesos de producción y comercialización del producto, determinando las estrategias de comercialización y su rendimiento económico y financiero.

Asimismo servirá para comprobar y constituir el emprendimiento empresarial y de esta manera desarrollar la productividad del cantón y su progreso mercantil.

De esta manera se justifica la idea de producir y comercializar tortas de helado con valor agregado, en nutritivo y a un costo competitivo que cree beneficios a quienes participan del negocio y su entorno. Analizando el posicionamiento de las tortas de helado en el mercado, así como los compradores virtuales del cantón a la cual se oferte este producto.

Es importante conocer la situación del producto, su posible viabilidad, su medio con relación a la competencia el ciclo de existencia del producto, para poder lograr una mejor figura de empresario para nuestra vida profesional.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar un Plan de Negocio para la creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Tortas de Helado en el Cantón Buena Fé año 2014.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado.
- ❖ Establecer un estudio técnico para la producción y comercialización de las tortas de helado.
- ❖ Presentar un estudio económico financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La elaboración de un Plan de Negocio incide positivamente la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé, año 2014

1.5.2. Hipótesis Especificas

- ❖ El Estudio de Mercado permite determinar y conocer la demanda actual de las tortas de helado.

- ❖ El estudio técnico define el proceso de producción y comercialización de las tortas de helado.

- ❖ El estudio económico y financiero establece los costos y gastos de inversión para determinar la viabilidad del proyecto.

1.6. Variables

1.6.1. Variables Independientes

Plan de Negocio.

Estudio de Mercado.

Estudio Técnico.

Estudio Económico y Financiero.

1.6.2. Variables Dependientes

Creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado.

Demanda actual de las tortas de helado.

Producción y comercialización de las tortas de helado.

Costos y gastos de inversión.

CAPITULO II
MARCO TEORICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Empresa

Escudero, (2010)¹, define la empresa como una realidad económica que se crea con el fin de obtener un beneficio a través del ejercicio de una actividad empresarial. También la podemos definir como una unidad de producción, cuyo objetivo es crear o aumentar la utilidad de los bienes y así poder satisfacer las necesidades humanas y sociales.

Para conseguir sus objetivos las empresas tienen que realizar una serie de funciones, que forman parte de la gestión interna y están relacionadas directa o indirectamente con su actividad principal.

2.1.1.1. ¿Qué factores influyen en la viabilidad de una empresa?

Alonso, (2010)², considera que es un solo factor el que hace que un modelo de negocio triunfe. Muchos son los aspectos internos y externos que, interconectados, condicionan su desarrollo. Por un lado, los externos (situación económica y empresarial del país, legislación, burocracia y competencia). O lo que es lo mismo, aquellos en lo que no podemos influir porque vienen definidos

¹ Escudero Serrano María José. (2010). Operaciones Administrativas de Compraventa. España. 1ª Edición. Pp. 2

² Alonso Carlos. (2010). De Ejecutivo a Empresario. España. Pp. 1

por las características culturales, políticas, administrativas, etc. que configuran la propia historia del país donde queremos implantarnos.

2.1.1.2. Tipos de empresa

López, (2010)³, menciona que hay tres tipos de empresas que son más comunes, y de un cuarto tipo, que tiene una característica peculiar que merece mencionarse:

❖ Empresas del sector primario

Se tratan de empresas que se dedican a la agricultura, la ganadería, la pesca, la minería, es decir, a la producción y ventas

❖ Empresas del sector secundario

Son empresas que elaboran sus productos a partir de recursos primarios que compran a empresas del sector primario. Son empresas “individuales” o “de fabricación”, que producen productos tangibles (que se pueden tocar), como coches, lavadoras, muebles, ordenadores, etc.

❖ Empresas del sector terciario

Son empresas que aportan valor a sus clientes, pero sin fabricar nada “tangible”. Venden servicios y comercializan productos fabricados por otros. La comercialización también es un servicio.

2.1.2. Definir la Idea de Negocio

Muñiz, (2010)⁴, considera que para presentar una idea de negocio se debe hacer una descripción precisa de las características del producto o servicio que se va a ofrecer y su utilidad. Se trata de definir y evaluar las características particulares o distintivas del producto o servicio y de las ventajas que aporta. Una idea de

³ López Martínez Francisco. (2010). La Empresa, Explicada de Forma Sencilla. Barcelona - España. 1ª Edición. Pp. 72, 74, 77, 78, 82, 83.

⁴ Muñiz Luis (2010). Guía Práctica Para Mejorar un Plan de Negocio. Barcelona. Pp.30.

negocio es un diseño corto y exacto de lo que será el negocio, por lo que es necesario tener una imagen clara sobre lo que deseas llevar a cabo.

2.1.3. Plan de Negocio

Muñiz, (2010)⁵, señala que el plan de negocio es un instrumento de trabajo que permite evaluar la posibilidad de una idea, obliga a pensar en opciones y acciones. El plan de negocio es una hoja de ruta que nos permite establecer con anticipo cual es el mejor camino a tomar para alcanzar el objetivo final. El plan de negocio sirve para definir como alcanzar los resultados propuestos, identifica los pasos, procesos y recursos que se necesitan, nos ayuda a evitar fracasos posteriores.

Los motivos que justifican la elaboración de un plan de negocio difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse.

Es necesario contar con instrumentos y metodologías que permita a los nuevos emprendedores, empresarios o responsables de promover nuevas iniciativas de negocios, tener un pronóstico lo más acertado posible sobre la viabilidad de un nuevo proyecto, la herramienta más adecuada es el plan de negocio.

2.1.3.1. ¿Por qué tener un plan de negocios?

Business, (2010)⁶, menciona que cada negocio y proyecto importante necesita un plan de negocios, una hoja de ruta para elaborar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio.

Elaborar un plan de negocio es parte del proceso de prepararse para un negocio. Un plan de negocios no es simplemente un documento que es escrito rápidamente, que se hace circular una vez y que luego es dejado en una repisa llena de polvo. No es una versión ligeramente modificada de un patrón estándar sacado de un manual de instrucciones o de un sitio de internet. Preparar un plan

⁵ Muñiz Luis (2010). Guía Práctica Para Mejorar un Plan de Negocio. Barcelona. Pp. 15, 16, 23.

⁶ Harvard Business Press. (2010). Crear un Plan de Negocios. Santiago – Chile. Pp. 4

de negocio es una actividad intensamente enfocada. Es una actividad que requiere un pensamiento honesto sobre su concepto del negocio, la oportunidad del negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas. Usted encontrará que su análisis termina en más pregunta que respuestas, entonces, el próximo paso en el proceso es hacer la investigación para responder esas preguntas.

2.1.3.2. Cualidades de un buen plan de negocios

Muñiz, (2010)⁷, considera que un plan de negocio debe cumplir con las siguientes cualidades:

- ❖ Eficaz: debe contener, ni más ni menos, todo aquello que un eventual promotor o inversor debe conocer para financiar el proyecto.
- ❖ Estructurado: debe tener una estructura simple y clara que permita ser entendido de una forma fácil.
- ❖ Comprensible: debe estar escrito con claridad, con un vocabulario preciso y conceptos muy técnicos.
- ❖ Breve: debe contener los datos necesarios y oportunos.
- ❖ Cómodo: debe ser fácil de entender y leer.
- ❖ Atractivo: las cifras y cuadros son fáciles de entender; se debe evitar los efectos especiales en los gráficos.
- ❖ El periodo de plan de negocios debería ser máximo tres años, ir más allá debe quedar justificado.
- ❖ El plan de negocio deben realizarlo los interesados aunque se puede buscar apoyo externo, el trabajo debe ser en equipo.
- ❖ Contenido: lo más importante no es el estilo y la presentación sino el contenido y la justificación de datos con argumentos.

⁷ Muñiz Luis (2010). Guía Práctica Para Mejorar un Plan de Negocio. Barcelona. Pp. 25.

2.1.4. Estudio de Mercado

2.1.4.1. Oferta

Flórez, (2010)⁸, define a la oferta como una relación que muestra las cantidades de un producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado, se trata de describir la oferta que opera en los distintos segmentos de productos o servicios presentes en el sector o subsector en que está encuadrando el proyecto, identificando a los oferentes más importantes, su estructura y principales características (ubicación, dimensión, nivel tecnológico, posicionamiento, etc.).

No es fácil estimar la oferta en un plan de negocio determinado, por cuanto la información generalmente se encuentra en poder de las empresas competidoras. Una forma de tener un rápido conocimiento de la oferta de los productos, es la observación del número de empresas que compiten en el mercado, identificando si son empresas monopolísticas, oligopolísticas o si existen muchos competidores.

2.1.4.1.1. Principales tipos de oferta

Baca, (2010)⁹, considera que con el propósito de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta. En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

⁸Flórez Andrade Julio.(2010). Como Crear y Dirigir la Nueva Empresa. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 195

⁹ Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México. 6ª Edición. Pp. 41, 42.

- a) **Oferta competitiva o de mercado libre.** En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- b) **Oferta oligopólica.** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.
- c) **Oferta monopólica.** Es en la que existe un solo productor del bien o el servicio y, por motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

2.1.4.1.2. Comportamiento de la oferta

Sapag, (2011)¹⁰, sostiene que el comportamiento de la oferta corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio. Otros elementos que condicionan la oferta es el costo de producción de un bien o servicio y la capacidad adquisitiva de los consumidores.

2.1.4.2. Demanda

Córdova, (2011)¹¹, expone que la demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo.

¹⁰ Sapag Chain Nassir. (2011). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. Chile. 2ª Edición. Pp. 55.

¹¹ Córdova Padilla Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia. Pp. 62.

2.1.4.2.1. Tipos Demandas

Córdova, (2011)¹²,manifiesta que existen varios tipos de demanda, así:

- ❖ **Demanda agregada:** consumo e inversión globales, es decir, total del gasto en bienes y servicios de una economía en un determinado periodo de tiempo.
- ❖ **Demanda derivada:** es consecuencia de otra demanda. Así, la demanda de capitales y de mano de obra depende de la demanda final de bienes y servicios.
- ❖ **Demanda elástica:** características que tienen aquellos bienes cuya demanda se modifica de forma sustancial como consecuencia de cambios en el precio de dicho bien o cambios en la renta de los consumidores.
- ❖ **Demanda inelástica:** se caracteriza porque la variación en el precio de un bien determinado apenas afecta a la variación de la cantidad demandada de ese bien. En ocasiones esta relación es incluso inexistente, y entonces se habla de total rigidez de la demanda.
- ❖ **Demanda monetaria:** función que expresa la cantidad de riqueza que las personas y las empresas guardan en forma de dinero, renunciando así a gastarlos en bienes y servicios o a invertirlos en otros activos.
- ❖ **Demanda individual:** refleja el comportamiento de un individuo o unidad consumidora en particular.
- ❖ **Demanda de mercado:** refleja las preferencias de los consumidores respecto a un determinado bien o servicio. La demanda de mercado se obtiene de agregar para cada precio las cantidades requeridas que cada una de las unidades consumidoras demandaría.

2.1.4.2.2. Comportamiento de la demanda

Sapag, (2011)¹³,agrega que en el mercado se vincula la oferta y la demanda, en el cual se determina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla.

¹²Córdova Padilla Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia.Pp. 64.

¹³ Sapag Chain Nassir. (2011). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. Chile. 2ª Edición. Pp. 46.

Debido a la multiplicidad de necesidades y a la limitación de recursos para poder satisfacer todas, el consumidor las jerarquiza definiendo una relación entre la cantidad que está dispuesto a comprar y los diferentes niveles de precio que podría asumir. Esta cantidad, conocida como cantidad demandada, representa cuánto el consumidor está dispuesto a adquirir un producto, dado un precio determinado, y no lo que desearía comprar. Al subir el precio, los consumidores tienden a disminuir la cantidad demandada de ese producto, si el resto de las variables permanecen constante. La relación entre precio y cantidad demandada.

2.1.4.3. Consumidor

Lerma y Márquez, (2010)¹⁴, definen que el consumidor es el que se beneficia del uso de un producto tangible (artículo) mediante su consumo o uso, según las características de cada tipo de producto.

2.1.4.4. Producto

Escudero, (2011)¹⁵, agrega que el producto es cualquier bien, servicio o idea que se oferta en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que pueda satisfacer una necesidad con el marketing mix, se define el producto que se va a vender, el envase y la unidad de venta. Las estrategias del producto incluyen el estudio de cuatro elementos fundamentales: cartera de productos, diferenciación de productos, marca y presentación.

2.1.4.5. Precio

Escudero, (2011)¹⁶, considera que el precio es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y su uso o consumo. Es el elemento del marketing mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia. Se diferencia del resto de los elementos del marketing mix porque

¹⁴ Lerma Kirchner Alejandro E., Márquez Castro Enrique. (2010). Comercio y Marketing Internacional. Cruz Manca – Santa Fe. 4ª Edición. Pp. 17.

¹⁵ Escudero Serrano María José. (2011). Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente. Madrid – España. Pp. 76.

¹⁶ Escudero Serrano María José. (2011). Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente. Madrid – España. Pp. 76.

es el único que genera ingresos, mientras que los demás ocasionan costes. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta los costes de producción y distribución, el margen que desea obtener y los elementos del entorno (competencia, estrategias de marketing adoptadas y objetivos establecidos).

2.1.4.6. Comercialización

Valbuena, (2010)¹⁷, expone que el proceso de comercialización, se entiende principalmente al flujo físico de mercancías hacia sus consumidores finales, al no existir este flujo físico de mercancías, este concepto se refiere a los mecanismos promocionales y publicitarios necesarios para dar a conocer dichos servicios a sus consumidores potenciales, es decir, llevarlos a ellos a través de su conocimiento.

2.1.4.7. Promoción

Lerma y Márquez, (2010)¹⁸, señalan que la promoción en sentido amplio, es el conjunto de actividades o procesos destinados a estimular al comprador potencial (distribuidores, clientes industriales y consumidores) a la adquisición de bienes, servicios, ideas, valores y estilos de vida.

La promoción en sentido estricto también se conoce como promoción de rentas y consiste en una serie de mecanismos y acciones indirectas para incentivar, a corto plazo, la compra por parte de los clientes y la venta de los canales de distribución y agentes vendedores.

2.1.4.8. Publicidad

Galindo, (2011)¹⁹, manifiesta que la publicidad permite estimular la demanda mediante esfuerzos publicitarios, se puede utilizar diferentes medios de comunicación directa e indirecta para promocionar los productos o servicios del plan de negocios.

¹⁷ Valbuena Álvarez Rubén. (2010). La Evaluación Del Proyecto En La Decisión Del Empresario. México. 1ª Edición. Pp. 210

¹⁸ Lerma Kirchner Alejandro E., Márquez Castro Enrique. (2010). Comercio y Marketing Internacional. Cruz Manca – Santa Fe. 4ª Edición. Pp. 18.

¹⁹ Galindo Ruíz Carlos Julio. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá. 1ª Edición. Pp. 71.

La forma más directa en el caso de los productos es a través del contacto directo con el cliente, algunos ejemplos son: degustaciones, exhibidores en puntos de venta, demostraciones, muestras gratis, premios y descuentos.

2.1.4.9. Canal de Distribución

Baca, (2010)²⁰, señala que un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en la que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

2.1.5. Estudio Técnico

2.1.5.1. Tamaño del Proyecto

Flórez, (2010)²¹, señala que al establecer el tamaño más adecuado de un proyecto, se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto que se trate; de todos modos, a la dimensión definitiva se llegara mediante un proceso de aproximación sucesivas.

2.1.5.1.1. Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Flórez, (2010)²², agrega que las razones por las cuales el proyecto no ofrece un mayor número de productos o servicios, entre las cuales se pueden destacar:

- ❖ **Tamaño y mercado:** este factor está condicionado al tamaño del mercado consumidor, es decir, al número de consumidores o, lo que es lo mismo, la capacidad de producción del proyecto debe estar relacionada con la demanda insatisfecha.

²⁰ Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México. 6ª Edición. Pp. 49

²¹Flórez Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 50.

²²Flórez Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 51, 52.

- ❖ **Capacidad financiera:** permite escoger entre varios tamaños, se tomara aquel que garantice obtener la rentabilidad esperada del proyecto.
- ❖ **Disponibilidad de insumos y materiales:** este factor está condicionado a la disponibilidad oportuna de insumos y materiales que faciliten la elaboración del producto final a un buen costo.
- ❖ **Tamaño y localización:** se refiere a la distribución geográfica del mercado de las materias primas y la ubicación final del proyecto; de acuerdo con la dispersión geográfica de la demanda.

2.1.5.2. Localización

Fernández, (2010)²³, define la macro localización y la micro localización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible. Algunos de los aspectos que deben ser tomados en cuenta para definir la ubicación del proyecto podrían ser los siguientes:

- ❖ Concentración geográfica de la población objetivo del proyecto
- ❖ Regulaciones urbanas para la ubicación de industrias, comercios residencias y complejos educativos
- ❖ Características de los suelos.

2.1.5.2.1. Factores que definen su localización

Galindo, (2011)²⁴, considera que el empresario debe emplear varios referentes que le permitan establecer dónde, como, cuando y cuál será el tamaño de la capacidad instalada de su empresa.

- a) Canales de distribución:** se debe evaluar cuál es el medio de transporte de las materias primas que utilizaran los proveedores, y cuál es el medio de transporte que empleara el empresario para distribuir sus productos.
- b) Mercado:** establecer los posibles canales de comercialización y distribución, con el fin de minimizar costos de distribución, averías en mercancías,

²³ Fernández Espinoza Saúl. (2010). Los Proyectos de Inversión. 1ª Edición. Pp. 43

²⁴ Galindo Ruíz Carlos Julio. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá. 1ª Edición. Pp. 46

almacenamientos y bodegajes innecesarios. De igual manera evaluar los centros y medios de distribución de los competidores, para favorecer a los consumidores.

c) Mano de obra directa e indirecta: algunos proyectos requieren de mano de obra calificada, por tal motivo es importante seleccionar y clasificar dichos trabajadores. La mano de obra es un factor decisivo en los procesos productivos y administrativos, por lo tanto es importante realizar el proceso de reclutamiento selección y admisión de los trabajadores que cumplan con los perfiles y requisitos exigidos para cada cargo.

d) Factores climáticos y medioambientales: es importante evaluar si el proyecto requiere de un clima específico, para su desarrollo. Algunos planes de negocio se desarrollan cerca de los factores productivos, con el fin de minimizar costos, tal como se destacó en los ítems anteriores.

e) Costos de: terrenos, arriendos, impuestos, servicios públicos. No todas las ciudades, regiones y pueblos, tienen los mismos costos de subsistencias. Si la ciudad es pequeña los costos de arriendo, servicios públicos, impuestos y terrenos, son más bajos.

