



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRIA EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN:

**“Estudio de factibilidad empresarial para la implementación de una  
heladería vanguardista en la ciudad de Loja”**

Previa a la obtención del Grado Académico de  
Magíster en Finanzas y Economía Empresarial

ELABORADO POR:

Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

TUTOR:

Eco. Jack Chávez García, Mgs

Guayaquil, 09 de julio de 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## **SISTEMA DE POSGRADO**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Magister Elizabeth del Cisne Juárez Chapa, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial,

Guayaquil, 09 mes de julio del 2019.

#### **DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Eco. Jack Chávez García, Mgs

#### **REVISORES:**

Eco. Uriel Castillo Nazareno, Mgs

Ing. María Josefina Alcívar Áviles, Mgs.

#### **DIRECTOR DEL PROGRAMA**

\_\_\_\_\_  
Ing. María Teresa Alcívar Áviles, PHD



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## **SISTEMA DE POSGRADO**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

YO, Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación: “Estudio de factibilidad empresarial para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja”, previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, 09 de julio del 2019.

EL AUTOR

---

Elizabeth del Cisne Juárez Chapa



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## SISTEMA DE POSGRADO

### AUTORIZACIÓN

YO, Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación de Maestría titulada: **“Estudio de Factibilidad Empresarial para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 09 de julio del 2019.

EL AUTOR

---

Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

Documento [TRABAJO DE TITULACION JUAREZ ELIZABETH.pdf](#) (D54312596)

Presentado 2019-07-04 18:57 (-05:00)

Presentado por Teresa Alcivar Avilés (maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec)

Recibido maria.alcivar10.ucsg@analysis.orkund.com

4% de estas 52 páginas, se componen de texto presente en 12 fuentes.

+	📄	PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA...	⋮
+	📄	<a href="http://www.tiposde.org/cotidianos/568-tipos-de-manuales/">http://www.tiposde.org/cotidianos/568-tipos-de-manuales/</a>	✓
+	> 📄	TESIS 658.11 E434F - KARINA ELIZALDE y ANDREA JIMÉNEZ.doc	📄
+	📄	<a href="http://www.sanisapori.es/Historia%20del%20helado.html">http://www.sanisapori.es/Historia%20del%20helado.html</a>	✓
+	📄	<a href="http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM:c...">http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM:c...</a>	✓



0 Advertencias.



Reiniciar



Exportar



Compartir



cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. . En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación del Grado Académico en mención, Guayaquil, a los 02 días del mes de julio año 2019. EL AUTOR \_\_\_\_\_ Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

ii SISTEMA DE POSGRADO AUTORIZACIÓN YO, Elizabeth del Cisne Juárez Chapa Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación de Maestría titulada: "Estudio de Factibilidad Empresarial para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría. Guayaquil, a los 02 días del mes de julio año 2019. EL AUTOR \_\_\_\_\_ Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

iii AGRADECIMIENTO YO, Elizabeth del Cisne Juárez Chapa En primer lugar, agradezco a Dios por la salud, entendimiento y sabiduría que me regalo y su eterna compañía en este proceso que hoy termina. Mi eterno agradecimiento a

## **AGRADECIMIENTO**

YO, Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

En primer lugar, agradezco a Dios por la salud, entendimiento y sabiduría que me regalo y su eterna compañía en este proceso que hoy termina. Mi eterno agradecimiento a mi familia, personas muy importantes en mi vida y que me animaron a seguir adelante hasta culminar esta etapa

Agradezco sinceramente a la Coordinación y Dirección de la Maestría en Finanzas y Economía Empresarial, quienes con su apoyo y dirección aportaron para cumplir una meta más en mi vida, a la planta Docente por medio de sus conocimientos, experiencia y enseñanzas aportaron grandes pasos para el desarrollo profesional en el cual incursiono hoy en día y al personal de Servicios por su dedicación y amistad entregada, animándome siempre en seguir adelante.

Guayaquil, 09 de julio del 2019.

**EL AUTOR**

---

Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

## DEDICATORIA

YO, Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

Dedico este trabajo a Dios que es mi mentor y me ha brindado la sabiduría para seguir adelante, a mi Madre, Hermana, Hermanos, mis sobrin@s, mi padre, quienes me ha enseñado que con esfuerzo y dedicación todo se puede cumplir, que los dilemas que se presentan en el transcurso de la vida se pueden ir solucionando con perseverancia y paciencia; y de forma especial se lo dedico a mi hijo Nicolás Sebastián la persona que me acompañó en los últimos 9 meses de clases, con su amor, compañía y presencia todo se me hacía más fácil y de mejor manera y que hoy en día es el pilar fundamental de mi vida.

Guayaquil, 09 de julio del 2019.

EL AUTOR

---

Elizabeth del Cisne Juárez Chapa

## **Resumen**

El presente proyecto de investigación se realizó con la finalidad de determinar la viabilidad de implementar una heladería, la cual ofertaría helados con sabor a bebidas tradicionales en la ciudad de Loja, siendo este un referente muy importante, porque permite diferenciarse del resto de heladerías que existen en la localidad dándole por consiguiente una fuerte ventaja competitiva en el mercado, ya que capta la atención de grandes y niños con los nuevos sabores, y logra atraer la atención al turismo; con ello se obtiene estabilidad en el sector económico – financiero al dar fuentes de trabajo y generar ingresos para las familias; así mismo, disminuye la Población Económicamente Inactiva (PEI).

La heladería se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Loja, en la Avenida Maximiliano Rodríguez y Azuay esquina, ella presta las condiciones adecuadas de acceso, ya sea en vehículo particular, público o caminando; por otro lado en la misma calle de la heladería se encuentra la parada principal de los buses, esto permitirá tener la atención de más clientes potenciales incrementando las ventas de la misma; se prestara un servicio de 08:00 am hasta las 22:00 pm con horario ininterrumpido par así brindar calidad y satisfacción a través del servicio y producto que se oferta, cumpliendo una de las metas planteadas, la de abastecer la demanda insatisfecha, objeto de estudio; por lo tanto, el presente trabajo es importante debido a que permite determinar las inversiones a realizar para la puesta en marcha y por otro lado detectar la rentabilidad.

## **Palabras Claves**

✚ Factibilidad, Sector Económico, Sector financiero, Inversión, Viabilidad, Proyecto, Emprendimiento.



## **Abstract**

The present research project was carried out with the purpose of determining the viability of implementing an ice cream shop, which will offer ice cream flavored with traditional drinks of the city of Loja, Being this a very important reference which allows that it is different from the rest of ice cream that exist in the locality giving him consequently presents / displays a strong competitive advantage in the market, Attracting the attention of big and children with the new flavors, and managed to capture the attention to tourism which would lead to obtain stability in the economic - financial sector by giving sources of work generating income for the families and on the other hand as decreases the Population Economically Inactive (PEI).

The ice cream shop is located in the center of the city of Loja, on Avenida Maximiliano Rodríguez and Azuay corner, place which provides the conditions to be able to arrive without any inconvenience, either in private or public vehicles and also walking; on the other side in the same street of the ice cream shop is the main bus stop, this will allow the attention of more potential customers increasing sales of the same; a service will be provided from 08:00 am until 10:00 pm without uninterrupted time to provide quality and satisfaction with the service and product that will be offered fulfilling one of the goals raised, that of supplying the unsatisfied demand under study; For which the present work is important since it allows determining the investments to be made for the start-up and on the other hand to detect the profitability.

## **Keywords**

✚ Feasibility, Economic sector, Financial sector, Investment, Viability, Draft, Entrepreneurship.