2.1.5.2.2. Macro localización

Galindo, (2011)²⁵, expone que mediante este sistema se puede ubicar el país, región, estado o departamento donde estará ubicada la empresa y sus áreas de influencia, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Geográficos
- ❖ Climáticos
- ❖ Malla vial, fluvial, aérea o férrea

2.1.5.2.3. Micro localización

Galindo, (2011)²⁶, menciona que la macro localización permite analizar en forma específica el área de influencia de la empresa, teniendo en cuenta la ciudad, el barrio o sector y la dirección de la misma, adicionalmente se puede analizar los

²⁵ Galindo Ruíz Carlos Julio. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá. 1ª Edición. Pp. 47.

²⁶ Galindo Ruíz Carlos Julio. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá. 1ª Edición. Pp. 48.

factores locales que le permitirán evaluar su capacidad de éxito o de fracaso. Los aspectos que debe tener en cuenta son los siguientes:

- ❖ Área de influencia
- ❖ Competidores
- ❖ Clientes

2.1.5.3. Ingeniería del Proyecto

Córdova, (2011)²⁷, define el estudio de ingeniería como el conjunto de conocimiento de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. Este estudio se lo realiza de una forma aislada del resto de estudio del proyecto.

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción.

2.1.6. Estudio Económico y Financiero de un Proyecto

2.1.6.1. Inversión

Flórez, (2010)²⁸, señala que de acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio del mercado y de los estudios técnicos y administrativos del plan de

²⁷Córdova Padilla Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia.Pp. 122

²⁸ Flórez Uribe Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 79.

negocio, se procederá a determinar las necesidades de inversión en activos fijos, capital de trabajo e inversiones diferidas.

Generalmente las inversiones en los proyectos se realizan en la etapa de instalación; algunas se ejecutan durante la operación del mismo, para reemplazar equipos obsoletos o desgastados o para aumentar la producción.

2.1.6.2. Activos Fijos

Meza, (2010)²⁹, agrega que están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentran en proceso de construcción, y tiene como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa.

Los activos suelen subdividirse en tres categorías; no depreciables, depreciables y agotables. Los no depreciables son aquellos activos que tienen una vida útil ilimitada o los que en la fecha de preparación del balance general, se encuentran todavía en la etapa de construcción o montaje. Los activos depreciables son aquellos que pierden valor por el deterioro causado por el uso, la obsolescencia por avances tecnológicos y los cambios en la demanda de bienes y servicios.

2.1.6.3. Costos variables y fijos

Amat y Soldevila, (2011)³⁰, mencionan que los mismos costos son clasificados en variables o fijos en función de su relación con el nivel de actividad de la empresa.

El costo fijo es aquel que no guarda, por lo general, una relación directa con el volumen de actividad, y no varía, por tanto, ante cambio de los niveles de la misma que se puedan originar dentro de un rango relevante. Típicos de costos fijos son una buena parte de los costos de personal, amortización de inmobiliarios, alquileres, etc.

²⁹ Meza Orozco Jhonny dE Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá. 3ª Edición. Pp. 20, 114.

³⁰ Amat Oriol y Soldevila Pilar. (2011). Contabilidad y Gestión de Costes. Barcelona. 6ª Edición. Pp. 34.

El costo variable también denominado proporcional, es aquel cuyo importe depende del volumen de actividades que se prevé alcanzar. Es un costo para el que existe una correlación directa entre su importe y el volumen de actividad al que se refiere. Entre los costos variables destacan los consumos de materias primas y las comisiones de los vendedores.

2.1.6.4. Estado de Resultados

Meza, (2010)³¹, agrega que este estado financiero básico tiene como propósito calcular la utilidad o pérdida que produce una empresa o un proyecto de inversión durante un ciclo contable. Su característica principal es el registro tanto de los ingresos como de los egresos cuando, se causan, sin que sea necesario que se produzca un desembolso de dinero para registrar el gasto y una entrada de efectivo para registrar un ingreso.

2.1.6.5. Flujo de caja

Meza, (2010)³², agrega que el flujo de caja del proyecto incluye los ingresos y egresos cuando se presentan la entrada y salida de efectivo, no obstante que se excluyen algunos desembolsos, tales como los intereses, amortizaciones de préstamos y se incluyen, para efectos tributarios, egresos que no constituyen desembolso de efectivo como la depreciación y amortización. Además, incluye el valor de rescate del proyecto, que pasa a ser un ingreso determinante en la evaluación financiera del proyecto.

2.1.6.6. Punto de equilibrio

Baca, (2010)³³, define el punto de equilibrio como 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.

³¹ Meza Orozco Jhonny de Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá. 3ª Edición. Pp. 248.

³² Meza Orozco Jhonny de Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá. 3ª Edición. Pp. 249, 250.

³³ Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México. 6ª Edición. Pp. 148.

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 variables.

2.1.7. Evaluación Financiera

2.1.7.1. Fuente de Financiamiento

Flórez, (2010)³⁴, menciona que antes de evaluar una inversión, hay que establecer si los requerimientos de recursos de dinero son superiores a los resultados esperados. Si esto llegare a suceder, habría que replantear el tamaño del plan de negocio, redefinir el segmento de mercado, en fin realizar los ajustes necesarios para que el plan de negocio genere los recursos que este demande.

Las fuentes de financiamiento pueden ser de tipo interno y externo.

Fuentes Internas: es el uso de recursos propio, también tenemos el aporte que proviene de los accionistas de la empresa. Son nuevas aportaciones que los accionistas dan a la organización.

Fuentes Externas: es el uso de recursos externos mediante crédito bancario o con la participación de terceros en el capital de la empresa.

2.1.7.2. Costos de venta

Laos y Navarro, (2010)³⁵, manifiestan que es el cálculo que se efectúa para establecer cuánto nos cuesta la mercancía disponible para la venta; se involucran los costos de la materia prima consumida, la mano de obra directa contratada durante el proceso productivo y los costos indirectos de fabricación. Adicionalmente se deben tener en cuenta los inventarios iniciales y finales de materias primas, productos en procesos y producto terminado, ya que estos afectan el proceso productivo en cuanto a las unidades producidas.

³⁴ Flórez Uribe Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 85.

³⁵ Laos Sudea José, Navarro Sandra (2010). Plan de Negocio. Herramienta Fundamental Para las Empresa. Colombia. Pp. 51.

2.1.7.3. Balance General

Laos y Navarro, (2010)³⁶, exponen que el balance general se encarga de presentar financieramente la situación global de la empresa. Hay que realizarlo mensualmente para el primer año de funcionamiento y anualmente a partir del segundo año de la empresa.

Hay que describir como estar compuesto el activo de la empresa, los clientes que faltan por pagar, etc. También hay que detallar como se desglosa el pasivo de la empresa, fundamentalmente, el grado de endeudamiento externo que se alcanzara, si es a corto, mediano o largo plazo.

El balance demuestra claramente en que se ha invertido el dinero que ha entrado en la empresa por cualquier actividad.

2.1.7.4. Flujo de fondo neto

Galindo, (2011)³⁷, agrega que el flujo neto del proyecto refleja el comportamiento de los ingresos versus los costos y gastos del proyecto, las utilidades generadas permiten amortizar la inversión que realizaron los socios o accionistas, y los terceros, representados en obligaciones financieras a bancos o particulares.

2.1.7.5. Valor Actual Neto (VAN)

Aguiar, (2010)³⁸, sostiene que el valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generado por el proyecto de inversión menos el coste inicial necesario para la realización del mismo.

El valor actual neto consiste en establecer una equivalencia al momento presente entre el desembolso inicial y la sucesión de flujos futuros generados por la inversión. Aquellas inversiones cuyo VAN sea superior serán preferibles al resto

³⁶Laos Sudea José, Navarro Sandra (2010). Plan de Negocio. Herramienta Fundamental Para las Empresa.Colombia. Pp. 52, 53.

³⁷ Galindo Ruíz Carlos Julio. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá. 1ª Edición. Pp. 143, 149, 159.

³⁸ Aguiar Díaz Inmaculada. (2010). Finanzas Corporativas en la Práctica. Madrid. 2ª Edición. Pp. 87.

por cuanto que supone un incremento superior del agregado de los flujos actualizados con respecto al desembolso inicial.

2.1.7.6. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Meza, (2010)³⁹, considera al TIR como la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos descontados con la inversión. El TIR es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo.

2.1.7.7. Relación Beneficio Costo

Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

La relación beneficio costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.⁴⁰

2.2. Fundamentación Conceptual

Estudio de Mercado

Flórez,(2010)⁴¹,considera que el estudio de mercado en los proyectos de inversión, busca cuantificar los bienes o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos

³⁹ Meza Orozco Jhonny de Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá. 3ª Edición. Pp. 165.

⁴⁰<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

⁴¹ Flórez Uribe Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 51.

públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto.

Córdoba,(2011)⁴²,manifiesta que el mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

El estudio de mercado es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, además recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

Estudio Técnico

Fernández,(2010)⁴³,agrega que el estudio técnico busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. En este estudio se define y justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación.

Córdova,(2011)⁴⁴,sostiene 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 optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o servicio.

Estudio Económico

Baca,(2010)⁴⁵,define que el estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las

⁴²Córdova Padilla Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia.Pp. 89

⁴³ Fernández Espinoza Saúl. (2010). Los Proyectos de Inversión. 1ª Edición. Pp. 40

⁴⁴Córdova Padilla Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia.Pp. 92

⁴⁵ Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México. 6ª Edición. Pp. 148.

decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico, en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso.

Naveros y Del Mar (2010)⁴⁶, expresan que el estudio económico es la evolución de los resultados de la empresa y de la rentabilidad de los capitales utilizados, entendida esta en sentido amplio como la relación entre el beneficio y el capital invertido.

Estudio Financiero

Flórez,(2010)⁴⁷,señala que el estudio financiero de un plan de negocio, intervienen una serie de variables que al ser evaluadas, permite escoger la mejor alternativa. Entre las variables a considerar se encuentran el análisis detallado de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los ingresos que se esperan generar y los costos de producción y gastos de operación y financiamiento, entre otros.

Meza,(2010)⁴⁸,manifiesta que corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado y estudio técnico. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto.

⁴⁶ Naveros José Antonio, Del Mar Cabrerizo María (2010). Plan de Negocio. España.Pp. 82

⁴⁷ Flórez Uribe Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición. Pp. 86.

⁴⁸ Meza Orozco Jhonny De Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá. 3ª Edición. Pp. 158

Torta de Helado

Maritza, (2010)⁴⁹, El concepto de la torta de helado se refiere, en general, a la crema de leche combinada con saborizantes, edulcorantes y azúcar, se añade otros ingredientes como la mora, chocolate, las pasas, etc.

Torta más helado es igual a: ¡postre perfecto! No hay dudas que uno de los postres más sabrosos que podemos disfrutar, sobre todo son muy deseados por los niños, y se puede disfrutar en una fiesta durante el verano.

Los beneficios de la torta de helado son varios uno de ellos es: prepararlo con menos costo; fácil de preparar; no se necesita muchos ingredientes y lo más maravilloso es con el amor que cada persona lo prepara, decorándolo, etc. Esta exquisita torta lo preparas sin necesidad de llevar al horno con tan solo tener una refrigeradora en casa.

Con la decoración de frutas sobre la Torta de Helado ayuda con el sabor, la riqueza y la belleza de la Torta de Helado.

2.3. Fundamentación Legal

2.3.1. Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo

Artículo 1.- Objeto de la Ley

La actual Ley tiene por objeto impulsar la creación y el desarrollo de la competitividad de la Micro y Pequeña Empresa con la finalidad de insertarlas en la economía nacional e internacional, de manera que los recursos de los departamentos sean utilizados eficientemente.

Estas Micro y Pequeñas Empresas deberán tener prioridad, para lo cual se establecerá un régimen especial de apoyo y la cooperación internacional.

Artículo 2.- Definición de MYPE Descentralizada

⁴⁹<http://tortahelada.blogspot.com/> Publicado por Maritza el jueves, 14 de Octubre del 2010.

La MYPE Descentralizada es la unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial permitida en la legislación vigente; conforme a lo establecido en la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, ubicada en las distintas provincias.

La diferencia entre microempresa descentralizada y pequeña empresa descentralizada se establece de acuerdo a las siguientes características:

- ❖ La microempresa descentralizada es aquella cuyos niveles de ventas anuales no exceden las ciento cincuenta (150) Unidades Impositivas Tributarias.
- ❖ La pequeña empresa descentralizada es aquella cuyos niveles de venta anuales no exceden las ochocientas cincuenta (850) Unidades Impositivas Tributarias.

Artículo 3.- Instrumentos y mecanismos para el crecimiento y desarrollo de la competitividad de la MYPE Descentralizada

La MYPE Descentralizada utilizará como instrumentos y mecanismos para el crecimiento y desarrollo de su competitividad, adicionalmente a los establecidos en la Ley N° 28015, los siguientes:

- a) El Sistema Integrado de Asistencia Técnica a la MYPE Descentralizada;
- b) El Programa de Asistencia Financiera para la MYPE Descentralizada;
- c) El Programa de interacción entre los sistemas educativo y productivo en beneficio de la MYPE Descentralizada;
- d) El Programa de desarrollo de capacidades empresariales municipales;
- e) El Programa de Modernización Tecnológica.

2.3.2. Matrícula de Comercio

La Matrícula de Comercio, es el registro donde se inscriben las personas individuales o sociedades que ejercen habitualmente el comercio.

¿Cómo Efectuar la Matrícula de Comercio?

Art. 21.- La matrícula de comercio se llevará en la Oficina de Inscripciones del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador de la Propiedad.

Art. 22.- Toda persona que quiera ejercer el comercio se dirigirá por escrito a uno de los jueces provinciales, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con que ha de girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio.

Si fuere una sociedad la que va a establecerse, se expresará en la matrícula el nombre de todos los socios solidarios; y si varios de ellos tuvieren derecho a usar de la firma social, se acompañará el modelo de la firma de cada uno de ellos. Si fuere un solo individuo, la firma que usará en sus actos de comercio.

2.3.3. Trámites Legales para Crear una Empresa

- ❖ Darle un nombre a la empresa.
- ❖ Escritura de la Constitución de la Compañía.
- ❖ Registro mercantil
- ❖ Súper de compañías.
- ❖ Crear el RUC de tu empresa como último paso.

2.3.4. Requisitos

En general para otorgar el permiso de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario que consta en el acuerdo ministerial N° 4712 se solicitan los siguientes requisitos:

2.3.4.1. Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyente) en el SRI

- ❖ Original y copia a color de la cedula de identidad
- ❖ Original y copia del certificado de votación
- ❖ Original y copia de la escritura pública de constitución o cualquiera de los documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizara la actividad.
- ❖ Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ❖ Contrato de arrendamiento conjuntamente con el comprobante de venta valido emitido por el arrendador correspondiente a los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ❖ Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- ❖ Original y copia de los datos generales otorgada por la Superintendencia de compañías.

2.3.4.2. Permisos Municipales

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia de cedula de identidad del representante legal
- ❖ Copia del certificado de votación del representante legal
- ❖ Presentar las planillas emitidas por el departamento de salud pública o control sanitario.
- ❖ Copia d carta de pago de impuestos predial.
- ❖ Escritura de constitución de la compañía original y copia
- ❖ Dirección donde funciona la misma.

2.3.4.3. Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación:

- ❖ Solicitud de inspección del local

- ❖ Informe favorable de la inspección
- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia de cedula de Identidad del representante
- ❖ Copia de factura de compra de extintores CO2, polvo químico seco

2.3.4.4. Permiso de Funcionamiento Emitido por el Ministerio de Salud

- ❖ Solicitud del permiso de funcionamiento
- ❖ Planilla de inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- ❖ Lista de productos a elaborar
- ❖ Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondiente
- ❖ Croquis de la ubicación de la empresa
- ❖ Copia de la cedula y certificado de votación del propietario
- ❖ Copia del certificado de salud ocupacional emitido pos los centros de salud y el ministerio de salud.
- ❖ Copia del RUC
- ❖ Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Localización

La presente investigación se la realizó en el Cantón Buena Fé, Provincia de los Ríos, al Sur de Quevedo, al Norte limita con la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, al Este con el Cantón Valencia y al Oeste con la Provincia de Manabí.

3.1.2. Materiales y Equipos

Los materiales y equipos que se utilizaron en la investigación fueron:

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
|--------------------|-----------------|
| Computadora | 1 |
| Horas de internet | 110 |
| Scanner Impresora | 1 |
| Resmas de hojas A4 | 3 |
| Pen Drive | 1 |
| Calculadora | 1 |
| Cámara Digital | 1 |
| Copias | 274 |
| Anillados | 5 |
| Carpetas | 2 |
| Lápiz | 2 |
| Borrador | 2 |
| Bolígrafos | 3 |
| Cuadernos | 1 |
| CD - RW | 6 |
| Empastados | 2 |

3.1.3. Métodos

3.1.3.1. Inductivo

A través de este método se realizó un estudio del proceso productivo y financiero de la empresa productora y comercializadora de tortas de helados, la información obtenida por medio de las encuestas servirá para la elaboración del proyecto y establecer conclusiones al final de la investigación.

3.1.3.2. Deductivo

Este método ayudó a definir los estados financieros y la información necesaria en el presente trabajo investigativo para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, cuya aplicación sea de carácter general.