## Contenido

AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
Resumen.....	VIII
Palabras Claves.....	VIII
Abstract.....	IX
Keywords.....	IX
Contenido.....	X
Índice de tablas.....	17
Índice de Figuras.....	20
Introducción.....	2
Capítulo I.....	4
Generalidades.....	4
Problemática.....	4
Justificación.....	5
Objetivos.....	6
General.....	6
Específicos.....	6
Metodología.....	7
Marco Teórico.....	8
Actores.....	8
Objetivos.....	9
Fases o etapas del proyecto.....	9
Fases o Etapas del Proyecto.....	9
Contenido del Proyecto.....	10
Estudio de Mercado Definición.....	10
Objetivos.....	10
Estructura.....	11
Estudio Técnico Definición.....	11

Objetivos.....	12
Estructura.....	12
Estudio Administrativo Definición.....	13
Organigramas .....	14
Clasificación de Organigramas.....	14
Manuales.....	15
Estudio Legal Definición.....	15
Objetivos.....	15
Estudio Económico - Financiero Definición .....	16
Objetivos.....	16
Estructura.....	17
Inversiones.....	17
Presupuesto de Ingresos y Egresos.....	17
Depreciación y Amortización.....	18
Análisis de Costos y Gastos .....	18
Estado de Resultados .....	18
Balance General.....	19
Flujo Neto de Efectivo.....	19
Punto de Equilibrio.....	19
Evaluación Financiera Definición.....	19
Elementos .....	20
Helados .....	20
Historia de los Helados.....	21
Producción Mundial y Consumo de Helados .....	22
Clasificación.....	23
Ingredientes Básicos de los Helados .....	24
Aditivitos y Estabilizantes.....	25
Clasificación de Aditivos .....	26
Proceso de Elaboración .....	26
Capitulo II.....	28
Estudio de Mercado .....	28
Análisis de las Demandas .....	28
Demanda Potencial .....	28

Demanda Potencial .....	28
Demanda Aparente .....	29
Demanda Aparente .....	29
Demanda Real .....	29
Demanda Real .....	29
Resumen de la Demanda .....	30
Resumen de la Demanda .....	30
Proyección de la Demanda .....	30
Proyección de la Demanda .....	30
Análisis de la Oferta .....	31
Oferta .....	31
Proyección de la Oferta .....	32
Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	32
Demanda Insatisfecha .....	32
Plan de Comercialización .....	32
Precio .....	33
Plaza .....	33
Producto / Servicio .....	34
Promoción y Publicidad .....	35
Radio .....	35
Capítulo III .....	37
Estudio Técnico .....	37
Localización .....	37
Macro Localización .....	38
Límites: .....	39
Micro Localización .....	39
5= Alto; 3= Medio; 1= Bajo .....	39
Localización Definitiva .....	40
Tamaño del Proyecto .....	42
Capacidad Utilizada .....	43
Proyección Capacidad Utilizada .....	43
Ingeniería del Proyecto .....	44
Distribución de la Planta .....	44

Flujogramas de Procesos .....	49
Estudio Administrativo.....	51
Imagen Corporativa .....	51
Eslogan: .....	51
Misión.....	52
Manual de Funciones.....	53
Estudio Legal .....	57
<b>SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:</b> .....	<b>57</b>
Requisitos para la puesta en marcha.....	58
Determinación de la Muestra.....	59
Datos:.....	59
Fórmula: .....	59
Interpretación:.....	60
Interpretación:.....	60
Interpretación:.....	61
Interpretación.....	62
Interpretación.....	63
Interpretación.....	64
Interpretación.....	65
Capítulo V Plan Estratégico .....	67
Misión.....	67
Visión .....	67
Matriz FODA.....	68
Capítulo VI Viabilidad Técnica - Financiera .....	70
Inversión del Proyecto .....	70
a) Inversión en Activos Fijos.....	70
Maquinaria.....	71
Equipo Básico.....	71
Equipo Auxiliar .....	72
Muebles y Enseres .....	72
Equipo de Computación .....	73
Equipo de Sonido .....	73
Equipo de Oficina.....	73

Resumen Depreciación Activos Fijos .....	74
Inversión en Activos Diferidos.....	74
Activos Diferidos.....	74
Amortización de Activos Diferidos.....	74
Capital de Trabajo .....	75
Materia Prima .....	75
Materia Prima para Elaborar un Helado .....	75
Materiales Directos.....	75
Materiales Directos.....	76
Costo Total por Hora .....	76
Costo Total por Dia .....	77
Costo Total Semanal.....	77
Costo Total Mensual.....	77
Costo Total Anual.....	78
Mano de Obra.....	78
Personal Administrativo .....	78
Publicidad y Propaganda .....	79
Suministros de Oficina .....	79
Materiales de Limpieza .....	79
Servicios Básicos.....	80
Arriendo.....	80
Resumen Capital de Trabajo .....	80
Resumen de Inversión Total .....	81
Financiamiento de la Inversión .....	81
Financiamiento .....	81
Determinación de los Costos .....	82
Ingresos.....	82
Ingresos.....	83
Punto de Equilibrio.....	83
En Función a la Ventas.....	83
Punto de Equilibrio en Función a las Ventas.....	84
En función a la Capacidad Utilizada .....	84
Punto de Equilibrio en Función a la Capacidad Instalada.....	84

Estado de Resultados .....	85
Estado de Resultados .....	85
Evaluación Financiera .....	86
Flujo de Caja.....	86
Tasa Mínima de Rendimiento Aceptado (TMAR).....	86
Tasa Mínima de Rendimiento Aceptada .....	87
Valor Actual Neto.....	87
Donde: .....	87
Valor Actual Neto.....	88
Tasa Interna de Retorno.....	88
Dónde: .....	88
Tasa Interna de Retorno.....	89
Relación Beneficio - Costo.....	89
Relación Beneficio - Costo.....	90
Periodo de Recuperación de Capital.....	90
Periodo de Recuperación de Capital.....	90
Análisis de Sensibilidad .....	91
Aumento de los Costos .....	92
Cálculo de la Nueva TIR .....	92
Se encuentra la nueva TIR:.....	92
TIR resultante .....	93
Porcentaje de variación de la TIR .....	93
Cálculo del valor de sensibilidad.....	94
Disminución de los Ingresos .....	94
Cálculo de la Nueva TIR .....	95
Se encuentra la nueva TIR:.....	95
TIR resultante .....	95
Porcentaje de variación de la TIR .....	96
Cálculo del valor de sensibilidad.....	96
Discusión .....	98
Antítesis.....	100
Conclusiones.....	101
Recomendaciones .....	103

Bibliografía.....	104
Libros.....	104
Páginas de Internet .....	105
Anexos.....	107
a. Formato de la encuesta.....	107
1. Género.....	107
2. Edad .....	107
3. ¿Usted consume helado? .....	107
4. ¿Cada que tiempo lo consume?.....	107
5. ¿Qué sabor prefiere? .....	107
6. ¿Dónde lo compra? .....	107
7. ¿Cuál es la presentación del helado de su preferencia? .....	107
8. ¿Si se implementaría una heladería vanguardista (moderna en los sabores de los helados) asistiría?.....	108
9. ¿Le gustaría que en la heladería se vendan helados con nombres y sabores de bebidas típicas de Loja? .....	108
10. ¿Cuál de los siguientes sabores Usted desearía probar? .....	108
12. ¿Por cuales medios de comunicación le gustaría conocer del lugar? .....	108
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.....	108
b. Tabla de amortización Mensual .....	109
c. Tabla de amortización anual.....	111
Señor Notario: .....	112
SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑIA:.....	112
e. Requerimientos del Proyecto .....	114
Maquinaria.....	114
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....	119



## Índice de tablas

Tabla 1 Fases del proyecto .....	7
Tabla 2 Demanda Potencial .....	27
Tabla 3 Demanda Aparente .....	28
Tabla 4 Demanda Real .....	28
Tabla 5 Resumen Demanda .....	29
Tabla 6 Proyeccion de la Demanda .....	29
Tabla 7 Oferta.....	30
Tabla 8 Proyecto de la Oferta .....	31
Tabla 9 Demanda Insatisfecha.....	31
Tabla 10 Publicidad .....	34
Tabla 11 Capacidad Utilizada.....	42
Tabla 12 Proyección Capacidad utilizada .....	42
Tabla 13 Matriz FODA .....	67
Tabla 14 Maquinaria.....	70
Tabla 15 Equipo basico .....	70
Tabla 16 Equipo auxiliar .....	71
Tabla 17 Muebles y enseres.....	71
Tabla 18 Equipo de computación .....	72
Tabla 19 Equipo de sonido .....	72
Tabla 20 Equipo de oficina.....	72
Tabla 21 Resumen Depreciación Activos Fijos .....	73
Tabla 22 Activo Diferido.....	73
Tabla 23 Amortización Activo diferido.....	74
Tabla 24 Materia prima para un helado.....	74
Tabla 25 Materiales directos.....	75
Tabla 26 Costo un helado .....	75

Tabla 27 Costo por hora elaboracion helados .....	75
Tabla 28 Costo por dia de elaboraci3n .....	76
Tabla 29 Costo por semana de elaboraci3n .....	76
Tabla 30 Costo por mes de elaboraci3n.....	76
Tabla 31 Costo anual de producci3n .....	77
Tabla 32 Mano de obra.....	77
Tabla 33 Personal administrativo .....	77
Tabla 34 Publicidad y propaganda .....	78
Tabla 35 Suministros de oficina .....	78
Tabla 36 Materiales de limpieza.....	78
Tabla 37 Servicios basicos .....	79
Tabla 38 Arriendo.....	79
Tabla 39 Resumen Capital de Trabajo .....	79
Tabla 40 Resumen Inversi3n Total.....	80
Tabla 41 Financiamiento .....	80
Tabla 42 Determinaci3n de costos .....	81
Tabla 43 Ingresos .....	82
Tabla 44 Punto de Equilibrio en Ventas.....	83
Tabla 45 Punto de Equilibrio seg3n la Capacidad.....	83
Tabla 46 Estado de Resultados.....	84
Tabla 47 Flujo de Caja .....	85
Tabla 48 Tasa Minima de Rendimiento Aceptada (TMAR).....	86
Tabla 49 Valor Actual Neto (VAN) .....	87
Tabla 50 Tasa Interna de Retorno .....	88
Tabla 51 Relaci3n Beneficio / Costo.....	89
Tabla 52 Periodo de Recuperaci3n de Capital.....	89
Tabla 53 Aumento de Costos .....	91

Tabla 54 Calculo Nueva TIR.....	91
Tabla 55 Disminución de Ingresos .....	93
Tabla 56 Calculo Nueva TIR.....	94
Tabla 57 Maquinaria.....	113
Tabla 58 Equipo basico .....	113
Tabla 59 Equipo auxiliar .....	114
Tabla 60 Muebles y enseres .....	115
Tabla 61 Materia prima .....	115
Tabla 62 Equipo de oficina.....	116
Tabla 63 Equipo de computación .....	116
Tabla 64 Equipo de sonido .....	117
Tabla 65 Mano de obra.....	117

## Índice de Figuras

Figura 1 Componente .....	15
Figura 2 Canales de Comercialización .....	33
Figura 3 Hoja Volante .....	35
Figura 4 Tarjeta de Presentación .....	35
Figura 5 Localización .....	37
Figura 6 Matriz de Localización .....	38
figura 7 Localización Definitiva .....	40
Figura 8 Calle Principal .....	40
Figura 9 Calle Secundaria .....	41
Figura 10 Distribución de la Planta .....	44
Figura 11 Puerta de Ingreso .....	45
Figura 12 Salida de emergencia .....	46
Figura 13 Area de Cocina .....	47
Figura 14 Flujograma elaboracion de helado .....	48
Figura 15 Flujograma prestación del servicio .....	49
Figura 16 Logotipo .....	50
Figura 17 Organigrama Estructural .....	51
Figura 18 Registro Único de Contribuyentes .....	57
Figura 19 Patente Municipal .....	57
Figura 20 Género .....	59
Figura 21 Edad .....	59
Figura 22 Consumo de Helado .....	60
Figura 23 Cada que tiempo consume helado .....	60
Figura 24 Sabor de Preferencia .....	61
Figura 25 Donde compra .....	61
Figura 26 Presentación del Helado .....	62

Figura 27 Visitaría la nueva heladería.....	62
Figura 28 Sabores de bebidas típicas de Loja .....	63
Figura 29 Nuevos sabores.....	63
Figura 30 Ubicación de la heladería.....	64
Figura 31 Medios de Comunicación.....	64

## **Introducción**

Para la implementación de una heladería en la ciudad de Loja se requiera de un nuevo enfoque tanto en los sabores, presentación, decoración del lugar y la atención a los clientes que se quiere dar con la finalidad de tener una mayor aceptación en el mercado y poder competir con la competencia local; por lo cual se considera un modelo vanguardista, siendo una renovación en el sabor y en la atención que se brindara a los clientes, innovando en los sabores.

La implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja se presenta por la idea de innovación del producto en cuanto a los sabores así como el servicio que se va a prestar, de esta manera se dará un realce o un mejor alcance del mismo al ofertar helados con sabor a bebidas tradicionales de la localidad tales como: la horchata, la leche de tigre, canelazo, café, entre otros, los mismos que son consumidos en gran cantidad por la sociedad en sus diferentes presentaciones: fría o caliente, es por ello que se ha presentado la propuesta y el lugar de ubicación se optó por la parte céntrica de la ciudad de Loja, ya que al realizar los diferentes tramites personales y profesionales pueden llegar al lugar a descansar y degustar de los productos a ofertarse.

Al momento de aplicar las encuestas se pudo evidenciar que a la sociedad les llama la atención la heladería por las características que puede ofrecer la misma en relación a los productos y al servicio, generando expectativa al momento de su puesta en marcha por la nueva característica que se dará, y por otro lado también se estará dando apoyo al sector turístico de la localidad ya que, mediante las diferentes formas de publicidad, se dará a conocer los productos captando la atención de turistas al querer degustar las bebidas tradicionales pero con otras características.

Una vez que se tenga un posicionamiento en el mercado, el negocio puede expandirse a nivel local y posteriormente provincial y nacional mediante la apertura de diferentes sucursales en diferentes sectores para atender a toda la sociedad; el costo de producción no es muy elevado, sino más bien, se encontrara a un precio accesible para niños, jóvenes y adultos, permitiendo así recuperar la inversión que se realizará en un inicio y posteriormente obtener utilidades, una de las razones por las cuales se configura toda empresa en el mercado.

## **Capítulo I**

### **Generalidades**

#### **Problemática**

A través de los tiempos el consumo de helados ha sido para la humanidad un gusto especial ya sea por el calor, el sabor, el gusto y deseos de satisfacer a la sociedad en sus diferentes generaciones. “Charles Panati, en su famoso libro “Extraordinary Origins of every day things”, atribuye el invento del helado a los chinos, hace 4000 años atrás, sobre una receta donde explicaba cómo preparar una masa “mantecada” hecha de arroz muy cocido con leche y especias, que colocadas en la nieve se solidificaran.... No solo en China, también en toda Asia Menor.” (Sani Saporiti, 2012)

Es así que el consumo del helado se fue dispersando por todos los continentes y naciones con su única finalidad satisfacer las necesidades de las sociedades, la elaboración de helados a nivel nacional e internacional ha adquirido una importancia económica y social de singular importancia ya que la misma ayuda a la economía de las familias, no solo se trata de realizar un producto industrialmente sino a la imaginación en donde las madres de familia e incluso de niñas que han inventado una forma básica de hacer helado al colocar agua con azúcar y algún sabor y directo al refrigerador generando así ingresos para cubrir otros gustos o necesidades, esto da paso a un gran e importante aspecto como lo es el emprendimiento.

El emprendimiento es una actividad que se ha dado durante la existencia del hombre al buscar nuevas formas de sustentar su necesidad de alimentación como de vivienda, experimentando en cada una de las actividades y dándoles un valor agregado permitirán generar mejores resultados para la satisfacción personal de las personas. El proyecto de



factibilidad para la creación de una heladería vanguardista, se presenta por la necesidad de encontrar en el mercado algo diferente, nuevo e innovador que llame la atención de los demandantes, pudiendo ser estos: adultos, jóvenes y niños, al tener diferentes sabores; siendo sus principales características: ofertar helados con nombres de bebidas alcohólicas como: wiski, tequila, vodka; al igual que de los cocteles: margarita, sunrise, canelazo, entre otros; su finalidad es de no solo ser una heladería para niños sino también captar la atención de personas adultas, con una decoración apropiada y un excelente ambiente para compartir entre familiares y amigos.