3.1.3.3. Analítico

Permitió realizar en el presente trabajo de investigación el análisis del plan de viabilidad aplicando como instrumento encuestas para determinar la oferta y la demanda del producto, además se realizó un análisis y estudio financiero, costos fijos y variables que intervienen en el proceso de producción para cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Bibliográfica

Este tipo de investigación permitió estudiar, evaluar y buscar fuentes de consulta primarias y secundarias de libros, internet, entre otros, que servirán para la elaboración de la fundamentación teórica, sustentar el tema y el problema de investigación.

3.2.2. De Campo

Este tipo de investigación permitió al investigador extraer los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos como la encuesta con el fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

3.3. Diseño de la Investigación

Para adquirir la información necesaria se aplicó la encuesta con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, que permitieron conocer las formas y gustos de los posibles clientes, también se realizó varios análisis enfocados al mercado como; los costos de insumos, los consumidores, etc., con la finalidad de que la investigación sea clara y precisa. Así mismo se utilizó modelos estadísticos, que sirvieron en el cálculo de la muestra para facilitar la aplicación de la encuesta y la elaboración de gráficos para una mejor comprensión de los resultados.

Es una investigación cuantitativa, porque con la extracción de las encuestas que se realizaron a los habitantes del Cantón Buena Fé y la recolección de información técnica y financiera se podrá establecer un estudio para determinar la rentabilidad del proyecto.

La investigación esta complementada por el uso de fuentes primarias como es la Observación Directa que se concluyó que no existe una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé. También se aplicó una encuesta con el fin de conocer, recoger datos y saber si están de acuerdo con el nuevo emprendimiento de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado.

El uso de fuentes secundarias se realizó a través de la investigación bibliográfica en textos, libros, trabajos de investigación, folletos, internet y la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) que sustenta el trabajo investigativo y de esta manera elaborar el plan de negocio. Se hizo el uso de las siguientes técnicas e instrumentos:

3.3.1. Observación Directa

Se aplicó esta técnica para la revisión de datos reales, publicaciones y documento que permitieron obtener información oportuna sobre el tema a investigar así como identificar cuáles son los gustos y preferencias de los habitantes del Cantón Buena Fé.

3.3.2. Encuestas

Este instrumento será aplicado a los habitantes del Cantón Buena Fé para conocer las directrices y recopilar la información necesaria, mediante un cuestionario de preguntas, para comprobar o negar la hipótesis.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) La población del cantón Buena Fé es de 63.148 habitantes, en el año 2010, lo cual representa del total de la Provincia de Los Ríos un 7,3%; 38.263 habitantes pertenece a la zona urbana, 24.885 habitantes pertenece a la zona rural. Ha crecido en el último periodo a un ritmo del 3,2% promedio anual.

La Población económicamente activa en el 2010 es de 23.049 habitantes.

3.4.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se considerará el muestreo probabilístico aleatorio simple. Esta técnica permitirá generalizar los resultados que se obtendrán a partir de una muestra hacia toda la población.

Para obtener la muestra se aplicara la siguiente fórmula, para poblaciones finitas:

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

Cálculo:

n= Tamaño de la muestra

N = Universo objetivo 23.049 (PEA, 2010)

E = Margen de error 5% = 0,05

Aplicación de la Ecuación:

$$n = \frac{23049}{0,05^2(23049 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{23049}{58,62}$$

$$n = 393$$

La muestra representativa es de 393 personas del cantón Buena Fé.⁵⁰

⁵⁰<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Investigación de Campo

Pregunta 1: ¿Es Ud. Consumidor de tortas de helado?

Cuadro 1. Personas Consumidoras de Tortas de Helado.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 383 | 97% |
| No | 10 | 3% |
| Total | 393 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

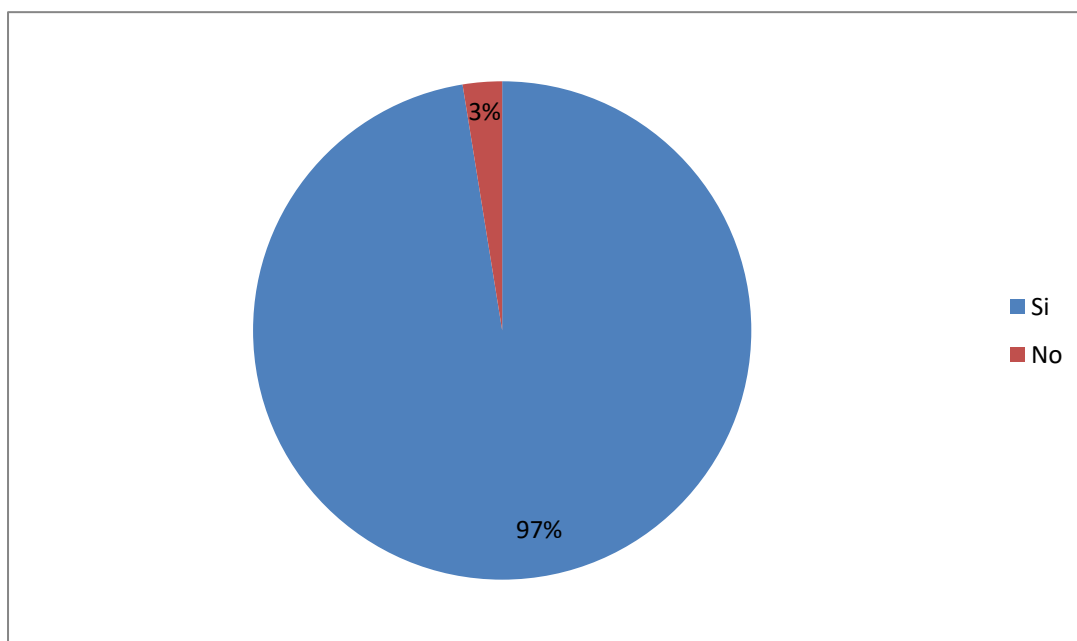


Gráfico 1. Personas Consumidoras de Tortas de Helado.

Análisis:

El 97% de los encuestados son consumidores de tortas de helado y el 3% indicó que no. Esto nos indica que la mayoría de los habitantes del Cantón Buena Fé admiten ser consumidores de tortas de helado.

Pregunta 2: ¿Con que frecuencia consume torta de helado?

Cuadro 2. Frecuencia de consumo de Tortas de Helado.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Diario | 0 | 0% |
| Semanal | 10 | 3% |
| Mensual | 253 | 66% |
| Una vez al año | 120 | 31% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

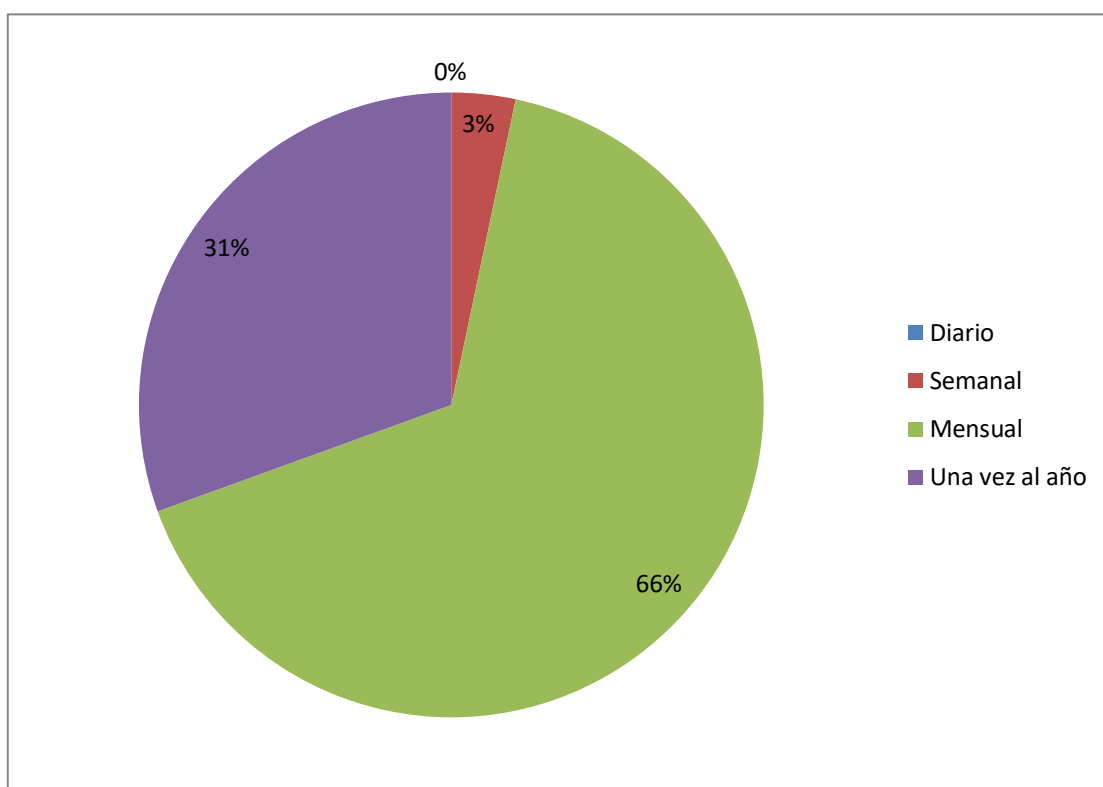


Gráfico 2. Frecuencia de consumo de Tortas de Helado

Análisis:

La frecuencia de consumo de tortas de helado por parte de los habitantes del Cantón Buena Fe es, el 66% mensual, el 31% su frecuencia de consumo es anual y el 3% su consumo es semanal. Esto nos indica que la mayoría de los habitantes del Cantón Buena Fé consumen tortas de helado mensualmente.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de torta de helado Ud. consume?

Cuadro 3. Tipo de Tortas de Helado.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Grande | 263 | 69% |
| mediana | 109 | 28% |
| Pequeña | 11 | 3% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

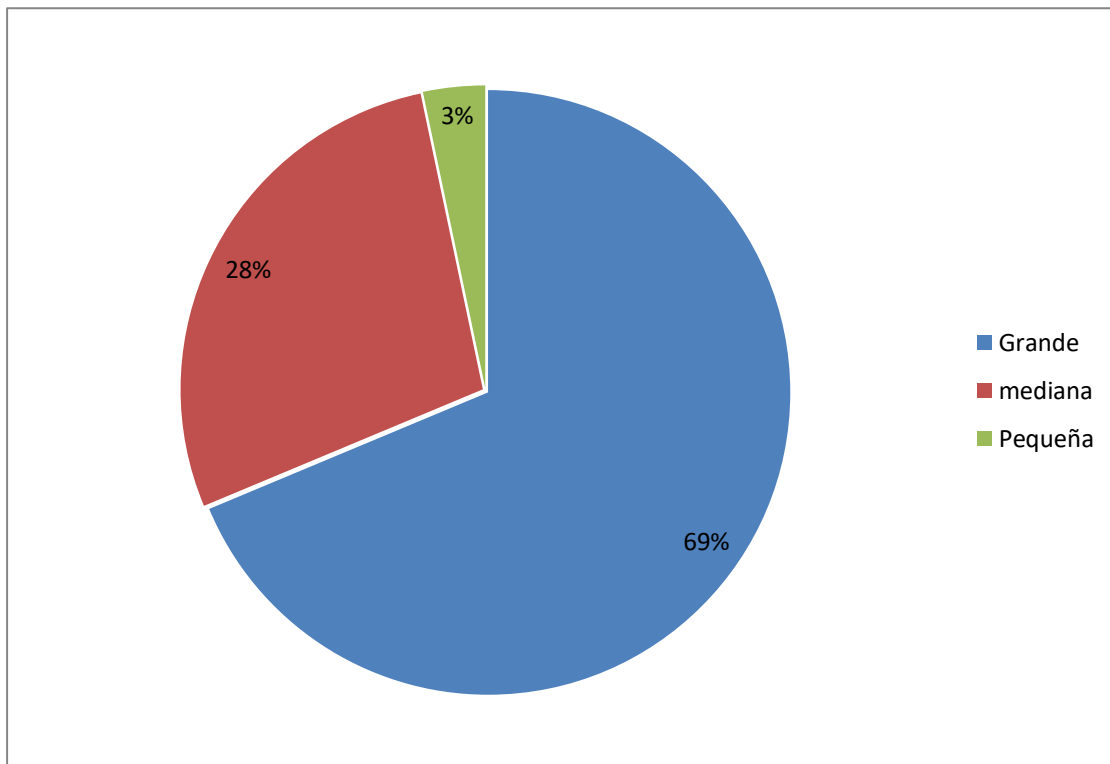


Gráfico 3. Tipo de Tortas de Helado.

Análisis:

Indica que el 69% de los encuestados consumen tortas de helado tamaño grande, el 28% mediana y el 3% pequeña. Esto nos indica que la mayoría de los habitantes del Cantón Buena Fé prefiere adquirir una torta de helado de la grande.

Pregunta 4: ¿En cuál de estos lugares adquiera las tortas de helado?

Cuadro 4. Lugar de Compra

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|-------------|
| Comisariatos | 78 | 20% |
| Tiendas | 19 | 5% |
| Supermercados | 22 | 6% |
| Heladerías | 264 | 69% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

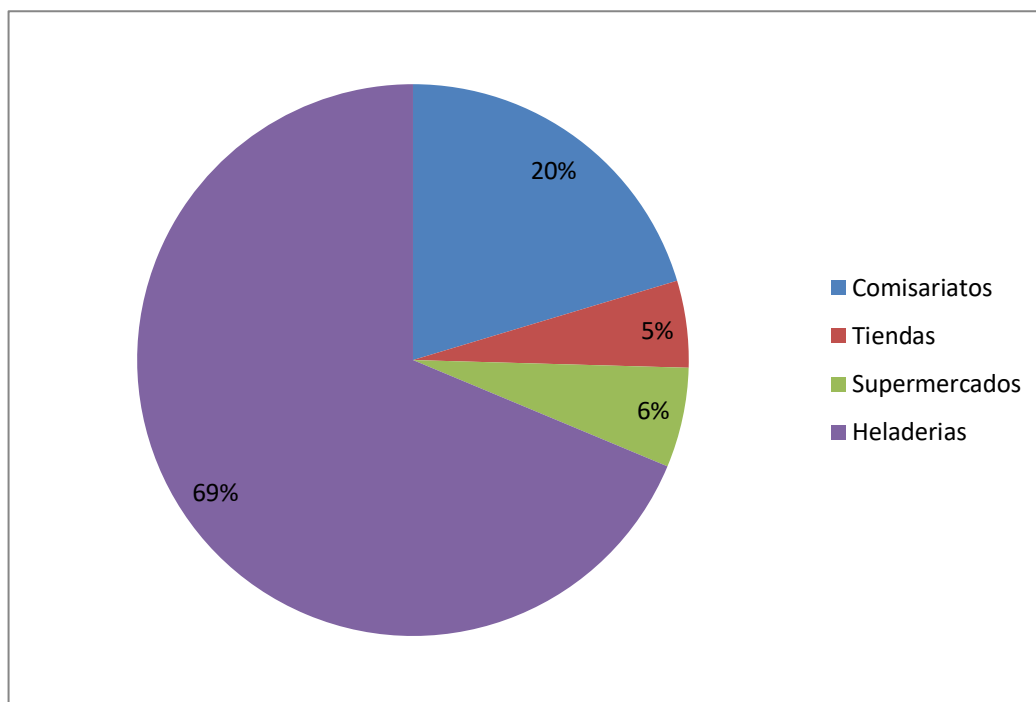


Gráfico 4. Lugar de Compra

Análisis:

En el cuadro y gráfico 4. El 69% de las personas encuestadas manifiestan que adquieren las tortas de helado en las heladerías, el 20% en los comisariatos, el 6% en los supermercados y en menor cantidad en las tiendas. Esto nos indica que los habitantes del Cantón Buena Fé prefieren adquirir dicho producto en una heladería.

Pregunta 5: ¿Qué considera al momento de escoger un producto?

Cuadro 5. Elección del Producto

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Precio | 3 | 1% |
| Buena atención | 15 | 4% |
| Calidad | 275 | 72% |
| Marca | 90 | 23% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

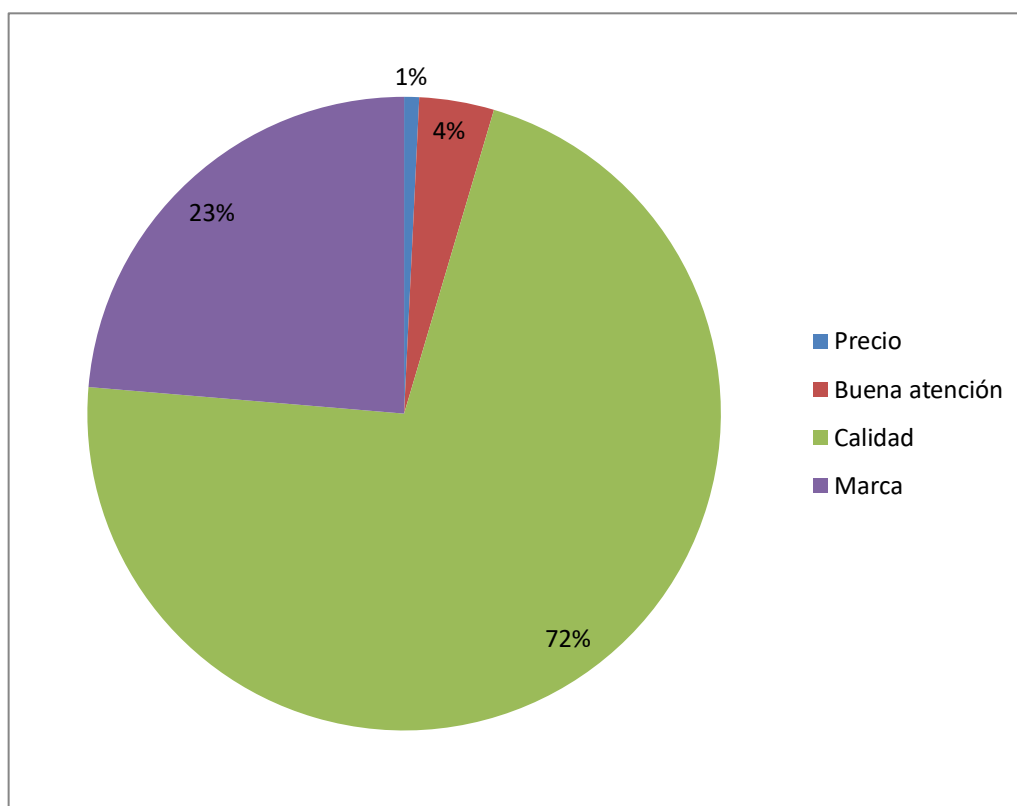


Gráfico 5. Elección del Producto

Análisis:

Lo que más le atrae al consumidor a la hora de adquirir la torta de helado con el 72% la calidad de la torta, 23% la marca del producto, 4% la buena atención y en menor cantidad el precio. Esto nos indica que los habitantes del Cantón Buena Fé al momento de elegir su torta de helado se fijan en la calidad de dicho producto.

Pregunta 6: ¿Qué nivel de aceptación tiene Ud. Sobre las tortas de helado?

Cuadro 6. Aceptación de las Tortas de Helado

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Bueno | 373 | 97% |
| Malo | 8 | 2% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Regular | 2 | 1% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

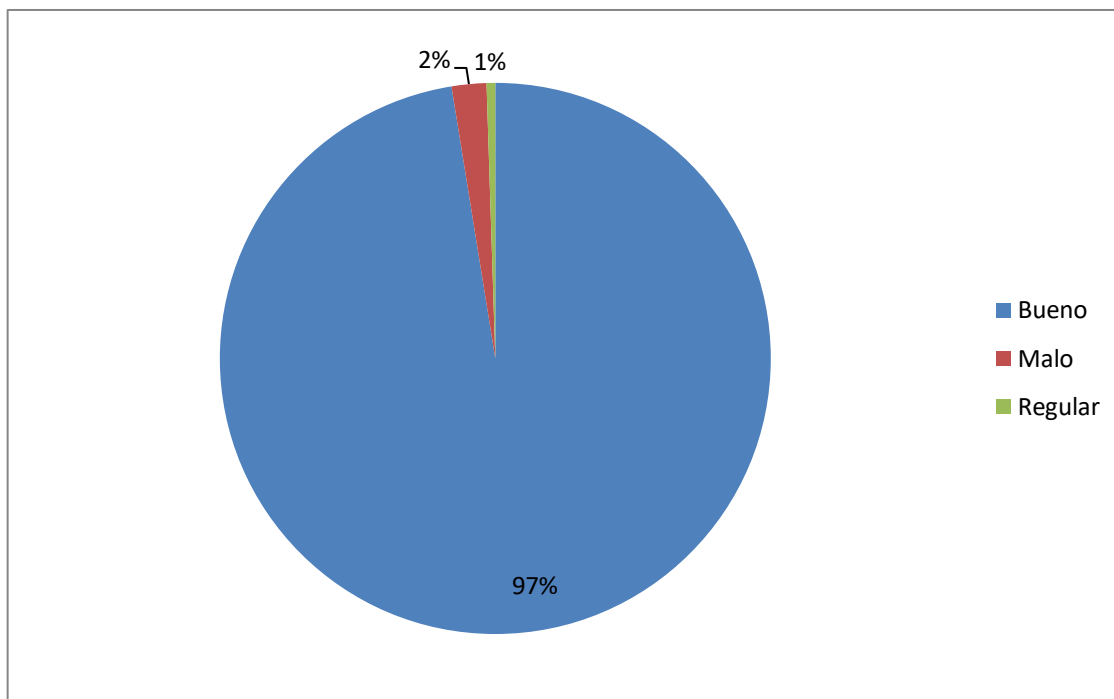


Gráfico 6. Aceptación de la Tortas de Helado

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Buena Fe el 97% tienen buena aceptación sobre las tortas de helado, el 2% malo y el 1% regular. Esto nos indica que la mayoría de los habitantes del Cantón Buena Fé si tienen buena aceptación sobre el producto.

Pregunta 7: ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado?

Cuadro 7. Creación de la Empresa Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Si | 373 | 97% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| No | 10 | 3% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

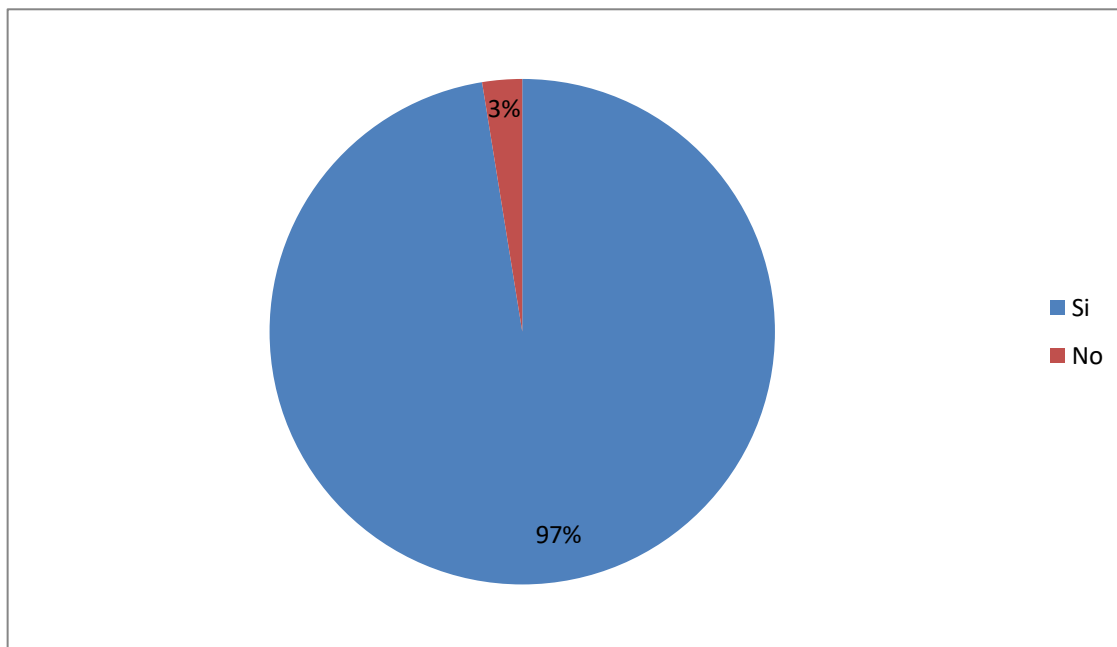


Gráfico 7. Creación de la Empresa Productora y Comercializadora de Tortas de Helado.

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 97% de los habitantes del Cantón Buena Fé están de acuerdo con la creación de la empresa productora y comercializadora de tortas de helado y el 3% no están de acuerdo. Esto nos indica que la creación de la empresa productora y comercializadora si tiene buena aceptación.

Pregunta 8: ¿En qué lugar del Cantón Buena Fé le gustaría que esté ubicada la empresa productora y comercializadora de tortas de helado?

Cuadro 8. Ubicación de la Empresa Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

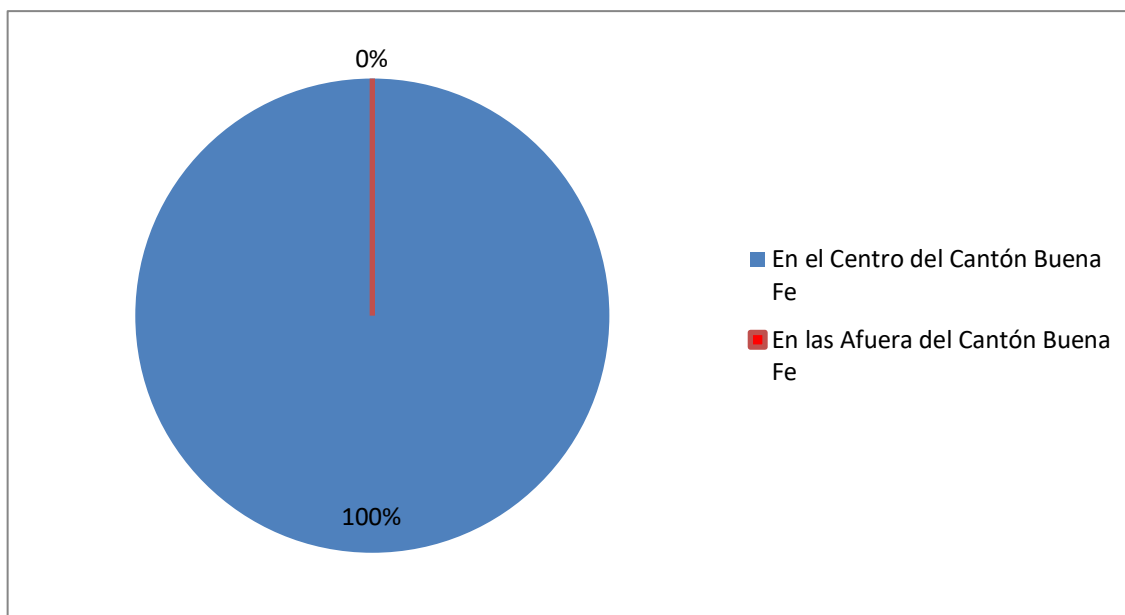
| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
|-------------|------------|------------|

| | | |
|-----------------------------------|------------|-------------|
| En el Centro del Cantón Buena Fè | 373 | 100% |
| En las Afuera del Cantón Buena Fè | 0 | 0% |
| Total | 373 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8. Ubicación de la Empresa Productora y Comercializadora



de Tortas de Helado

Análisis:

Los habitantes del Cantón Buena Fé indicaron que les gustaría que la empresa productora y comercializadora de tortas de helado este ubicada en el Centro del Cantón. Ya que de esta manera está más cerca para poder adquirir el producto.

Pregunta 9: ¿Al asistir a una heladería y al no encontrar el producto deseado que actitud toma?

Cuadro 9. Actitud al no encontrar el producto no deseado

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| No compra | 76 | 20% |
| Acude a otro lugar | 272 | 71% |
| Adquiere otro producto | 35 | 9% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Total | 383 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

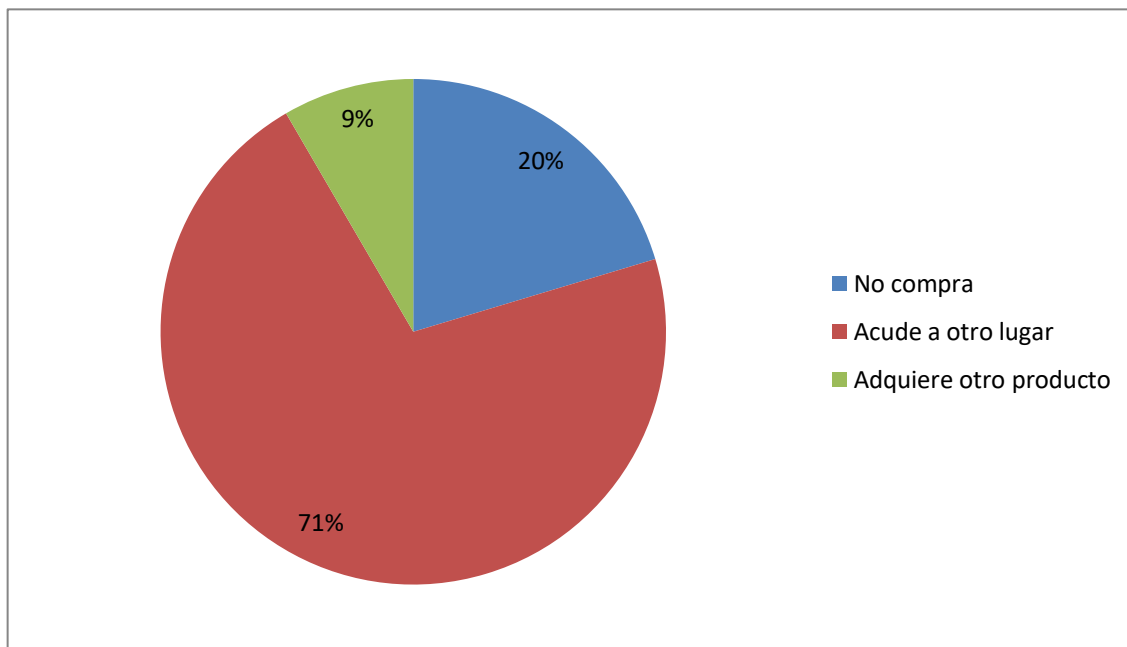


Gráfico 9. Actitud al no encontrar el producto no deseado

Análisis:

En el cuadro y gráfico 9. El 71% de las personas encuestadas manifiestan que acuden a otro lugar al no encontrar el producto deseado, el 20% no compra y el 9% adquiere otro producto. Esto nos indica que la mayoría de los habitantes del Cantón Buena Fé al no encontrar el producto deseado prefieren acudir a otro lugar a comprar su producto.

Pregunta 10: ¿Considera Ud. Que la publicidad de tortas de helado genera un impulso de compra?

Cuadro 10. La Publicidad genera un impulso de compra

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 373 | 97% |
| No | 10 | 3% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

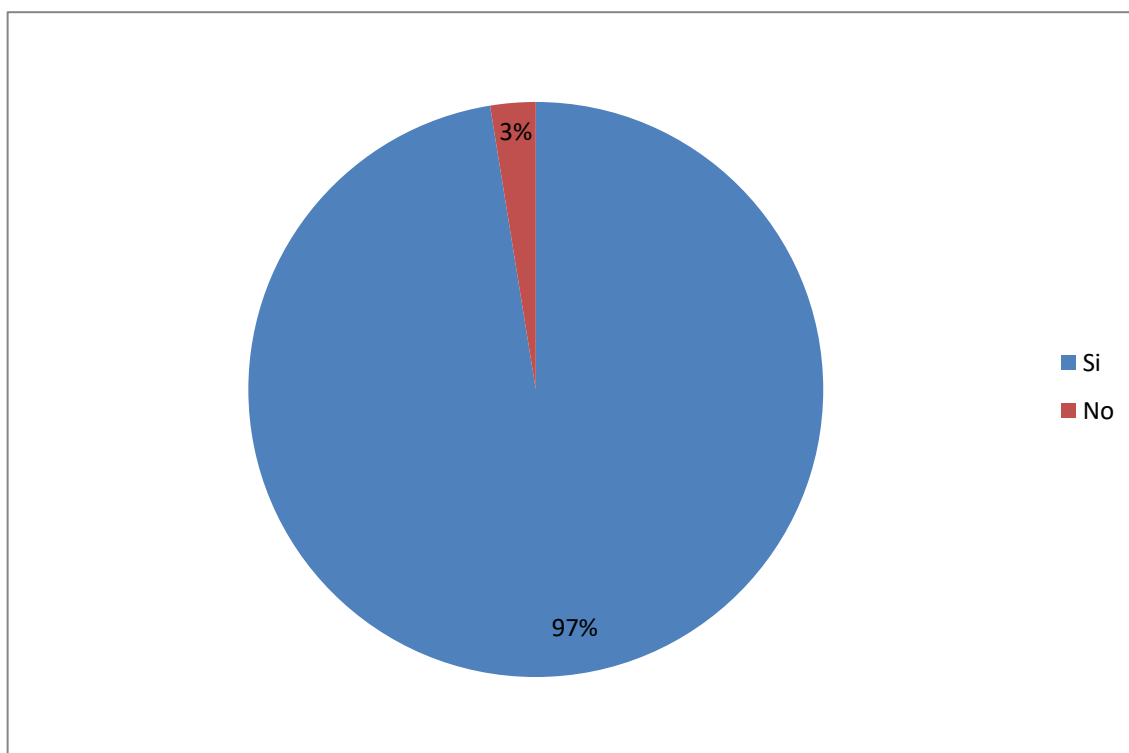


Gráfico 10. La Publicidad genera un impulso de compra

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Buena Fé el 97% indicaron que la publicidad genera un impulso de comprar y el 3% indicaron que no. Esto nos indica que si se debe realizar publicidad y de esta manera dar a conocer el producto como es “La Torta de Helado”.

Pregunta 11: ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre este producto “torta de helado”?

Cuadro11. Medios Publicitarios

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|------------|
| Anuncios en prensa o revistas | 6 | 2% |
| Televisión | 26 | 7% |
| Vallas publicitarias | 273 | 71% |
| Folleto volantes | 78 | 20% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Radio | 0 | 0% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

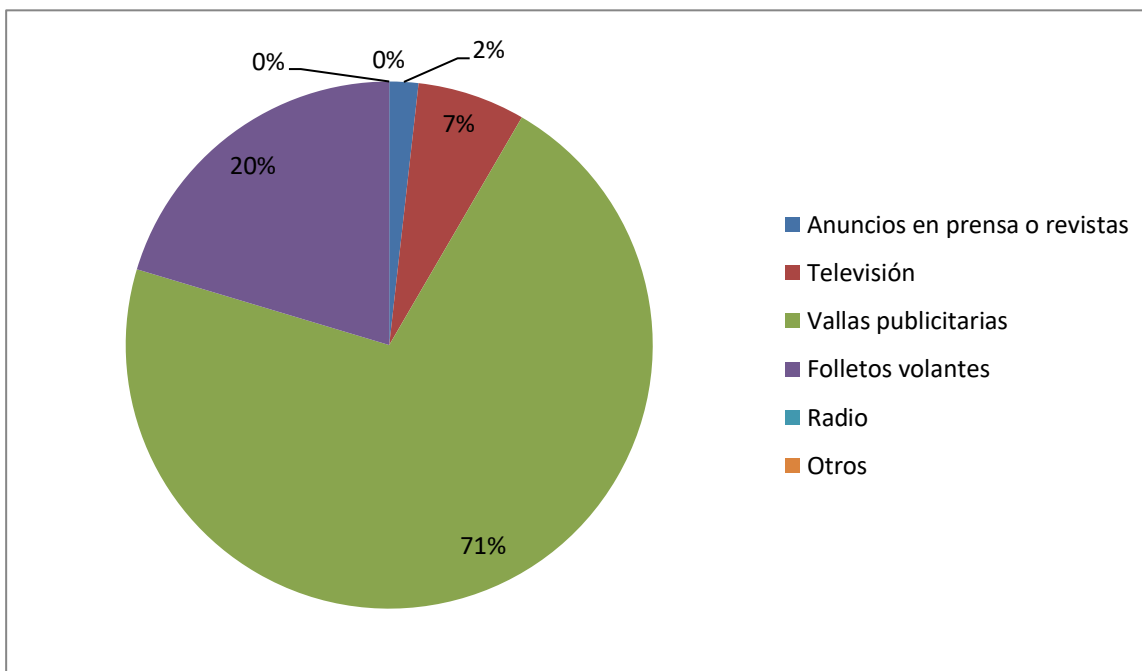


Gráfico 11. Medios Publicitarios

Análisis:

En el cuadro y gráfico 11. El 71% de las personas encuestadas manifestaron que les gustaría que la publicidad fuera por vallas publicitarias, el 20% folletos volantes, el 7% televisión y el 2% anuncios en prensas o revistas. Esto nos indica que la publicidad debe hacerse por medio de vallas publicitarias.