### **Justificación**

Se ha optado por el presente tema ya que al realizar una observación directa en el mercado y en la competencia se pudo evidenciar que se venden los mismos sabores de helados y el ambiente es para niños y adolescentes, los adultos no frecuentaban estos lugares salvo el caso por reuniones de sus hijos, es así que se presente la nueva propuesta con la finalidad de atender a toda la sociedad mediante una mejor decoración apta y propia a ser utilizada por todos, en relación a la presentación que se estará emitiendo en los televisores como en la música que se pondrá para que se pueda degustar de un ambiente tranquilo y agradable.

El desarrollo del presente proyecto tiene como finalidad conocer la demanda insatisfecha del producto y del servicio a ofertar, y a su vez poder incrementar o generar una estabilidad socio –económica en el sector debido a que permitirá generar fuentes de trabajo, consintiendo así crear ingresos y ser parte de la población económicamente activa del País.

Además de dar otra presentación de cómo son en la actualidad las heladerías y por lo general, quitar la perspectiva que tienen las personas al creer que es un lugar solo para niños o jóvenes, dando a conocer que también es un lugar donde se puede ir a compartir entre personas adultas y disfrutar de un delicioso helado de su bebida tradicional predilecta, permitiendo captar la atención del turismo brindando a su vez mayor reconocimiento a la ciudad al ofrecer bebidas tradicionales transformados es helados, que en días de calor ayudara a combatir la sed, calor y cansancio.

## **Objetivos**

### **General**

- ✚ Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja.

### **Específicos**

- ✚ Diagnosticar las necesidades del mercado mediante una encuesta hacia la población objeto de estudio.
- ✚ Determinar los elementos clave de la Cadena de Valor y su incidencia en el mercado.
- ✚ Establecer los requerimientos técnicos de la ejecución por medio de la investigación de campo.
- ✚ Evaluar la viabilidad económica – financiera para detectar el capital de inversión.
- ✚ Elaborar un plan estratégico en prospectiva.

## Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo el siguiente enfoque:

- ✚ **Cuantitativo:** permitió detectar y analizar las fuentes de emprendimientos e innovación que existen en el Ecuador y la ciudad de Loja, con la finalidad de establecer las más sobresalientes para inducir e incluir durante el desarrollo las fuentes internas y externas, necesarios para una recopilación informática, determinación de muestra, mercados y segmentos a los que va dirigido.
- ✚ **Cualitativo:** permitió la determinación del aspecto físico del negocio tanto interno como externo, como la determinación de los helados y su elaboración, basándose en las preferencias y esencia de cada preparación para gusto de los clientes.

Toda esta información será verificada mediante las siguientes técnicas:

- **Observación:** permitirá identificar la competencia directa del negocio a implementar como verificar la posible ubicación.
- **Encuesta:** mediante la respuesta a una serie de preguntas fundamentales y esenciales para determinar la demanda existente del producto.
- ✚ **Población y Muestra:** ayudará a establecer el mercado potencial al que va dirigido el producto, e identificar la Muestra con la que se va a trabajar llevando un análisis exacto y pertinente para obtener resultados favorables
- ✚ **Análisis del Mercado:** permitirá determinar la demanda real, demanda insatisfecha al igual que la oferta existente en el mercado, y la necesidad del producto.
- ✚ **Plan de Factibilidad Empresarial:** ayudara en la identificación de los diferentes pasos necesarios para desarrollar y determinar la factibilidad de la implementación de una heladería en la ciudad de Loja.

## **Marco Teórico**

### **Proyecto de Inversión**

#### **Definición**

“Es un conjunto de variables que posibilitan tomar decisiones vinculadas a un proceso de inversión en el sector real, apreciar las ventajas y desventajas originadas en la asignación de recursos destinados a la obtención de bienes y/o servicios” (Cruz. et. al, 2006, pág.3).

El proyecto de inversión permitirá conocer las oportunidades que se puede encontrar en el mercado con la implementación de un nuevo negocio y evaluar o diferencia la mejor idea en la colocación del efectivo, si es en una institución financiera o la implementación de un negocio en el mercado

#### **Actores**

- ✚ “Promotores: generadores de la idea para la implementación del negocio en un determinado lugar.
- ✚ Consultores: profesionales expertos en diseñar el plan del proyecto a ser desarrollado.
- ✚ Inversionistas: personas que aportan su capital con la finalidad de obtener rendimientos financieros positivos, transformados en ingresos.
- ✚ Financistas: entidades que realizan un crédito a favor del nuevo proyecto, dicho dinero será recuperado según la prioridad que se determinó.
- ✚ Terceros: participan en la etapa del desarrollo de las actividades una vez implementado el proyecto.” (Cruz. et. al, 2006, págs.4).

## Objetivos

✚ “Minimizar el riesgo de la inversión, o elegir una combinación apropiada entre riesgo y rentabilidad.

Co.✚parar entre varias alternativas excluyentes de inversión (priorizar).

✚ Estimar la viabilidad de inversión e incrementar probabilidades de sustentabilidad.

✚ Determinar los aspectos “críticos” de ejecución de una inversión.

Reducir ✚ percepción de riesgo cuando se solicita financiamiento.

✚ Determinar las condiciones adecuadas de financiamiento (capacidad de pago).

✚ Verificar el cumplimiento de los objetivos de una inversión con la estrategia inicial.

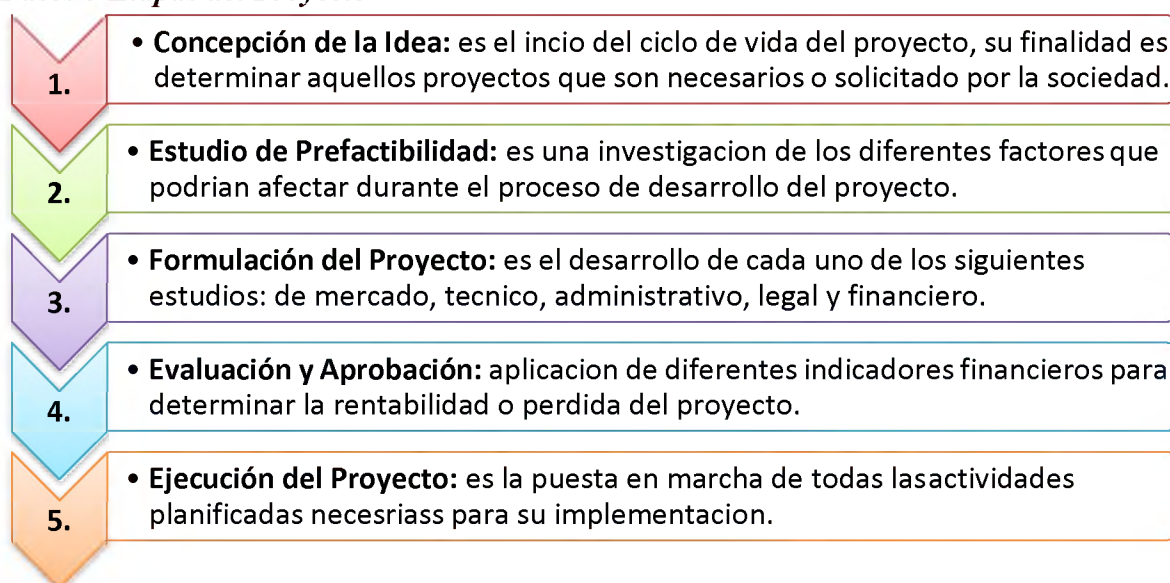
✚ Analizar viabilidad de ampliación o transformación.” (Cruz. et. al, 2006, págs.4 y 5).

## Fases o etapas del proyecto

“Las fases de un proyecto de inversión (Pimentel, 2008, pág. 10) son”:

**Tabla 1**

***Fases o Etapas del Proyecto***



## **Contenido del Proyecto**

Los siguientes estudios son necesarios para el desarrollo de un proyecto:

### **Estudio de Mercado**

#### **Definición**

“Es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.” (Arboleda, 2013, pág. 83)

Permite identificar las oportunidades de negocio que existen en un lugar determinado y al mismo tiempo comparar con productos / servicios que ya existen para satisfacer las necesidades o deseos de la sociedad.

#### **Objetivos**

Entre los cuales se puede mencionar:

- ✚ “Tener la noción clara de la cantidad de consumidores que van a consumir el producto que se piensa vender y el precio que está dispuesto a pagar.
  - ✚ Determinar las características y especificaciones del producto de acuerdo a las exigencias del cliente.
  - ✚ Propiciar información acerca del precio apropiado que se le daría al producto.
- (Apuntes Universitarios, 2010, pág. 7)”.

## Estructura

1. **Producto:** resultado del proceso productivo disponible en el mercado para satisfacer las necesidades, gustos o deseos de la sociedad.
2. **Demanda:** es la solicitud o petición de un producto específico para satisfacer a la sociedad.
3. **Oferta:** cantidad de productos disponibles en el mercado para la sociedad.
4. **Precio:** valor expresado en números para adquirir un el producto disponible.
5. **Canales de distribución:** maneras de cómo se va a distribuir el producto hacia el consumidor final.

## Estudio Técnico

### Definición

“Permite determinar los requerimientos necesarios sobre el funcionamiento y operatividad del proyecto, considerando factores como: tamaño, localización, equipos, muebles y enseres, instalaciones, así como insumos necesarios para la elaboración y producción de los helados. Considerando las respuestas que se puede dar a las siguientes interrogantes:

✚ ¿Cómo?

✚ ¿Cuándo?

✚ ¿Dónde?

¿Con qué se va a elaborar el producto? (San, 2008).

Permite identificar los requerimientos técnicos que se necesitan para iniciar con la implementación y posterior puesta en marcha del nuevo negocio dentro de un lugar determinado.

## Objetivos

Los objetivos principales del estudio técnico son:

- ✚ “Determinar la localización óptima en base a factores para determinar la mejor ubicación.
- ✚ Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- ✚ Indicar el diseño y distribución de las instalaciones.
- ✚ Comprobar la viabilidad técnica para la instalación del proyecto.” (Facultad de Economía UNAM, pág. 53)

## Estructura

“Está conformado por los siguientes elementos:

- ✚ **Tamaño:** es la cantidad de bienes que se van a producir.
  - Capacidad: de producción que se tendrá en la prestación del producto; esta puede ser:
    - **Diseñada:** la producción máxima.
    - **Instalada:** es la combinación de los factores que pueden entregar a la demanda.
    - **Utilizada:** es el número real de productos que se están entregando a la demanda.
- ✚ **Localización:** es el lugar en el cual se va a ubicar la empresa; esta puede ser:



- **Macro localización:** analiza los factores externos con los que se cuenta para el proyecto
- **Micro localización:** determina los factores exactos como: terreno, maquinaria, dimensiones, etc., establece las características necesarias para la implementación de la empresa.
- **Localización Definitiva:** establece el lugar exacto para iniciar con la construcción y adecuaciones necesarias para el desarrollo de las actividades de la empresa.

✚ **Ingeniería del Proyecto:** establece con que se ha van a desarrollar las actividades de la empresa, y estos son:

- **Procesos de Producción:** determina los procesos a seguir para obtener el producto final para el consumidor.
- **Insumos:** materia prima necesaria para realizar la producción.
- **Materiales:** complementos adicionales que se involucran para obtener el producto final.
- **Equipos:** son básicos y auxiliares, necesarios en el proceso de producción.
- **Instalación:** ubicación y distribución exacta de la empresa, así como de la mano de obra que se va a utilizar para el giro normal del negocio. (Apuntes de la Universidad, 2010, pág. 32)”.

## **Estudio Administrativo**

### **Definición**

“El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación

estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación. (Martínez, 2013, pág. 2)”

Se establecerá el área administrativa que se llevara dentro de la nueva compañía para el desarrollo de las actividades y cumplir con el fin por la cual se ha creado la misma, esto ayudara a identificar: actividades, funciones y jerarquía para resolver inconvenientes.

## **Organigramas**

Existen varios tipos de organigramas para reflejar una organización, pero se profundizará en los de estructura orgánica mixta (horizontal y vertical) que es la que comúnmente se utilizan en la administración pública del estado. Según la unidad administrativa que están graficando, los organigramas se dividen en:

- ✚ Generales: Son aquellos que se limita únicamente a las unidades de mayor importancia.
- ✚ Específicos: Son aquellos en los que se refleja un nivel más de desagregación de los procesos de trabajo.

## **Clasificación de Organigramas**

En términos del contenido, los organigramas, se clasificarse en:

- ✚ Organigramas Estructurales.
- ✚ Organigramas Funcionales
- ✚ Organigramas Matriciales.
- ✚ Organigramas de Integración de Puestos.

- ✚ Organigramas Ubicación. (Martinez, 2013, pág. 3)”

## **Manuales**

“Son textos utilizados para coordinar, registrar datos e información en forma organizada y sistemática, orientando la mejor manera para desarrollar las actividades dentro de la empresa en forma eficiente y eficaz; pudiendo ser:

- ✚ **Organización:** resume el manejo de la empresa determinando la estructura, funciones y rol de cada área.
- ✚ **Departamental:** permite determinar las actividades que deben desarrollar cada integrante de los diferentes departamentos de la empresa.” (Simple Organization, 2012 – 2015)

## **Estudio Legal**

### **Definición**

Es el análisis de las normas, reglamentos vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa, así, como el reconocimiento de los Organismos de Control a los cuales se va a regir la compañía.

### **Objetivos**

- ✚ Determinar: la viabilidad legal, es decir, conocer los alcances y limitaciones, relacionadas con la naturaleza del proyecto.
- ✚ Definir: la forma jurídica de la empresa.
- ✚ Constituir: y formalizar la empresa



*Figura 1: Componentes*

## **Estudio Económico - Financiero**

### **Definición**

“Comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.” (Gómez. Estudio Financiero, págs. 94).

Ayuda a conocer el capital necesario para la implementación del nuevo negocio en la localidad, cubriendo todos los aspectos para prestar un servicio de calidad a la clientela, identificando las fuentes de efectivo en caso que el socio no tenga el suficiente capital.

### **Objetivos**

- ✚ “Determinar el monto de inversión total requerido y el tiempo en que será realizada.

- ✚ Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- ✚ Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- ✚ Analizar costos y gastos incurridos.
- ✚ Sintetizar la información económico-financiera a través de estados financieros pro forma.
- ✚ Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto.” (Gómez. Estudio Financiero, págs. 94).

## **Estructura**

### ***Inversiones***

“La cuantía de las inversiones previas a la puesta en marcha y de aquellas que se realizan durante la operación, del total requerido se sintetiza en los siguientes segmentos:

1. **Inversión Fija:** desembolsos de dinero en activos fijos tangibles.
2. **Inversión Diferida:** inversión en activos intangibles, pero necesarios para la puesta en marcha.
3. **Capital de Trabajo:** compuesto por el conjunto de recursos necesarios para el giro normal del negocio; los cuales son: materia prima, insumos y mano de obra.
4. **Inversión Total:** es un cuadro resumen los elementos que conforman las inversiones.” (Gómez. Estudio Financiero, págs. 96)”.

### ***Presupuesto de Ingresos y Egresos***

1. Presupuesto de Ingresos: indica los ingresos generados por la entrega de bienes o la prestación del servicio.

2. Presupuesto de Egresos: comprende los costos de producción y gastos de operación para el desarrollo de las actividades.
3. Ingresos Netos: es la sustracción de los ingresos estimados menos los egresos estimados.

### ***Depreciación y Amortización***

- **Depreciación:** se aplica a los activos fijos mediante el proceso establecido legalmente, ya que los mismos sufren desgaste por el uso.
- **Amortización:** se aplica a los activos intangibles por el pago anticipado de los mismos.

### ***Análisis de Costos y Gastos***

Permite mostrar el monto total anual de costos y gastos que implicaría la operación durante un periodo de cinco años, tiempo considerado como horizonte de planeación, mediante la clasificación y valoración de cada una de las partidas que conforman los costos y gastos del proyecto.

### **Estado de Resultados**

Muestran los resultados obtenidos por la empresa en términos de utilidades o pérdidas en un determinado periodo, como consecuencia de sus operaciones. Su importancia radica en calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo, representando el beneficio real que dicha empresa haya podido generar.

## **Balance General**

Muestra la situación financiera durante un periodo determinado; es decir, la relación valorada de todo lo que poseen los propietarios directos y accionistas de la empresa y terceras personas a través de la relación de valores de activo, pasivo y capital que se exponen en dicho documento.