Pregunta 12: ¿Qué marcas de tortas de helado consume usted?

Cuadro 12. Marcas de tortas de helado

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Topsy | 173 | 45% |
| Pingüino | 210 | 55% |
| Otras | 0 | 0% |

| | | |
|-------|-----|------|
| Total | 383 | 100% |
|-------|-----|------|

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

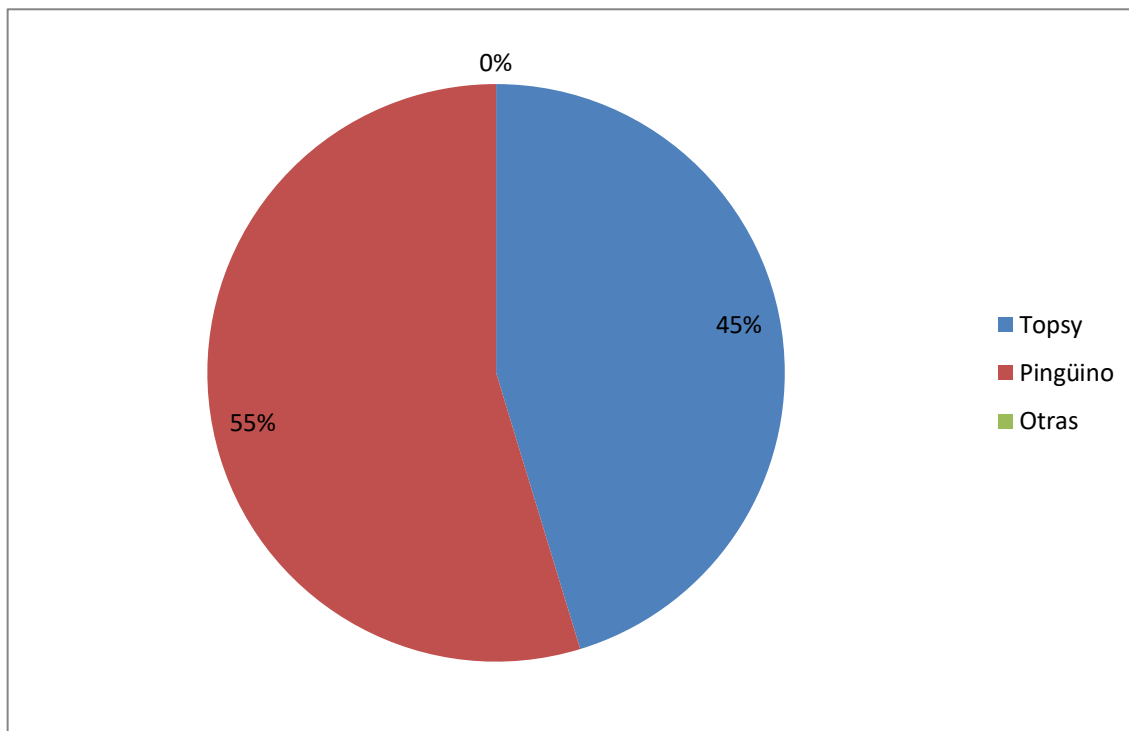


Gráfico 12. Marcas de tortas de helado

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Buena Fé manifestaron el 55% ser consumidores de tortas de la marca Pingüino y el 45% Topsy. Esto nos indica que nos es mucha la diferencia del consumo de las tortas de acuerdo a las marcas.

4.1.2. Análisis de la oferta

Para determinar la oferta de tortas de helado se realizó una encuesta a las heladerías y los comisariatos donde ofertan tortas heladas; de la cual se obtuvo como resultado que tanto las heladerías como comisaritos venden 25 tortas mensualmente y al año representa un total de 300 tortas heladas.

Cuadro 13. Proyección de la Oferta actual de las tortas de helado

| AÑOS | X | Y | XY | X ² |
|------|---|---|----|----------------|
|------|---|---|----|----------------|

| | | | | |
|--------------|----------|------------|--------------|-----------|
| 2012 | 1 | 281 | 281 | 1 |
| 2013 | 2 | 290 | 580 | 4 |
| 2014 | 3 | 300 | 900 | 9 |
| TOTAL | 6 | 871 | 1.761 | 14 |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Cuadro 14. Proyección de la Oferta futura de las tortas de helado

| AÑOS | X | Y |
|------|---|-------|
| 2015 | 4 | 1.091 |
| 2016 | 5 | 1.361 |
| 2017 | 6 | 1.631 |
| 2018 | 7 | 1.902 |
| 2019 | 8 | 2.172 |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

4.1.3. Análisis de la demanda actual

La demanda es el resultado que consta en el cuadro 7, en el que se aprecia que el 97% están de acuerdo con la creación de la empresa.

Conociendo que los datos del INEC de la población económicamente activa del Cantón Buena Fé es de 23.049 habitantes, de la cual se considera que un 50% están dispuestos a consumir la torta de helado.

4.1.4. Análisis de la demanda futura

La proyección de la demanda se la realizo, tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional del año 2010 proporcionada por el INEC, la misma que según el censo fue de 3.2%.

Cuadro 15. Proyección de la Demanda años: 2014 - 20118

| Años | Demanda Fututa |
|------|----------------|
|------|----------------|

| | |
|------|--------|
| 2015 | 23.049 |
| 2016 | 23.787 |
| 2017 | 24.548 |
| 2018 | 25.334 |
| 2019 | 26.145 |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

4.1.5. Demanda Insatisfecha

Después de haber determinado la oferta y la demanda futura se procede al cálculo de la demanda insatisfecha, restando la oferta y la demanda de los próximos cinco años.

Cuadro 16. Proyección de la Demanda Insatisfecha de lastortas de helado

| AÑOS | OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA |
|-------------|---------------|----------------|-----------------------------|
| 2015 | 1.091 | 23.049 | -21.958 |
| 2016 | 1.361 | 23.787 | -22.426 |
| 2017 | 1.631 | 24.548 | -22.917 |
| 2018 | 1.902 | 25.334 | -23.432 |
| 2019 | 2.172 | 26.145 | -23.973 |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

4.1.6. Análisis FODA

El análisis FODA de acuerdo a las condiciones del mercado y la escasa competencia en el Cantón Buena Fé, permite elaborar un diagnóstico sobre la realidad interna del Cantón en el desarrollo de la producción y comercialización de tortas de helado. Por medio de este análisis se pudo evaluar los factores positivos y negativos para la inversión del proyecto.

Cuadro 17. Análisis FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Disponibilidad para la inversión ❖ Calidad de la presentación del producto ❖ Se cuenta con un producto y una atención personalizada de calidad. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Costos altos de producción ❖ Posibles restricciones al crédito ❖ Depreciación periódica de la maquinaria |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aceptación del mercado ante la iniciativa. ❖ Producir mayor cantidad ❖ Importantes oportunidades por parte de empresas financieras que buscan brindar préstamos a microempresas. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Disminución de los gustos y preferencias de las tortas de helado. ❖ Restricciones fiscales y altos impuestos para la inversión ❖ Copia de nuestra idea pero más innovadora |

4.1.7. Competidores Potenciales

No se ha identificado competidores potenciales, ya que en el Cantón Buena Fe no existe una empresa que produzca y comercialice tortas de helado. Aunque Existen pequeñas heladerías pero no representan ninguna amenaza para la inversión del proyecto.

4.1.8. Definición del Producto

La torta de helado es un dulce muy apetecido por la mayoría de los habitantes del Cantón Buena Fé, sobre todo en días calurosos, es elaborada a base de crema de leche. Por lo cual la Empresa “Galaxia” ofertara la torta de helado en forma de corazón, redonda, cuadrada y en forma de flor. El producto se presentara en diferentes contenidos como:

Contenido neto 3.600 ml. la torta de helado grande (24 porciones)

Contenido neto 1.800 ml. La torta de helado mediana (12 porciones)

Contenido neto 900 ml. La torta de helado pequeña (6 porciones)



Figura 1. Presentación de la Torta de Helado

4.1.9. Canales de Distribución

En canal de distribución del producto que se realizara a intermediarios mayoristas quienes serán los encargados de expender la torta de helado a comerciantes minoristas y estos a su vez al consumidor final, y también se distribuirá a comerciantes minoristas quienes harán llegar el producto al consumidor final.

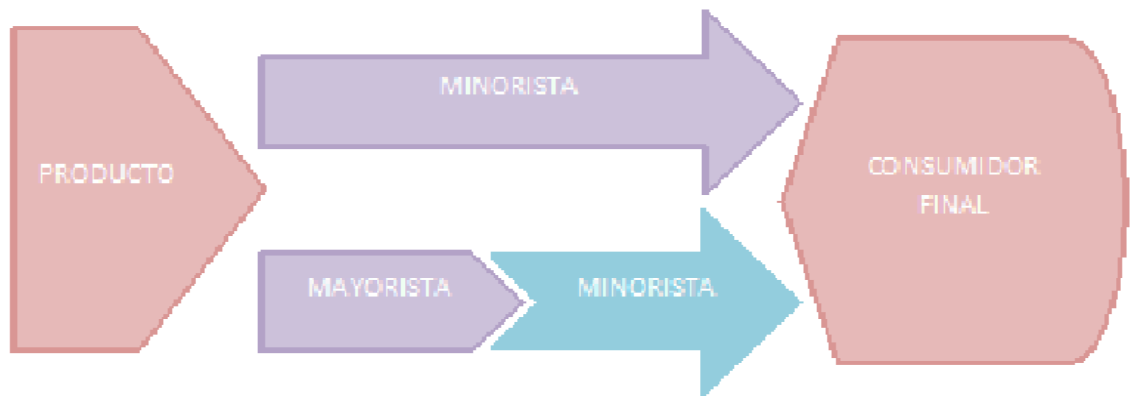


Figura 2. Canales de Distribución

4.1.10. Promoción

Por ser una empresa nueva se otorgara la siguiente promoción, que por la compra de una torta de helado de la grande lleva gratis una torta de helado pequeña en forma de corazón o de flor.

4.1.11. Publicidad

Para el lanzamiento del producto "Tortas de Helado" se realizara las siguientes publicidades: vallas publicitarias y folletos volantes. Ya que por medio de la publicidad se dará a conocer el producto que ofrecerá la Empresa "Galaxia"

4.1.12. Logotipo

Para identificar la Empresa "Galaxia" productora y comercializadora de tortas de helados es a través del siguiente logotipo.



Figura 3. Logotipo del Producto

4.1.13. Slogan

El logotipo del producto llevara como slogan “Lo que tu paladar quiere probar”.

4.2. Estudio Técnico

El estudio técnico permite analizar diferentes aspectos para comercializar el producto, por lo tanto para crear la Empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé, se requiere determinar la localización física, la estructura organizacional y el producto, tanto como promoción, publicidad, logotipo y demás herramientas necesarias para lograr un exitoso funcionamiento.

4.2.1. Localización

4.2.1.1. Macro localización

Este proyecto estará localizado en el Cantón Buena Fé, Provincia de los Ríos, República del Ecuador.

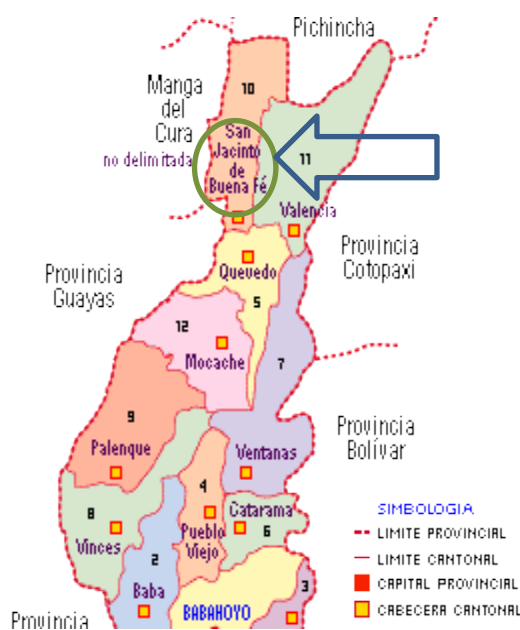


Figura 4. Macro localización

4.2.1.2. Micro localización

La empresa estará localizada en el centro del cantón, en la Calle Gabriel Rivera y Ricardo Carriel a lado de la escuela Héroes del Cenepa.

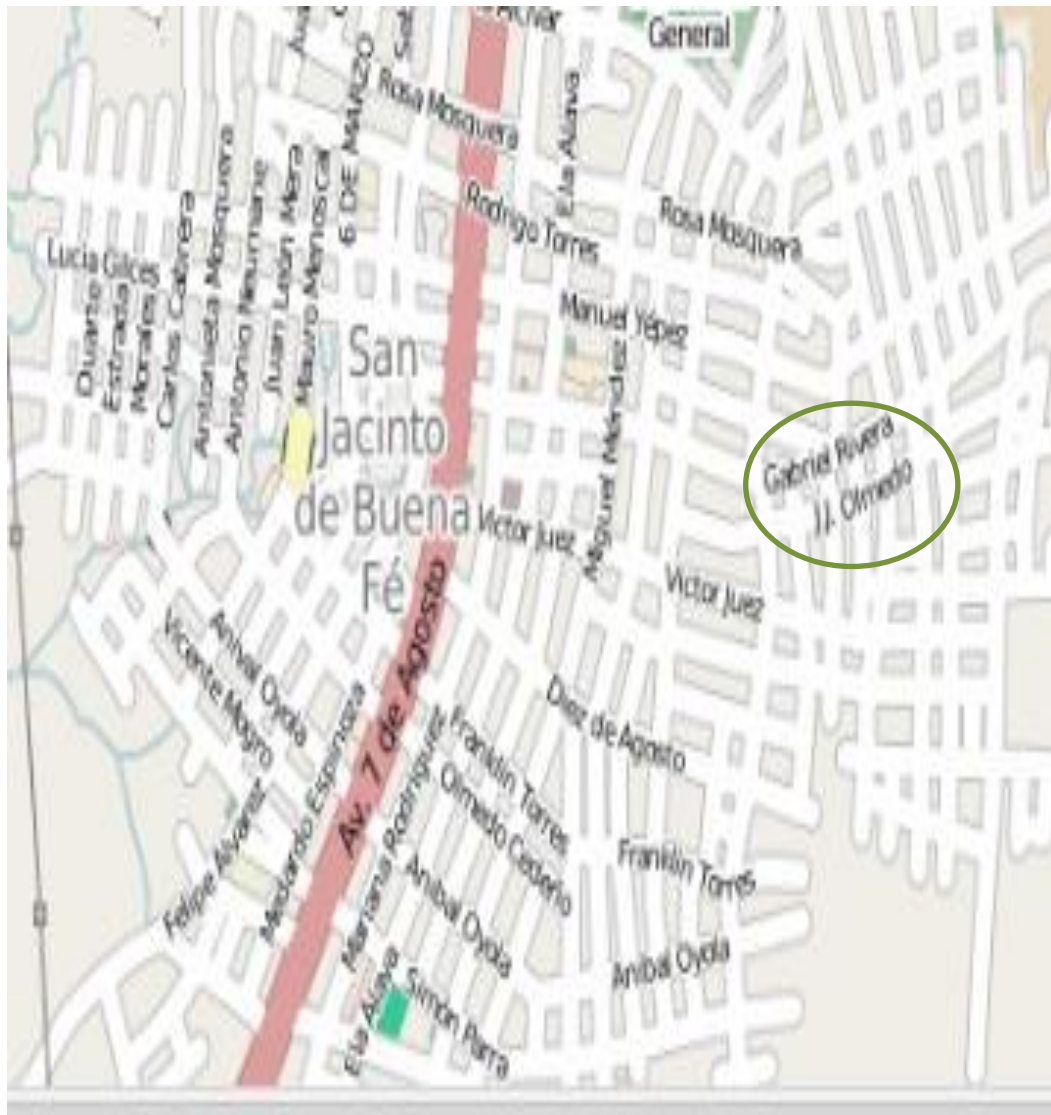


Figura 5. Micro localización

4.2.2. Localización física

De acuerdo a los resultados del estudio de mercado que se les realizo a los habitantes del Cantón Buena Fé, el sitio designado para la ubicación de la Empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado, es en el centro del cantón, ya que es el lugar más apropiado para que la empresa realice

sus actividades. Además se contara con terreno propio para la implementación dela empresa. La planta de producción estará de la siguiente manera.

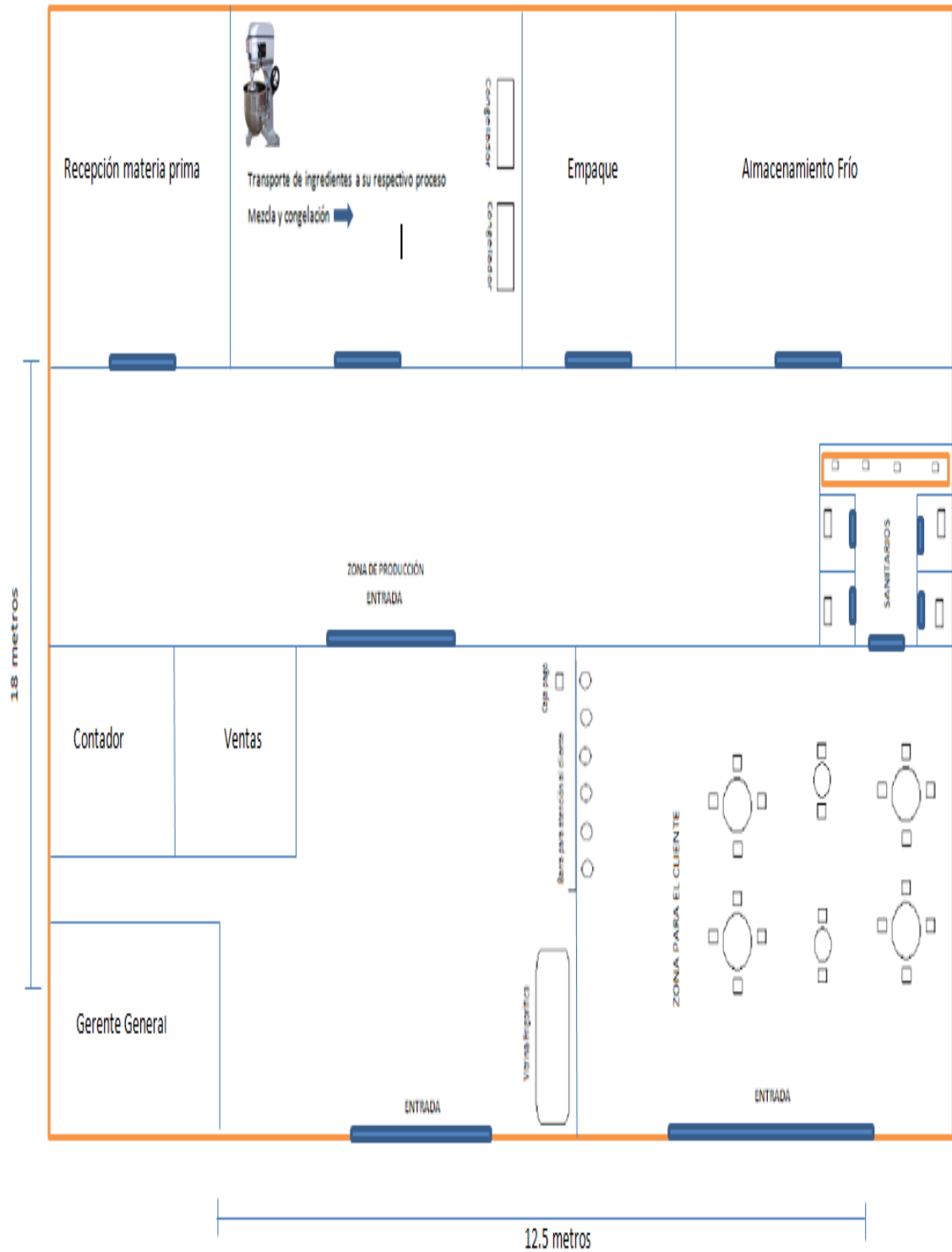


Figura 6. Estructura de la Empresa “Galaxia”

4.2.3. Descripción del proceso de producción de las tortas de helado

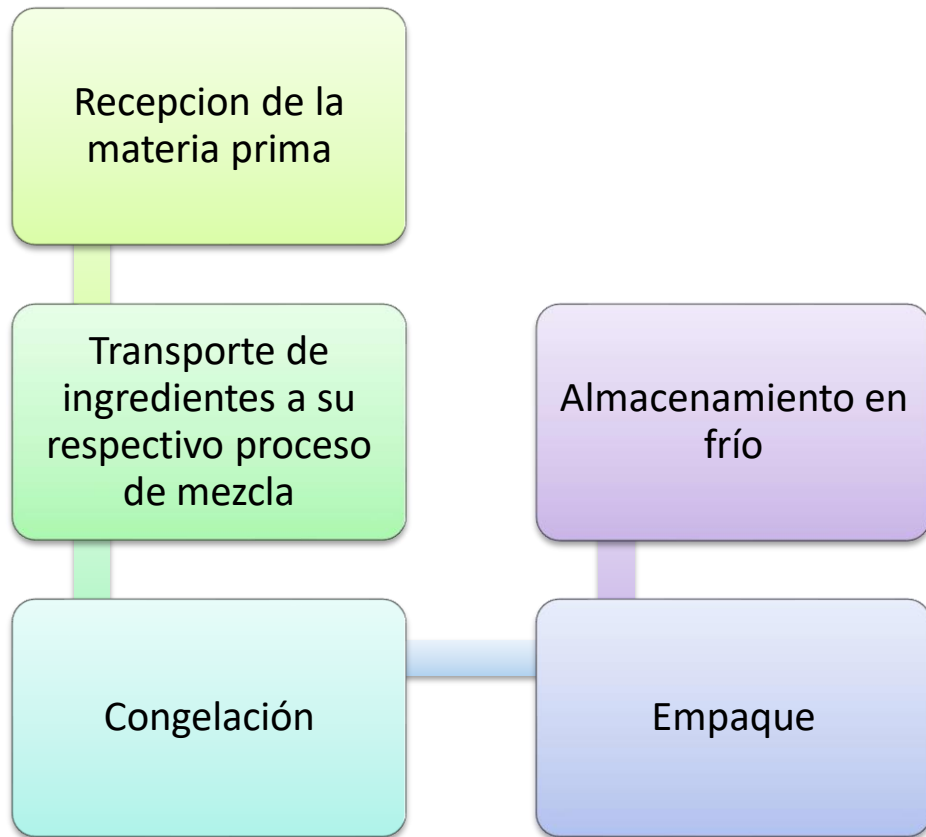


Figura 7. Proceso de producción

Recepción de la materia prima

Las materias primas se reciben en el almacén, los ingredientes que no están herméticamente cerrados y esterilizados se almacenan bajo refrigeración estricta, en caso de que no se dispongan de ellos inmediatamente.

Las materias primas se reciben en el almacén en estado seco, líquido, congelado, empacado en barriles, en latas, dentro de cajas contenidas en bolsas u otros recipientes como botellas.

La materia prima que se recibe, para elaboración delatora de helado es la siguiente:

- ❖ Crema de leche
- ❖ Leche descremada (congelada y líquida)
- ❖ Azúcar
- ❖ Estabilizantes
- ❖ Sabor y color

Los ingredientes serán almacenados en un lugar forzosamente seco y frío. De igual modo, la materia prima que llega congelada como la leche descremada se mantendrá en los congeladores o en contenedores endurecedores.

Transporte de ingredientes a su respectivo proceso de mezcla

Las materias primas se transportan manualmente a la máquina para el proceso de mezclado.

Congelación

Con este proceso se busca congelar parcialmente la mezcla, se considera como un punto de referencia en la maduración del helado. Después del primer congelamiento es necesario que pase lo antes posible al periodo de endurecimiento ya que si el helado se derrite, su textura se afectará.

Empaque

Una vez que la torta de helado esté congelada se procede a la decoración de la misma y se la ubica en su respectivo empaque.

Almacenamiento en frío

Una vez que la torta de helado se encuentra en el empaque es llevada al departamento de endurecimiento, donde permanecerá hasta que llegue el momento de su despacho y embarque. La temperatura de endurecimiento es de 25 y 30° C y debe ser controlado para que se evite una fluctuación en la temperatura.

4.2.4. Estructura Organizacional

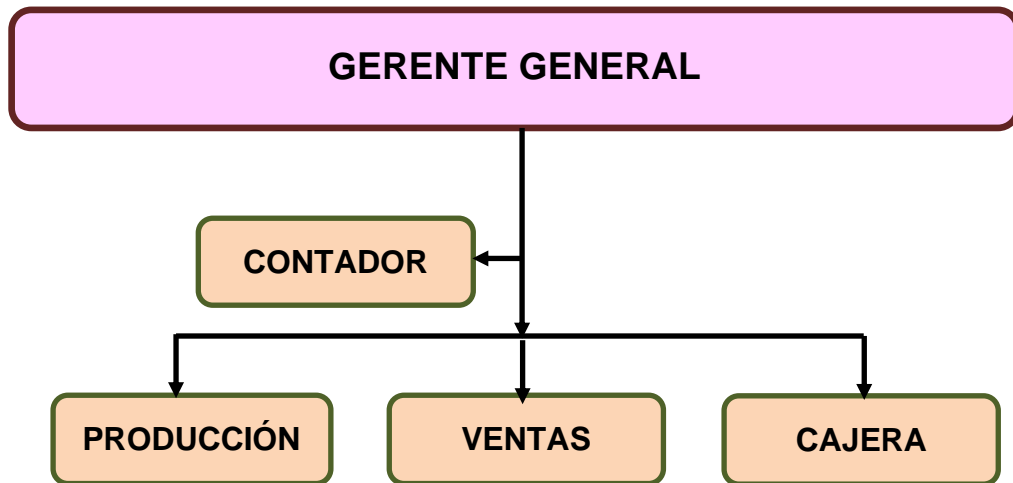


Figura 8. Organigrama del Área Administrativa

Funciones del Gerente General

El Gerente es el encargado de velar por todas las funciones de mercado y ventas de una empresa, así como las operaciones del día, también es responsable de liderar y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

Entre sus funciones están:

- ❖ Controla y dirige las actividades generales de la empresa.
- ❖ Establece objetivos, políticas y planes globales junto con los niveles jerárquicos altos (con los jefes de cada departamento)
- ❖ Es el representante de la empresa, es decir, vigila el buen funcionamiento.
- ❖ Aprueba los procedimientos de las compras (es decir, la materia prima, la calidad del producto y el precio adecuado)
- ❖ Realiza evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los departamentos.

- ❖ Busca mecanismos de capitalización (es decir que se concreten las ganancias, compras ventas e inversiones para obtener mejor capital).
- ❖ Aprueba proyectos, toma las decisiones más importantes (como inversiones o la proyección de un producto nuevo)
- ❖ Busca mejoras constantes (como ser la mejor empresa, tener más clientes, una empresa más grande, nuevos productos de tortas de helados de calidad, así como un incremento de capital).

Funciones del Contador

- ❖ Presentar correcta al gerente general un programa semanal de pagos a: proveedores, acreedores y cuotas por pagar.
- ❖ Supervisar ingresos recibidos por la empresa por concepto de venta de las tortas de helados.
- ❖ Supervisar y controlar el proceso de las operaciones contables.
- ❖ Preparar y elaborar informes sobre la situación financiera de la empresa que exijan los entes de control y mensualmente entregar al gerente, un balance de comprobación.
- ❖ Dar cumplimiento a las observaciones presentadas por los Auditores Externos.
- ❖ Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal.
- ❖ Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- ❖ Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.

Funciones del Jefe de Producción

- ❖ El jefe de producción supervisa las líneas de producción durante todo el proceso, además se encarga del correcto funcionamiento y de que se cumpla el plan de trabajo establecido, revisa el desempeño del personal así como el de la maquinaria y equipo de trabajo.

- ❖ El jefe de producción debe conocer muy bien el proceso de fabricación de su planta. Las maquinarias con las que se trabaja, las normativas de seguridad e higiene a cumplir.
- ❖ En concreto un jefe de producción se ocupa de supervisar el personal, del proceso de producción y las materias primas. Implica saber sobre cómo administrar el personal haciendo equilibrio con los sindicatos.

Funciones del Jefe de Ventas

- ❖ El jefe de ventas tiene una gran responsabilidad dentro de la empresa por que el producto que ofrece es la principal fuente de ingresos, cuando él cuenta con todas las cualidades y desempeña bien sus funciones, además de tener estas características (cualidades de un líder, ser honesto, tomar decisiones y ejecutarlas) seguramente la empresa tendrá éxito, incluyendo el buen desenvolvimiento de las siguientes actividades:
 - ❖ Preparar planes y presupuesto de ventas.
 - ❖ Establecer metas y objetivos.
 - ❖ Calcular la demanda.
 - ❖ Pronosticar las ventas.
 - ❖ Selección y capacitación de los vendedores

Funciones de la Cajera

- ❖ Saludar a los clientes
- ❖ Recibir los pagos de los clientes
- ❖ Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente
- ❖ Entregar el cambio correcto cuando sea necesario
- ❖ Hacer la conciliación del total de los pagos con el total de las ventas
- ❖ Hacer conocer a los clientes los productos que ofrece la empresa y las promociones
- ❖ Responsabilidades adicionales asignadas o solicitadas por el gerente

4.2. Estudio Económico Financiero

4.3.1. Inversión Inicial

Para la creación de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado, se requerirá una inversión inicial de \$ 21.923,74 en el cual se detalla los activos fijos, materiales y equipos de producción y el capital operacional.

Cuadro 18. Inversión del proyecto para la creación de la Empresa Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado

| DETALLE | PRESUPUESTO |
|--|-----------------|
| ACTIVOS FIJOS | |
| Muebles y Enseres | 350,00 |
| Equipos de Oficina | 2840,00 |
| Adecuación de Local | 1100,00 |
| Materiales de Oficina | 526,80 |
| Suministro de Oficina | 151,50 |
| Costos de Constitución | 525,00 |
| Total de Activos Fijos | 5493,30 |
| MATERIALES Y EQUIPOS DE PRODUCCION | |
| Equipos de Producción | 8648,00 |
| Materia Prima | 1943,00 |
| Total de Materiales y Equipos de Producción | 10591,00 |
| CAPITAL DE OPERACIÓN | |
| Gastos Administrativos | 4435,45 |
| Sueldos y Salarios | 2479,45 |
| Servicios Básicos | 1956,00 |
| Gastos de Venta | 360,00 |
| Publicidad | 160,00 |
| Otros Gastos | 200,00 |
| Total de Capital Operacional | 4795,45 |
| Subtotal | 20879,75 |
| Imprevistos 5% | 1043,99 |
| TOTAL DE INVERSION | 21923,74 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.1. Fuentes de Financiamiento

Para la realización del proyecto es necesario especificar de qué forma va a ser financiado el total de la inversión; que será financiado con el 35% de capital propio y el 65% con financiamiento del Banco Nacional del Fomento (BNF), es

decir que \$ 14.250,43 a cinco años de plazo al 9% de interés anual, durante los cinco años.

Cuadro 19. Financiamiento del proyecto para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado

| Inversión | Monto | |
|-------------------------|------------------|--------------|
| | Absoluto (\$) | RELATIVO (%) |
| Capital propio | 7.673,31 | 35 |
| Financiamiento (B.N.F.) | 14.250,43 | 65 |
| Total | 21.923,74 | 100 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro20. Tabla de Amortización

| AÑO | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|
| Monto del Préstamo | 14.250,43 | 11.400,34 | 8.550,25 | 5.700,16 | 2.850,07 |
| Abono Capital | 2.850,09 | 2.850,09 | 2.850,09 | 2.850,09 | 2.850,07 |
| Saldo | 11.400,34 | 8.550,25 | 5.700,16 | 2.850,07 | |
| Interés Anual (9%) | 1.282,54 | 1.026,03 | 769,52 | 513,01 | 256,51 |

| | | | | | |
|----------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Cuota Mensual | 106,88 | 85,50 | 64,13 | 42,75 | 21,38 |
|----------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|

Elaborado por: La Autora

MONTO: 14.250,43

PERIODO DE GRACIA: 0 AÑOS

PLAZO: 5 AÑOS

FORMA DE PAGO: ANUAL

TASA DE INTERES: 9%

FECHA DE INICIO: 29-MARZO-2014

4.3.1.2. Detalle de los Activos Fijos

En el detalle de los activos fijos de la inversión del proyecto se consideraron los siguientes rubros como: muebles y enseres, equipos de oficina, entre otros, ya que serán de gran utilidad para que la empresa desarrolle sus actividades comerciales.