## **Flujo Neto de Efectivo**

Es la diferencia entre ingresos y egresos de una empresa, lo que representa disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir aquellos costos y gastos en que incurre, permitiendo obtener un margen de seguridad para operar durante el horizonte del proyecto, siempre y cuando dicho flujo sea positivo.” (Gómez. Estudio Financiero, págs. 117 - 119).

## **Punto de Equilibrio**

“Permite determinar una cantidad intermedia en donde la operación de los costos y los ingresos son iguales, es decir, es aquel punto en donde no se presenta excedente ni pérdida para la empresa; a partir de este punto para arriba es utilidad y por debajo de dicho punto sería pérdida.” (<http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>)

## **Evaluación Financiera**

### **Definición**

Permite determinar la rentabilidad que se obtendrá del proyecto y a la par el tiempo en el que el inversionista recupera su inversión; esto ayudará a una adecuada toma de decisiones.

## Elementos

- ✚ **Flujos de Efectivo Neto:** relación de las entradas y salidas de dinero.
- ✚ **Costo de Oportunidad:** es la tasa de rendimiento que el inversionista deja de percibir por colocar su dinero en el proyecto.
- ✚ **Valor Actual Neto:** es el valor actual de los flujos de efectivo después de cubrir la inversión que se realizó.
- ✚ **Tasa Interna de Retorno:** es la tasa de interés que permite recuperar la inversión realizada.
- ✚ **Índice de Rentabilidad:** determina el número de veces que el efectivo rinde sobre la inversión inicial.
- ✚ **Relación Beneficio / Costo:** establece el rendimiento de cada unidad monetaria puesta en el proyecto de inversión.
- ✚ **Periodo de Recuperación del Capital:** establece el tiempo exacto en el que se recupera la inversión.
- ✚ **Análisis de Sensibilidad:** permite aumentar o disminuir los costos e ingresos por las diferentes variables que se presentan en el mercado. (Apuntes Universitarios, 2010)

## Helados

Postre congelado hecho de agua, leche, crema de leche o natilla, que se combina con saborizantes, edulcorantes o azúcar.



## **Historia de los Helados**

La definición actual de los helados - mezcla de leche, derivados lácteos y otros productos alimenticios - dista bastante de cómo se originaron y desarrollaron hasta nuestros días.

Mucho antes de la era cristiana, en China y otras regiones asiáticas se tomaban bebidas enfriadas con nieve. Además, se enfriaban postres generalmente dulces con hielo picado.

Existen versiones que indican que Marco Polo en su famoso viaje al Oriente trajo una bebida compuesta por zumos de frutas y el agregado de hielo picado o nieve, estas bebidas tomaron popularidad rápidamente, evolucionaron y son los actuales granizados.

Otra versión habla que, durante la invasión árabe a Europa, éstos introducen un producto llamado “Scherbet”, que significa Dulce Nieve.

En Sicilia con la llegada de los árabes, el sorbete helado se popularizó ya que existían las dos materias primas necesarias: zumos de frutas y nieve del monte Etna. De aquí se extendió por toda Europa.

En el siglo XV renace el helado gracias a la difusión de un artista Bernardo Buontalenti quien en los banquetes ofrecidos a sus visitantes presentaba unos helados elaborados con nata, frutas, dulces, aromas, huevos y nieve. Este tipo de helado se conoció rápidamente en toda Europa.

En el siglo XVII también en Sicilia, se introducen varias novedades en la preparación con la incorporación de azúcar y la adición de sal al hielo utilizado de modo de prolongar su vida útil.

Con esta modificación comenzó también la venta masiva al público, sentando las bases para la aparición de las modernas heladerías.

En el siglo XIX, el helado llega a los EE.UU., siendo uno de los países de mayor consumo mundial. En el año 1850 Jacob Fussell comenzó la fabricación industrial de helados en este país.” (Di Bartolo, 2005, pág. 5).

### **Producción Mundial y Consumo de Helados**

Según Mintel Global Market Navigator (GMN), los minoristas de helados están recogiendo los beneficios a pesar de una economía helada, ya que el valor combinado de los cinco mayores mercados europeos (Francia, Alemania, Italia, España y el Reino Unido) se sitúa en £ 4,6 mil millones, por encima de £ 4,1 mil millones en 2008. Mientras tanto, el mercado de helados en Estados Unidos se espera que alcance US\$ 6.8 millones en 2010.

La base de datos de Nuevos Productos de Mintel Global (GNPD) reportó que las líneas Premium representaron el 9% de los lanzamientos mundiales de productos de helados en los últimos seis meses, mientras que las líneas económicas representa el 4%. A pesar de que a menudo el helado es visto como un producto dulce de lujo asequible, los consumidores siguen expresando un interés por productos más saludables. Los fabricantes han respondido con el 13% de todos los productos lanzados con afirmaciones como "sin aditivos / conservantes".

La eliminación de los aditivos y conservantes es una excelente propuesta “saludable” en los helados, en lugar de eliminar las grasas, azúcares o calorías”, dice Ana Lourenco, analista de Global Market Navigator de Mintel. "Definitivamente hay una oportunidad para que mayor tendencia en superfrutas o formulaciones ricos en antioxidantes para ayudar a crear el helado mas apetecible al consumidor."

¿Lo qué hay en el exterior es tan importante como lo que está en el interior? La evolución de empaques se centra en materiales más ecológicos o reciclables. En los últimos seis meses, el 13% de los productos de heladería presentaron envases ecológicos, un incremento del 6% (en términos de cuota de lanzamientos) en el período anterior, doblando los lanzamientos.

"Los consumidores están pidiendo a gritos productos eco-amigables en todas las categorías de alimentos y bebidas, y el helado no es una excepción", añade Anna Lourenco. "Las empresas de empaques consciente del medio ambiente y prácticas podrían obtener una ventaja sobre sus competidores."

Alemania cuenta con los amantes más entusiastas de helados, con un promedio de £ 19 en el consumo de helado anual por persona. Sin embargo, todos los países europeos están de acuerdo que si se trata de su sabor favorito es el chocolate. Mintel GNPD halló que más de un tercio (32%) de los productos de helados lanzados en el 2009 en el Reino Unido fueron con sabor a chocolate, en comparación con 31% en España, 22% en Italia, 17% en Alemania y 16% en Francia. En Estados Unidos, la vainilla es el sabor preferido, representando el 11% de los lanzamientos de productos de helado en 2009. El chocolate ocupa el segundo lugar, con 8%. ([www.industriaalimenticia.com](http://www.industriaalimenticia.com), 2010, artículo de internet)

## **Clasificación**

“Según las características y/o a los ingredientes empleados en su elaboración, los helados se clasifican en:

- 1. Helados de agua o Sorbetes:** esta denominación corresponde a los productos en los que el componente básico es el agua. Deberán responder a las siguientes

exigencias: Extracto seco, Mín: 20,0% p/p1 Materia grasa de leche, Máx: 1,5%  
p/p

2. **Helados o Helados de leche:** esta denominación corresponde a los productos que han sido elaborados a base de leche. Deberán responder a las siguientes exigencias: Sólidos no grasos de leche, Mín: 6,0% p/p Materia grasa de leche, Mín: 1,5 % p/p
3. **Cremas heladas o Helados de crema:** esta denominación corresponde a los productos que han sido elaborados a base de leche y han sido adicionados de crema de leche y/o manteca. Deberán responder a las siguientes exigencias: Sólidos no grasos de leche, Mín: 6,0 % p/p Materia grasa de leche, Mín: 6,0 % p/p-“ (Cruz. et. al, 2006, págs.7)

### **Ingredientes Básicos de los Helados**

- ✚ Constituyentes esenciales de los helados.
  - Leche y derivados lácteos
  - Grasas comestibles
  - Huevos y sus derivados
  - Azúcares alimenticios y miel
  - Chocolate, café, cacao, vainilla, cereales, etc.
  - Frutas y sus derivados, zumos de frutas naturales y concentrados, etc.
  - Almendras, avellanas, nueces, turrónes, frutos secos, etc.
  - Bebidas alcohólicas
  - Proteínas de origen vegetal
  - Agua potable
  - Otros productos alimenticios”. (Cruz. et. al, 2006, págs.8 – 9)

## **Aditivos y Estabilizantes**

Se utilizan como mejorantes o conservantes de sus cualidades. A raíz del aumento demográfico, la producción y distribución de alimentos pasó de una escala local a una industrial, abarcando en muchos casos una amplia distribución fuera de un mismo pueblo o ciudad e incluso con destino a la exportación.