**Cuadro 21. Muebles y Enseres para la creación de la Empresa “Galaxia”
Productora y Comercializadora de Torta de Helado**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|---------------------|-----------------|--------------------|---------------|
| Escritorios | 3 | 75,00 | 225,00 |
| Sillas giratorias | 3 | 25,00 | 75,00 |
| Dispensador de agua | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Teléfono | 1 | 20,00 | 20,00 |
| Total | | | 350,00 |

Elaborado por: La Autora

**Cuadro 22. Equipos de Oficina para la creación de la Empresa “Galaxia”
Productora y Comercializadora de Torta de Helado**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|-------------------|-----------------|--------------------|----------------|
| Computadoras | 3 | 600,00 | 1800,00 |
| Impresoras | 2 | 120,00 | 240,00 |
| Caja Registradora | 1 | 800,00 | 800,00 |
| Total | | | 2840,00 |

Elaborado por: La Autora

**Cuadro 23. Costos de Constitución para la creación de la Empresa
“Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado**

| Costos de Constitución | Valor |
|---|---------------|
| Cargos de Notaria | 150,00 |
| Registros y Patentes Municipales | 50,00 |
| Impuestos y consultorías (Costos de planeación) | 300,00 |
| Permisos del Cuerpo de Bomberos | 15,00 |
| Legalización del RUC | 10,00 |
| Total | 525,00 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.3. Materiales y equipos de Producción

En los siguientes cuadros esta detallado los equipos de producción con un total de \$ 8.648,00 y la materia prima con un total de \$ 1943,00

**Cuadro 24. Equipos de Producción para la creación de la Empresa
“Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|----------------------------------|-----------------|--------------------|----------------|
| Batidora industrial | 1 | 1200,00 | 1200,00 |
| Congelador | 2 | 1500,00 | 3000,00 |
| Vitrina congelador | 1 | 1.700,00 | 1700,00 |
| Mesa de acero grande | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Licuada | 1 | 105,00 | 105,00 |
| Tanque grande para agua | 2 | 55,00 | 110,00 |
| Moldes para las tortas de helado | 1000 | 2,00 | 2000,00 |
| Mesas plásticas | 4 | 30,00 | 120,00 |
| Sillas plásticas | 12 | 15,00 | 180,00 |
| Cucharón | 1 | 6,00 | 6,00 |
| Cedazo | 1 | 5,00 | 5,00 |
| Jarra | 1 | 2,00 | 2,00 |
| Recipiente | 2 | 15,00 | 30,00 |
| Toallas de cocina | 3 | 2,00 | 6,00 |
| Cuchillo | 1 | 4,00 | 4,00 |
| Mandil | 4 | 3,00 | 12,00 |
| Guantes | 4 | 2,50 | 10,00 |
| Gorro | 4 | 2,00 | 8,00 |
| Total | | | 8648,00 |

Elaborado por: La Autora

**Cuadro 25. Materia Prima para la creación de la Empresa “Galaxia”
Productora y Comercializadora de Torta de Helado**

| Detalles | Cantidad | Medidas | V. Unitario | Total |
|-----------------|-----------------|----------------|--------------------|----------------|
| Crema de leche | 300 | Litros | 2,50 | 750,00 |
| Azúcar | 30 | Libras | 0,50 | 15,00 |
| Leche | 150 | Litros | 0,70 | 105,00 |
| Estabilizante | 150 | Sobrecitos | 0,50 | 75,00 |
| Sabor y color | 300 | Sobrecitos | 0,30 | 90,00 |
| Estuches | 300 | | 0,60 | 180,00 |
| Etiqueta | 300 | Impresión | 0,60 | 180,00 |
| Chantilly | 100 | Funditas | 1,20 | 120,00 |
| Flan | 100 | Funditas | 1,50 | 150,00 |
| Cerezas | 100 | Frascos | 2,78 | 278,00 |
| Total | | | | 1943,00 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.4. Detalle del Capital Operacional

A continuación se encuentra especificado los rubros del capital de operacional empezando con los sueldos y beneficios que la empresa otorgara a sus oficinistas por la prestación de sus servicios, con un valor de \$2.479,45 mensuales, que multiplicado por el año asciende a \$29.753,38 por otra parte se encuentra definido los suministros de oficinas con un total de \$ 151,50 también tenemos los materiales de oficina con un total de \$ 526,80 y por ultimo para cerrar el capital operacional están los servicios básicos y publicidad con un total de \$ 2.116,00

Cuadro 26. Sueldos y Beneficios para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalle | Número | Sueldo mensual | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Fondos de Reserva | Vacaciones | Aporte al IEES | Total Mensual | Valor Anual |
|-----------------|----------|-----------------|----------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-----------------|------------------|
| Gerente General | 1 | 400,00 | 33,33 | 33,33 | 33,33 | 16,67 | 37,40 | 554,07 | 6648,80 |
| Contador | 1 | 370,00 | 30,83 | 30,83 | 30,83 | 15,42 | 34,60 | 512,51 | 6150,14 |
| Operador | 1 | 340,00 | 28,33 | 28,33 | 28,33 | 14,17 | 31,79 | 470,96 | 5651,48 |
| Jefe de ventas | 1 | 340,00 | 28,33 | 28,33 | 28,33 | 14,17 | 31,79 | 470,96 | 5651,48 |
| Cajera | 1 | 340,00 | 28,33 | 28,33 | 28,33 | 14,17 | 31,79 | 470,96 | 5651,48 |
| Total | 5 | 1.790,00 | 149,17 | 149,17 | 149,17 | 74,58 | 167,37 | 2.479,45 | 29.753,38 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 27. Suministros de Oficina para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalla | Cantidad | V. Unitario | Costo mensual | Cantidad anual | Costo anual |
|------------------|-----------------|--------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| Ambientales | 1 | 3,75 | 3,75 | 6 | 22,50 |
| Desinfectantes | 1 | 3,00 | 3,00 | 10 | 30,00 |
| Escobas | 2 | 2,00 | 4,00 | 4 | 16,00 |
| Basureros | 2 | 3,25 | 6,50 | 2 | 13,00 |
| Fundas de basura | 1 | 1,50 | 1,50 | 20 | 30,00 |
| Trapeador | 2 | 5,00 | 10,00 | 3 | 30,00 |
| Franelas | 1 | 2,50 | 2,50 | 4 | 10,00 |
| Total | 10 | 21,00 | 31,25 | 49 | 151,50 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 28. Materiales de Oficina para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Costo Mensual | Costo Anual |
|--------------------|-----------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Resmas de hojas A4 | 1 | 3,50 | 3,50 | 42,00 |
| Lapiceros | 3 | 0,30 | 0,90 | 10,80 |
| Grapadora | 1 | 4,00 | 4,00 | 48,00 |
| Corrector liquido | 1 | 1,00 | 1,00 | 12,00 |
| Facturero | 2 | 6,00 | 12,00 | 144,00 |
| Caja de grapas | 1 | 1,50 | 1,50 | 18,00 |
| Tintas recargables | 3 | 7,00 | 21,00 | 252,00 |
| Total | | | 43,90 | 526,80 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 29. Servicios Básicos para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado

| Detalle | Costo mensual | Costo anual |
|----------------|----------------------|--------------------|
| Luz | 110,00 | 1320,00 |
| Agua | 8,00 | 96,00 |
| Teléfono | 25,00 | 300,00 |
| Internet | 20,00 | 240,00 |
| Total | 163,00 | 1956,00 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 30. Publicidad para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|----------------------|-----------------|--------------------|--------------|
| Vallas publicitarias | 4 | 30,00 | 120 |
| Folletos volantes | 2000 | 0,02 | 40 |
| Total | | | 160 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 31. Total de Gastos Administrativos para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalle | Año 2014 |
|-----------------------|------------------|
| Sueldos y Salarios | 29.753,38 |
| Servicios Básicos | 1.956,00 |
| Suministro de Oficina | 151,50 |
| Materiales de Oficina | 526,80 |
| Total | 32.387,68 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 32. Proyección de Gastos Administrativos para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldos y Salarios | 29.753,38 | 31241,05 | 32803,10 | 34443,26 | 36165,42 |
| Servicios básicos | 1.956,00 | -2053,80 | 2156,49 | 2264,31 | 2377,53 |
| Suministros de Oficina | 151,50 | 159,08 | 167,03 | 175,38 | 184,15 |
| Materiales de Oficina | 526,80 | 553,14 | 580,80 | 609,84 | 640,33 |
| Total | 32.387,68 | 34007,06 | 35707,42 | 37492,79 | 39367,43 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.5. Gastos de Ventas

Cuadro 33. Total de Gastos de Ventas para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalle | Año 2014 |
|----------------------|---------------|
| Gastos de Publicidad | 160,00 |
| Otros egresos | 200,00 |
| Total | 360,00 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.5.1. Proyección de los Gastos de Ventas y Gastos Operativos

Para calcular el flujo de caja proyectado, es necesario detallar la proyección de los ingresos y egresos. Teniendo un total de gastos de ventas de \$ 360,00 para el primer año, mientras que los gastos operativos se estimó con un total de \$32.747,68

Cuadro 34. Proyección de Gastos de Ventas de los primeros cinco años para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Gastos de Publicidad | 160,00 | 168,00 | 176,40 | 185,22 | 194,48 |
| Otros Egresos | 200,00 | 210,00 | 220,50 | 231,53 | 243,10 |
| Total | 360,00 | 378,00 | 396,90 | 416,75 | 437,58 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 35. Total de Gastos Operativos para la creación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Tortas de Helado

| Detalle | Año 2014 |
|-----------------------------------|------------------|
| Gastos Administrativos | 32.387,68 |
| Gastos de Publicidad | 360,00 |
| Total de Gastos Operativos | 32.747,68 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.6. Depreciación

En las depreciaciones se incluye aquellos bienes muebles e inmuebles que se utilizaran en el proyecto, algunos de ellos como: batidora industrial, congelador, etc., se consideró depreciarlos a 10 años y los muebles de oficina a 7 años.

Cuadro 36. Depreciación de la Empresa “Galaxia” Productora y Comercializadora de Torta de Helado

| Detalle | Costo de Adquisición | Tiempo de Vida en Años | Depreciación en % | Depreciación anual | Depreciación mensual |
|----------------------------------|----------------------|------------------------|-------------------|--------------------|----------------------|
| Batidora industrial | 1.200,00 | 10 | 10% | 120,00 | 10,00 |
| Congelador | 1.500,00 | 10 | 10% | 150,00 | 12,50 |
| Vitrina congelador | 1.700,00 | 10 | 10% | 170,00 | 14,17 |
| Mesa de acero grande | 150,00 | 7 | 14% | 21,43 | 1,79 |
| Licuada | 105,00 | 7 | 14 | 15,00 | 1,25 |
| Tanque grande para agua | 55,00 | 5 | 20% | 11,00 | 0,92 |
| Moldes para las tortas de helado | 2,00 | 7 | 14% | 0,29 | 0,02 |
| Escritorios | 75,00 | 7 | 14% | 10,71 | 0,89 |
| Sillas giratorias | 25,00 | 7 | 14% | 3,57 | 0,30 |
| Mesas redondas plásticas | 30,00 | 7 | 14% | 4,29 | 0,36 |
| Sillas plásticas | 15,00 | 7 | 14% | 2,14 | 0,18 |
| computadoras | 600,00 | 3 | 33% | 200,00 | 16,67 |
| Impresoras | 120,00 | 3 | 33% | 40,00 | 3,33 |
| Caja Registradora | 800,00 | 3 | 33% | 266,67 | 22,22 |
| Cucharon | 6,00 | 3 | 33% | 2,00 | 0,17 |
| Cedazo | 5,00 | 3 | 33% | 1,67 | 0,14 |
| Jarra | 2,00 | 3 | 33% | 0,67 | 0,06 |
| Recipiente | 15,00 | 3 | 33% | 5,00 | 0,42 |
| Cuchillo | 4,00 | 3 | 33% | 1,33 | 0,11 |
| Total | | | | 1025,76 | 85,48 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.7. Costos de Ventas proyectado de los primeros cinco años de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado

Para obtener las utilidades de cada año, se calcularon los siguientes datos, el costo de las tortas de helado más el costo del logotipo, luego se resta el valor total de las ventas y como utilidad se obtuvo \$ 62.310,00 durante el primer año.

Cuadro 37. Proyección de los Costos de Venta de la productora y comercializadora de tortas de helado de los primeros cinco años

| Detalle del producto | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
|-------------------------|----------|--------------------------|-----------------|----------|--------------------------|-----------------|----------|--------------------------|-----------------|----------|--------------------------|-----------------|----------|--------------------------|-----------------|
| | unidades | Total de Costo de ventas | Utilidad Bruta | unidades | Total de Costo de ventas | Utilidad Bruta | unidades | Total de Costo de ventas | Utilidad Bruta | unidades | Total de Costo de ventas | Utilidad Bruta | unidades | Total de Costo de ventas | Utilidad Bruta |
| Torta de helado grande | 1700 | 27200,00 | 15810,00 | 1800 | 28800,00 | 16740,00 | 1900 | 30400,00 | 17670,00 | 2000 | 32000,00 | 18600,00 | 2100 | 33600,00 | 19530,00 |
| Torta de helado mediana | 2200 | 33000,00 | 20460,00 | 2300 | 34500,00 | 21390,00 | 2400 | 36000,00 | 22320,00 | 2500 | 37500,00 | 23250,00 | 2500 | 37500,00 | 23250,00 |
| Torta de helado pequeña | 2800 | 39200,00 | 26040,00 | 2900 | 40600,00 | 26970,00 | 3000 | 42000,00 | 27900,00 | 3100 | 43400,00 | 28830,00 | 3200 | 44800,00 | 29760,00 |
| Total | | 99400,00 | 62310,00 | | 103900,00 | 65100,00 | | 108400,00 | 67890,00 | | 112900,00 | 70680,00 | | 115900,00 | 72540,00 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 38. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a cinco años de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado

| Detalle | AÑOS | | | | | Total |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Ventas Netas | 99.400,00 | 103.900,00 | 108.400,00 | 112.900,00 | 115.900,00 | 540.500,00 |
| (-) Costo de Venta | 37.090,00 | 38.800,00 | 40.510,00 | 42.220,00 | 43.360,00 | 201.980,00 |
| Utilidad Bruta | 62.310,00 | 65.100,00 | 67.890,00 | 70.680,00 | 72.540,00 | 338.520,00 |
| Gastos Operativos | | | | | | |
| Gastos de Administración | 32.387,68 | 34.007,06 | 35.707,42 | 37.492,79 | 39.367,43 | 178.962,38 |
| Sueldos y Beneficios | 29.753,38 | 31241,05 | 32803,10 | 34443,26 | 36165,42 | 164406,21 |
| Servicios Básicos | 1.956,00 | 2053,80 | 2156,49 | 2264,31 | 2377,53 | 10808,13 |
| Suministros de Oficina | 151,50 | 159,075 | 167,03 | 175,38 | 184,15 | 837,13 |
| Materiales de Oficina | 526,80 | 553,14 | 580,80 | 609,84 | 640,33 | 2910,90 |
| Gastos de Venta | 360,00 | 378,00 | 396,90 | 416,75 | 437,58 | 1989,23 |
| Gasto de Publicidad | 160,00 | 168,00 | 176,40 | 185,22 | 194,48 | 884,10 |
| Otros Egresos | 200,00 | 210,00 | 220,50 | 231,53 | 243,10 | 1105,13 |
| Depreciación | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 5128,80 |
| Total Gastos en OPERACIÓN | 33.773,44 | 35.410,82 | 37.130,08 | 38.935,29 | 40.830,77 | 186080,40 |
| Utilidad Antes de Impuesto y Participación de Trabajadores | 28.536,56 | 29.689,18 | 30.759,92 | 31.744,71 | 31.709,23 | 152439,60 |
| Participación de TRABAJADORES 15% | 4280,48 | 4453,38 | 4613,99 | 4761,71 | 4756,38 | 22865,94 |
| Impuesto a la Renta 25% | 7134,14 | 7422,29 | 7689,98 | 7936,18 | 7927,31 | 38109,90 |
| Utilidad Neta | 17.121,94 | 17.813,51 | 18.455,95 | 19.046,82 | 19.025,54 | 91463,76 |
| Utilidad Neta Acumulada | 17.121,94 | 34.935,44 | 53.391,40 | 72.438,22 | 91.463,76 | |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.8. Flujo de Caja

Cuadro 39. Flujo de Caja Proyectado a cinco años de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado

| Detalle | AÑOS | | | | | Total | |
|-----------------------------------|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| | Año 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | | 5 |
| Ingresos por ventas | | 99.400,00 | 103.900,00 | 108.400,00 | 112.900,00 | 115.900,00 | 540.500,00 |
| Capital Propio | 7673,31 | | | | | | |
| Préstamo Bancario (BNF) | 14250,43 | | | | | | |
| Total de Ingresos | | 99.400,00 | 103.900,00 | 108.400,00 | 112.900,00 | 115.900,00 | 540.500,00 |
| Costos de venta | | 37090,00 | 38800,00 | 40510,00 | 42220,00 | 43360,00 | 201980,00 |
| Gasto de administración | | 32.387,68 | 34.007,06 | 35.707,79 | 37.492,79 | 39.367,43 | 742.480,00 |
| Gastos de venta | | 360,00 | 378,00 | 396,90 | 416,75 | 437,58 | 1989,23 |
| Depreciación | | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 5.128,80 |
| Total de Egresos | | 70863,44 | 74210,82 | 77640,45 | 81155,30 | 84190,77 | 7118,03 |
| Utilidad antes de Impuesto | | 28536,56 | 29689,18 | 30759,55 | 31744,70 | 31709,23 | 152439,22 |
| Participación de trabajadores | 15% | 4280,48 | 4453,38 | 4613,93 | 4761,71 | 4756,38 | 2286603% |
| Impuesto a la renta | 25% | 7134,14 | 7422,30 | 7689,89 | 7936,18 | 7927,31 | 175305,25 |
| Flujo después de Impuestos | | 17121,94 | 17813,51 | 18455,73 | 19046,82 | 19025,54 | 91463,53 |
| Inversión Inicial | | | | | | | |
| Muebles y Enseres | 350,00 | | | | | | |
| Equipos de Oficina | 2840,00 | | | | | | |
| Adecuación del local | 1100,00 | | | | | | |
| Costos de Constitución | 52,00 | | | | | | |
| Sueldos y Salarios | 2479,45 | | | | | | |
| Servicios Básicos | 1956,00 | | | | | | |
| Suministros de oficina | 151,50 | | | | | | |
| Materiales de oficina | 526,80 | | | | | | |
| Publicidad | 160,00 | | | | | | |
| Otros Gastos | 200,00 | | | | | | |
| Imprevistos 5% | 1055,20 | | | | | | |
| Depreciación (+) | | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 1.025,76 | 5.128,80 |
| Flujo de Caja Neto | | 18147,70 | 18839,27 | 19481,49 | 20072,58 | 20051,30 | 96592,33 |
| Flujo de Caja Acumulado | | 18147,70 | 36986,96 | 56468,45 | 76541,03 | 96592,33 | |

4.3.1.9. Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se tomaron los valores proyectados de los ingresos, de los costos fijos y de los costos variables, teniendo como resultado un punto de equilibrio de \$ 53.877,07

Cuadro 40. Punto de Equilibrio durante los primeros cinco años de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helados

| Rubros | AÑOS | | | | |
|------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos | 99.400,00 | 103.900,00 | 108.400,00 | 112.900,00 | 115.900,00 |
| Fijos | 33.773,44 | 35.410,82 | 37.130,08 | 38.935,29 | 40.830,77 |
| Variables | 37090,00 | 38800,00 | 40510,00 | 42220,00 | 43360,00 |

Elaborado por: La Autora

Fórmula del punto de equilibrio

$$P. E (M) = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}} \qquad P. E (M) = \frac{33.773,44}{1 - \frac{37090,00}{99.400,00}}$$

$$P.E (M) = 53.877,07$$

Cuadro 41. Flujo de Caja proyectado de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado

| Detalle | AÑOS | | | | | |
|-------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Flujo de Caja Neto | - | - | 18.839,26 | 19.481,49 | 20.072,58 | 20.051,30 |
| Flujo de Caja Acumulado | 21.923,74 | 18147,70 | 36986,96 | 56468,45 | 76541,03 | 96592,33 |

Elaborado por: La Autora

4.3.1.10. Indicadores de Rentabilidad

Cuadro 42. Indicadores de rentabilidad de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado

| | | |
|------------------------|------------|-----------|
| Tasa de Retorno | 12% | |
| | TIR | 42% |
| | VAN | 17.688,82 |

Elaborado por: La Autora

Tasa Interna de Retorno: Al calcular la rentabilidad de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado, se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 42%

Valor Actual Neto: Si el resultado de este índice financiero es positivo entonces nos indica que el proyecto es conveniente, y si es negativo seria todo lo contrario. En este caso se tiene como Valor Actual Neto de \$ 17.688,82 y se tomó como referencia la actual tasa activa del 19.42%

4.3.1.11. Relación Beneficio Costo

La Relación Beneficio Costo, es que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 1,35 para el primer año, de la misma forma para el segundo año, y así continuamente para cada año como indica el siguiente cuadro.

Cuadro 43. Rentabilidad durante los primeros cinco años de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado

| Rentabilidad | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingresos | 99.400,00 | 103.900,00 | 108.400,00 | 112.900,00 | 115.900,00 |
| Egresos | 70863,44 | 74210,82 | 77640,45 | 81155,30 | 84190,77 |
| Relación B/C | 1,40 | 1,40 | 1,40 | 1,39 | 1,38 |

Elaborado por: La Autora

4.2.4. Análisis de los objetivos

De acuerdo al estudio de mercado realizado para la creación de la empresa “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé reflejo que la oferta es de 25 tortas de helado mensualmente que multiplicado por el año nos da un total de 300 tortas heladas; el 97% de los encuestados manifestaron que si están de acuerdo con la creación de la empresa para adquirir las tortas de helado, de la cual se considera que un 50% están dispuestos a consumir la torta de helado, ya que no existe en el cantón una empresa productora y comercializadora de tortas de helado.

El estudio técnico dio como resultado, que la empresa debe estar en un lugar adecuado, ya que en la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Buena Fé manifestaron que el lugar apropiado para que la empresa realice sus labores comerciales es en el centro del cantón, con las debidas instalaciones para el funcionamiento de la misma y para un buen desenvolvimiento empresarial se necesitara del personal adecuado tanto para el área administrativa como para el área de producción.

Con el estudio económico financiero se determinaron los indicadores de rentabilidad obteniendo como resultado de la tasa interna de retorno un 42% y el valor actual neto un total de \$ 17.688,82y en la relación beneficio costo para el primer año es de \$ 1,40 por cada dólar invertido, en el segundo año \$ 1,40 en el tercer año \$ 1,40 en el cuarto año \$ 1,39 y en el último año \$ 1,38 esto nos indica que el proyecto si es rentable.

4.3. Discusión

De acuerdo al estudio de mercado las encuestas determinaron que existe una demanda insatisfecha para adquirir las tortas de helado, lo que garantiza la creación de la empresa "Galaxia" productora y comercializadora de tortas de helado, es decir que los encuestados manifestaron con un 97% estar de acuerdo con la creación de la empresa, lo que concuerda con **MEZA OROZCO (2010)**, que dice que el estudio de mercado es su proceso es importante determinar el tipo de clientes a atender, ya que en el estudio de mercado se requiere de análisis complejos, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico y el estudio económico financiero se realizaran a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio.

El valor actual neto es de \$ 17.688,82 positivo, desde el punto de vista del autor **SÁNCHEZ GALÁN. (2010)**, considera que el valor actual neto consiste en establecer una equivalencia entre el desembolso inicial y los flujos futuros generados por la inversión; cuyo VAN sea superior al resto, por cuanto supone un incremento superior a los desembolsos inicial.

La tasa interna de retorno es de 42%, por lo tanto el proyecto es factible, lo que concuerda con **MEZA OROZCO (2010)**, que el TIR es la tasa de interés que se define como el factor de descuento que iguala el desembolso inicial con la suma de los flujos descontados con la inversión.

La relación beneficio costo para el primer año es de \$ 1,40 por cada dólar invertido; según **APAZA ULISES (2010)**, la relación Beneficio Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto, es decir de los ingresos, entre el valor actualizado de los costos, los egresos a una tasa de actualización. Lo cual indica que el proyecto es viable y por lo tanto se puede realizar la inversión propuesta.

La hipótesis general “La elaboración de un Plan de Negocio incide positivamente en la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fe, año 2014” se acepta.

Las hipótesis específicas: “El Estudio de Mercado permite determinar y conocer la demanda actual de las tortas de helado”. Se acepta.

“El estudio técnico define el proceso de producción y comercialización de las tortas de helado”. Se acepta.

“El estudio económico y financiero establece los costos y gastos de inversión para determinar la viabilidad del proyecto”. Se acepta.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ❖ De acuerdo al estudio de mercado realizado para la creación de la “Galaxia” productora y comercializadora de tortas de helado en Buena Fé, se demostró que existe una demanda insatisfecha: las personas adquieren sus productos en la heladerías con un 69% el 97% de los encuestados manifestaron que si están de acuerdo con la creación de la empresa para adquirir las tortas de helado, en la que se considera que un 50% están dispuestos a consumir la torta de helado, ya que no existe en el cantón una empresa productora y comercializadora de tortas de helado.
- ❖ Mediante el estudio técnico se definió la localización física, en el cual se llegó a establecer que la empresa va a estar ubicada en el centro del Cantón Buena Fé, en la calle Gabriel Rivera y Ricardo Carriel. Además la empresa contara con las respectivas adecuaciones y de esta manera brindar un buen servicio a quienes visiten la empresa productora y comercializadora de tortas de helado.
- ❖ Luego de haber desarrollado el Estudio Económico Financiero, y haber obtenido los resultados de los principales indicadores de evaluación, como el VAN con un 17.688,82, el TIR con un 42%, y la Relación Beneficio Costo es de 1,40 para el primer año, demostrando que el proyecto es factible y viable.

5.2. Recomendaciones

- ❖ Crear la empresa productora y comercializadora de tortas de helado en el Cantón Buena Fé, en razón que se comprobó su factibilidad a través del estudio de mercado, técnico y económico financiero, también se debe emplear estrategias en base al precio, la publicidad y a la calidad del producto, para la atracción de clientes y de esta manera los habitantes del Cantón Buena Fé, conozcan el producto y a su vez llegue a posicionarse en el mercado.

- ❖ Ejecutar una infraestructura que cuente con las divisiones adecuadas según el cargo, para de esta manera poder brindar a los clientes la comodidad necesaria y una buena atención. Además se debe evaluar la vida útil del proyecto, considerando el comportamiento del mercado y las variables que lo benefician directamente como precios, costos, demanda y oferta.

- ❖ Realizar un seguimiento diario de las actividades económicas de la empresa, esto permitirá conocer si se está cumpliendo con el presupuesto proyectado y evaluar el buen funcionamiento del negocio.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1 Literatura Citada

Aguiar Díaz Inmaculada. (2010). Finanzas Corporativas en la Práctica. 2ª Edición.

Alonso Carlos. (2010). De Ejecutivo a Empresario. España

Amat Oriol y Soldevila Pilar. (2011). Contabilidad y Gestión de Costes. Barcelona. 6ª Edición.

Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México. 6ª Edición.

Collin Barrow. (2010). Emprender un Negocio Para Dummies. Barcelona – España. 1ª Edición.

Córdova Padilla Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia.

Escudero Serrano María José. (2010). Operaciones Administrativas de Compraventa. España. 1ª Edición.

Escudero Serrano María José. (2011). Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente. Madrid – España.

Flórez Andrade Julio. (2010). Como Crear y Dirigir la Nueva Empresa. Bogotá. 2ª Edición.

Fernández Espinoza Saúl. (2010). Los Proyectos de Inversión. 1ª Edición.

Flórez Uribe Juan Antonio. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. Bogotá. 2ª Edición.

Gil Estallo María de los Ángeles y Giner de la Fuente Fernando. (2010). Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa. Madrid. 8ª Edición.

Galindo Ruíz Carlos Julio. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá. 1ª Edición.

Harvard Business Press. (2010). Crear un Plan de Negocios. Santiago – Chile.

López Martínez Francisco. (2010). La Empresa, Explicada de Forma Sencilla. Barcelona - España. 1ª Edición.

Lerma Kirchner Alejandro E., Márquez Castro Enrique. (2010). Comercio y Marketing Internacional. Cruz Manca – Santa Fe. 4ª Edición.

Laos Sudea José, Navarro Sandra. (2010). Plan de Negocio. Herramienta Fundamental Para las Empresa. Colombia.

Meza Orozco Jhonny de Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá. 3ª Edición.

Miranda Miranda Juan José. (2012). Gestión de Proyectos. Bogotá. 7ª Edición.

Muñiz Luis. (2010). Guía Práctica Para Mejorar un Plan de Negocio. Barcelona.

Naveros José Antonio, Cabrerizo María del Mar (2010). Plan de Negocio. España.

Sapag Chain Nassir. (2011). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. Chile. 2ª Edición.

Sánchez Galán José Ramón. (2010). Principios Básicos de Empresa. Madrid - España.

Valbuena Álvarez Rubén. (2010). La Evaluación Del Proyecto En La Decisión Del Empresario. México. 1ª Edición.

6.2 Linkografía

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

<http://tortahelada.blogspot.com/> Publicado por Maritza el jueves, 14 de Octubre del 2010.

<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/ley28304.pdf>

<http://www.gerencie.com/pasos-o-requisitos-para-crear-sociedad-comercial.html>

<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

<http://www.controlsanitario.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-para-establecimientos-sujetos-a-vigilancia-sanitaria/>

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1. Anexos

Anexo 1. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN BUENA FE

La finalidad de esta encuesta es conocer sus gustos y preferencias sobre las tortas de helados, para la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado. La información obtenida será utilizada únicamente para fines académicos.

1. ¿Es Ud. Consumidor de tortas de helado?

Si ()

No ()

2. ¿Con que frecuencia consume torta de helado?

Diario ()

Semanal ()

Mensual ()

Una vez al año ()

3. ¿Qué tipo de torta de helado Ud. consume?

Grande ()

Mediana ()

Pequeña ()

4. ¿En cuál de estos lugares adquiera las tortas de helado?

- Comisariatos ()
- Tiendas ()
- Supermercados ()
- Heladerías ()

5. ¿Qué considera al momento de escoger un producto?

- Precio ()
- Buena Atención ()
- Calidad ()
- Marca ()

6. ¿Qué nivel de aceptación tiene Ud. Sobre las tortas de helado?

- Bueno ()
- Malo ()
- Regular ()

7. ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de tortas de helado?

Si ()

No ()

8. ¿En qué lugar del Cantón Buena Fe le gustaría que esté ubicada la empresa productora y comercializadora de tortas de helado?

En el centro del Cantón Buena Fe ()

En las afueras del Cantón Buena Fe ()

9. ¿Al asistir a una heladería y al no encontrar el producto deseado que actitud toma?

No compra ()

Acude a otro lugar ()

Adquiere otro producto ()

10. ¿Considera Ud. Que la publicidad de tortas de helado genera un impulso de compra?

Si ()

No ()

11. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre este producto “torta de helado”?

Anuncios en prensa o revista ()

Televisión ()

Vallas publicitarias ()

Folletos /Dípticos ()

Radio ()

Otros (Por favor especifique): () _____

12. ¿Qué marcas de tortas de helado consume usted?

Pingüino ()

Topsy ()

Otras (Por favor especifique): () _____

Anexo 2. Fórmulas para la proyección de la oferta futura

$$1. \sum y = Na + b \sum x$$

$$871 = 3a + 6b \quad (-2)$$

$$2. \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$1.761 = 6a + 14b$$

$$871 = 3a + 6b \quad (-2)$$

$$\underline{1.761 = 6a + 14b}$$

$$-1.742 = -6a - 12b /$$

$$\underline{1.761 = 6a + 14b}$$

$$19 = 2b$$

$$a = \frac{19}{2}$$

$$a = 9,5$$

$$\underline{-12.188 = -42a - 84b}$$

$$\underline{10.566 = 36a + 84b}$$

$$-1.622 = -6a$$

$$b = \frac{-1.622}{-6}$$

$$b = 270$$

$$y = a + b x$$

$$y = 9,5 + 270,33(4) = 1.091$$

$$y = 9,5 + 270,33(5) = 1.361$$

$$y = 9,5 + 270,33(6) = 1.631$$

$$y = 9,5 + 270,33(7) = 1.902$$

$$y = 9,5 + 270,33(8) = 2.172$$

Anexo 3. Proyección de los Costos de Venta de la productora y comercializadora de tortas de helado año 2014.

| Detalle del Producto | Unidades | Precio de Ventas | Costo de Ventas | Costo de Etiqueta | Costo de Estuche | Ganancia por Producto | Total de Ventas | Total de Costo de Ventas | Total costo Etiqueta | Total Costo de Estuche | Utilidad Bruta |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Torta de Helado Grande | 1700 | 16,00 | 5,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 27200,00 | 9350,00 | 1020,00 | 1020,00 | 15810,00 |
| Torta de Helado Mediana | 2200 | 15,00 | 4,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 33000,00 | 9900,00 | 1320,00 | 1320,00 | 20460,00 |
| Torta de Helado Pequeña | 2800 | 14,00 | 3,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 39200,00 | 9800,00 | 1680,00 | 1680,00 | 26040,00 |
| Total | | | | | | | 99400,00 | 29050,00 | 4020,00 | 4020,00 | 62310,00 |

Elaborado por: La Autora

Anexo 4. Proyección de los Costos de Venta de la productora y comercializadora de tortas de helado año 2015.

| Detalle del Producto | Unidades | Precio de Ventas | Costo de Ventas | Costo de Etiqueta | Costo de Estuche | Ganancia por Producto | Total de Ventas | Total de Costo de Ventas | Total costo Etiqueta | Total Costo de Estuche | Utilidad Bruta |
|-------------------------|----------|------------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------------------|------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|-----------------|
| Torta de Helado Grande | 1800 | 16,00 | 5,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 28800,00 | 9900,00 | 1080,00 | 1080,00 | 16740,00 |
| Torta de Helado Mediana | 2300 | 15,00 | 4,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 34500,00 | 10350,00 | 1380,00 | 1380,00 | 21390,00 |
| Torta de Helado Pequeña | 2900 | 14,00 | 3,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 40600,00 | 10150,00 | 1740,00 | 1740,00 | 26970,00 |
| Total | | | | | | | 103900,00 | 30400,00 | 4200,00 | 4200,00 | 65100,00 |

Elaborado por: La Autora

Anexo 5. Proyección de los Costos de Venta de la productora y comercializadora de tortas de helado año 2016.

| Detalle del Producto | Unidades | Precio de Ventas | Costo de Ventas | Costo de Etiqueta | Costo de Estuche | Ganancia por Producto | Total de Ventas | Total de Costo de Ventas | Total costo Etiqueta | Total Costo de Estuche | Utilidad Bruta |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Torta de Helado Grande | 1900 | 16,00 | 5,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 30400,00 | 10450,00 | 1140,00 | 1140,00 | 17670,00 |
| Torta de Helado Mediana | 2400 | 15,00 | 4,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 36000,00 | 10800,00 | 1440,00 | 1440,00 | 22320,00 |
| Torta de Helado Pequeña | 3000 | 14,00 | 3,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 42000,00 | 10500,00 | 1800,00 | 1800,00 | 27900,00 |
| Total | | | | | | | 108400,00 | 31750,00 | 4380,00 | 4380,00 | 67890,00 |

Elaborado por: La Autora

Anexo 6. Proyección de los Costos de Venta de la productora y comercializadora de tortas de helado año 2017.

| Detalle del Producto | Unidades | Precio de Ventas | Costo de Ventas | Costo de Etiqueta | Costo de Estuche | Ganancia por Producto | Total de Ventas | Total de Costo de Ventas | Total costo Etiqueta | Total Costo de Estuche | Utilidad Bruta |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Torta de Helado Grande | 2000 | 16,00 | 5,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 32000,00 | 11000,00 | 1200,00 | 1200,00 | 18600,00 |
| Torta de Helado Mediana | 2500 | 15,00 | 4,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 37500,00 | 11250,00 | 1500,00 | 1500,00 | 23250,00 |
| Torta de Helado Pequeña | 3100 | 14,00 | 3,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 43400,00 | 10850,00 | 1860,00 | 1860,00 | 28830,00 |
| Total | | | | | | | 112900,00 | 33100,00 | 4560,00 | 4560,00 | 70680,00 |

Elaborado por: La Autora

Anexo 7. Proyección de los Costos de Venta de la productora y comercializadora de tortas de helado año 2018.

| Detalle del Producto | Unidades | Precio de Ventas | Costo de Ventas | Costo de Etiqueta | Costo de Estuche | Ganancia por Producto | Total de Ventas | Total de Costo de Ventas | Total costo Etiqueta | Total Costo de Estuche | Utilidad Bruta |
|-------------------------|----------|------------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------------------|------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|-----------------|
| Torta de Helado Grande | 2100 | 16,00 | 5,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 33600,00 | 11550,00 | 1260,00 | 1260,00 | 19530,00 |
| Torta de Helado Mediana | 2500 | 15,00 | 4,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 37500,00 | 11250,00 | 1500,00 | 1500,00 | 23250,00 |
| Torta de Helado Pequeña | 3200 | 14,00 | 3,50 | 0,60 | 0,60 | 9,30 | 44800,00 | 11200,00 | 1920,00 | 1920,00 | 29760,00 |
| Total | | | | | | | 115900,00 | 34000,00 | 4680,00 | 4680,00 | 72540,00 |

Elaborado por: La Autora

Presentación del producto “Torta de Helado”



Encuestando a los Habitantes del Cantón Buena Fe