Para lograr llegar en condiciones de conservación a todos los puntos de consumo, se desarrollaron una serie de productos que sin ser considerados como alimentos ni como ingredientes permiten mejoras considerables en los alimentos.

Los aditivos y estabilizantes son sustancias que se añaden a los alimentos con el propósito de modificar algunas de sus características, métodos de elaboración, apariencia, conservación, etc., sin cambiar sus propiedades nutritivas.

Si bien su uso está hoy generalizado, debemos considerar que en muchos casos existen aditivos “peligrosos”, que son tóxicos para el consumidor y que por ello la legislación vigente publica cuales son aquellos autorizados debidamente.

Cabe destacar que también dentro de una familia de aditivos autorizados existen las dosis máximas a utilizar ya que al exceder estos límites muchos de estos aditivos se transforman en tóxicos.

En la elaboración de helados, los aditivos se utilizan para:

-  Economizar
-  Conservar
-  Mejorar la calidad

A modo de ejemplo podemos citar:

- ✚ La sustitución de grasas de origen lácteo por otras de origen vegetal más baratas.
- ✚ Sustitución de leche en polvo por suero en polvo
- ✚ Proteínas de origen lácteo por otras de origen vegetal Etc.

### **Clasificación de Aditivos**

Los aditivos pueden clasificarse según su uso:

- ✚ Aditivos capaces de modificar las características organolépticas tales como Colorantes Agentes aromáticos, resaltadores de sabor, edulcorantes artificiales, etc.
- ✚ Aditivos que mejoran el aspecto físico del alimento como Estabilizantes, Emulsionantes, Espesantes, Gelificantes, Humectantes, etc.
- ✚ Aditivos que evitan el deterioro químico como Conservantes, Antioxidantes, etc.
- ✚ Aditivos como mejoradores de las propiedades del alimento como reguladores de pH.” tecnológica (Cruz. et. al, 2006, págs. 21, 22).

### **Proceso de Elaboración**

“**Mezclado:** es el primer paso donde se mezclan todos los ingredientes.

- ✚ **Homogeneización:** se pone en el homogeneizador para obtener una mezcla estable, regular y viscosa, con textura cremosa; este paso se realiza a temperatura entre 70 a 75°C
- ✚ **Pasteurización:** la mezcla se pone en la pasteurización a temperatura de 60° a 85°C para destruir cualquier microorganismo y así no afectar la salud del consumidor

- ✚ **Enfriado:** la mezcla se enfría entre 2° a 4°C conservando la mezcla e impidiendo el crecimiento de bacterias que hayan podido sobrevivir.
- ✚ **Maduración:** la mezcla permanece en el tanque de maduración por un período de 4 a 5 horas a 4° o 5°C, cristalizando las grasas, estabilizadores y proteínas, en esta etapa también se agregan a los colorantes y los agentes aromáticos.
- ✚ **Congelamiento o mantecación:** por medio de la agitación vigorosa se incorpora aire a la mezcla y al mismo tiempo se congela el agua, se coloca en una temperatura de -4° a -10°C, se puede agregar la fruta o algún otro aderezo.
- ✚ **Envasado y endurecimiento del helado:** una vez colocados los helados en su respectivo envase se procede a su endurecimiento mediante la congelación a temperatura de -35° a -40°C.” (Licata Marcela, 1999 – 2015)

## Capítulo II

### Valor del Negocio

#### Estudio de Mercado

El estudio de mercado permite analizar las características en relación a la demanda y oferta del producto a presentar en el mercado y por medio de las dos establecer la demanda insatisfecha, la cual es de vital importancia para determinar la necesidad de la creación de una heladería vanguardista en la ciudad y así satisfacer los gustos y deseos de la población objeto de estudio; además se establecerá los canales de distribución para llegar al comprador y consumidor final.

#### Análisis de las Demandas

En el estudio de mercado se pueden encontrar las tres demandas, las cuales son importantes para determinar los posibles y verdaderos compradores y consumidores del producto a ofertar, teniendo así:

##### **Demanda Potencial**

Permite determinar la población objeto de estudio para la elaboración del proyecto de factibilidad, es decir, en esta demanda se determina la población general donde se presentará el producto y serán los futuros consumidores, teniendo, así como demanda potencial a todas las personas que viven en la ciudad de Loja, desde los 5 años en adelante, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 2**

***Demanda Potencial***

ITÉM	UNIDAD (personas)
<b>Demanda Potencial</b>	205851

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.



### **Demanda Aparente**

Permite analizar a la población objeto de estudio para la elaboración del proyecto de factibilidad, por lo cual para el presente proyecto se utilizó la pregunta n°1 en la cual dice: ¿consume helado?, se considera esta pregunta ya que es fundamental conocer si la población objeto de estudio adquiere el producto y de ahí poder determinar si asistirían a la nueva heladería, de la cual se obtuvo el 91%, teniendo así:

$$205851 * 91\% = 187324$$

**Tabla 3**  
***Demanda Aparente***

ITÉM	UNIDAD (personas)
<b>Demanda Aparente</b>	187324

**Fuente:** Encuestas aplicadas

### **Demanda Real**

Permite determinar la cantidad exacta que se tendrá de clientes que asistirán a la heladería para la adquisición de los helados, ya sea en el mismo local o para llevar; se obtuvo al utilizar la pregunta n° 6 ¿si se implementaría una heladería vanguardista (moderna en sus sabores) asistiría?, del total de las encuestas que se aplicó se obtuvo que el 93% asistiría a la heladería a consumir sus productos, teniendo así:

$$166739 * 0,93 = 174212$$

**Tabla 4**  
***Demanda Real***

ITÉM	UNIDAD (personas)
<b>Demanda Real</b>	174212

**Fuente:** Encuestas aplicadas

## **Resumen de la Demanda**

A continuación se presenta el resumen de la demanda del mercado existente para el desarrollo del presente proyecto, demostrando que en el mercado existe demanda necesaria para la implementación y puesta en marcha de la heladería, estableciendo su aceptación por parte de las personas al llamarles la atención los nuevos productos que se ofertaran, asumiendo que los mismos van a tener la atención y aprobación de las diferentes clientes tanto locales como provinciales, por lo cual se obtiene los siguientes resultado:

**Tabla 5**  
***Resumen de la Demanda***

Demanda Potencial	205851
Demanda Aparente	187324
Demanda Real	174212

**Fuente:** tabla 2,3, 4

## **Proyección de la Demanda**

Para realizar los cálculos posteriores es necesario la proyección de la demanda, la cual será con el 2.65%, datos del INEC para la ciudad de Loja, de crecimiento población, generando la siguiente tabla:

**Tabla 6**  
***Proyección de la Demanda***

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>DEMANDA APARENTE 91%</b>	<b>DEMANDA REAL 93%</b>
	205851	187324	174212
<b>1</b>	205906	187374	174258
<b>2</b>	205960	187424	174304
<b>3</b>	206015	187473	174350
<b>4</b>	206069	187523	174396
<b>5</b>	206124	187573	174443

**Fuente:** INEC

## **Análisis de la Oferta**

La oferta existente en la ciudad de Loja, no es muy variada debido a que en la ciudad se encuentra con dos grandes heladerías, las cuales son: “Heladería Pingüino” y “Tuto Freddo”; éstas heladerías prestas su servicio y productos a la ciudadanía Lojana para cubrir la demanda de los helados en sus diferente sabores: vainilla, chicle, chocolate, fresa; y en sus diferentes presentaciones: cono, copa, paleta, entre otros; llegando a satisfacer los gustos y preferencias desde los más pequeños hasta los adultos.

La creación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja con los helados básicos y la implementación de helados con sabores a bebidas típicas en la ciudad en los resultados obtenidos en las encuestas tendrá una excelente acogida, generando e impulsando la parte tradicional de la ciudad de Loja, y por otro lado ésta idea permitirá o dará paso a grandes industrias ubicadas a nivel nacional o internacional para que busquen y opten por un nuevo lugar para colocar su sucursal.

Según la conversación que se tuvo con los administradores o responsables de los locales antes mencionados, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Tabla 7**  
**Oferta**

Nº	Nombre del local	venta semanal (helados por unidades)	ventas anuales (helados por unidades)
1	Heladería Pingüino	20	1040
2	Heladería Tutto Freddo	35	1820
TOTAL			<b>2860</b>

**Fuente:** Investigación de campo

Se realiza la proyección de la oferta para 5 años con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha que se encuentra en el mercado, estableciendo el Índice de Crecimiento Comercial del 3.5%, teniendo así:

**Tabla 8**  
**Proyección de la Oferta**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
<b>0</b>	2860
<b>1</b>	2960
<b>2</b>	3064
<b>3</b>	3171
<b>4</b>	3282
<b>5</b>	3397

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

### **Determinación de la Demanda Insatisfecha**

Es necesario realizar un análisis entre la demanda y la oferta para conocer si existe la demanda insatisfecha, la cual permitirá iniciar con la idea del desarrollo del negocio, la cual se obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

**Demanda Insatisfecha:** Demanda Efectiva - Oferta

$$174212 - 2869 = 171352$$

**Tabla 9**  
**Demanda Insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>1</b>	174212	2860	171352
<b>2</b>	174258	2960	171298
<b>3</b>	174304	3064	171240
<b>4</b>	174350	3171	171179
<b>5</b>	174396	3282	171115
	174443	3397	171046

**Fuente:** tabla N°4 demanda real y tabla N°7 oferta

### **Plan de Comercialización**

El plan de comercialización es un factor muy importante a tener en cuenta para la determinación de las 4 P's del marketing, indispensables para el desarrollo de las

actividades a ejecutar para la correcta puesta en marcha, con la finalidad de cumplir con los objetivos fundamentales: satisfacer las necesidades de los clientes y alcanzar la maximización de la empresa y de las utilidades, es así que se inicia desde la determinación de la imagen corporativa de la empresa, obteniendo los siguientes resultados:

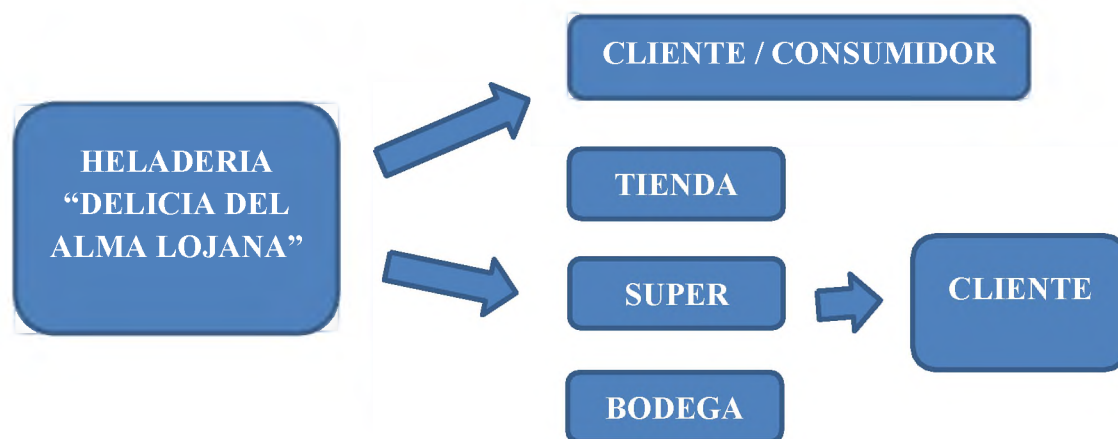
### **Precio**

Es un factor primordial que se debe fijar al tratar de establecer un precio por encima o por debajo de la competencia, y así estas tendrían efectividad en el mercado; para lo cual es necesario hacer un análisis de los costos de producción, el margen de utilidad, la competencia y la demanda para establecer un precio correcto y considerando las estrategias como: descuentos, promociones, ofertas, entre otros, considerando el poder adquisitivo de los consumidores. Los precios de la oferta se encuentran entre \$1 y \$2 dependiendo de la presentación, sabor y aderezos, pero también se considerará el tamaño que se ofrecerá al público, para lo cual se lo tomará como referencia para la determinación de los precios de los helados, considerando así también que se tendrá nuevos sabores para el mercado; y tendrá dos precios el uno será para el consumidor directo aquel que llegará a las instalaciones y el otro para el intermediario.

### **Plaza**

Se establecer la forma de llegar al mercado y más precisamente a la población y así abastecer la misma, con la finalidad de satisfacer con el producto / servicio las necesidades, gustos y deseos de la demanda insatisfecha la cual se ha considerado como eje importante para el desarrollo del proyecto de factibilidad que se ha presentado en el mismo, debido a que no existe una microempresa que oferte los productos y en la prestación del servicio que no quede igual el cliente y consumidor satisfecho, razón por la

baja calidad de atención que se brinda al cliente, la calidad de los productos que bajan, es así que se pretende utilizar dos medio de distribución para llegar a todo el mercado objeto de estudio, resultando así:



*Figura 2: Canales de Comercialización*

### **Producto / Servicio**

Elementos muy importantes para la empresa "Delicia del Alma Lojana", ya que a partir de los se va a llenar las perspectivas que tiene la población objeto de estudio, razón por la cual se crea la nueva empresa y al mismo tiempo permite establecer los costos a incurrir y generar los ingresos a percibir, es por ello que se va a ofrecer helados con sabores de las bebidas típicas de la ciudad de Loja, como: horchata, canelazo, leche de tigre, café, siendo éste último consumido a nivel nacional pero se obtendrá variedad ya que la producción se la realiza en: Vilcabamba, Malacatos y Chaguarpamba; el producto se venderá en: cono, tulipán, copa, vaso y platillos adecuados para los helados, y al mismo tiempo se ofertara los sabores tradicionalmente comercializados como: vainilla, chocolate, fresa, ron pasas mora, entre otros.

## Promoción y Publicidad

En la promoción es importante establecer estrategias que permitan llamar y tener la atención de la demanda insatisfecha, así como ganar más clientela en el mercado para así generar mayores ingresos para la empresa y tener una mayor captación del mercado, haciendo disminuir la competencia, considerando que la misma no va a desaparecer y se debe estar siempre al día en el mercado; para eso algunas de las estrategias que se puede implementar son:

El día de inauguración por cada compra de 2 helados el tercero es gratis.

✚ Si su compra es mayor a los \$10 recibirá un descuento del 10%.

✚ Si trae la hoja volante recibirá el descuento del 5%.

En la publicidad es importante determinar los medios de comunicación necesarios para dar a conocer al mercado general sobre la nueva heladería al igual que los productos que se está ofertando, como las promociones las cuales permiten llamar a más clientes, es así que se determinó los siguientes medios de comunicación:

### **Tabla 10** ***Publicidad***

---

Radio

---

Prensa Escrita

Televisión

Redes Sociales

Hojas Volantes

---

**Fuente:** Encuestas aplicadas

### **Radio.**

Se la hará en la radio Boquerón 93.7, ya que la misma tiene mayor acogida en la ciudad de Loja en el horario de 15H00, el mismo contendrá el siguiente anuncio:

*“Si quieres saborear la tradición de Loja, debes ir a Delicias del Alma Lojana, donde vas encontrar helados de sabor a: vainilla, chocolate, chicle, coco, ron pasas y lo nuevo: café, punta canela, leche de tigre y cerveza”*



**Figura 3: Hoja Volante**



**Figura 4: Tarjeta de Presentación**

El estudio de mercado es muy importante para el desarrollo del proyecto de inversión, ya que permite determinar y establecer la demanda insatisfecha que existe en el mercado con la cual al implementar el presente negocio se cumplirá las expectativas, gustos y deseos de la población objeto de estudio.



## **Capítulo III**

### **Requerimientos Técnicos**

#### **Estudio Técnico**

Este estudio es necesario ya que permite conocer los requerimientos técnicos necesarios para la implementación y puesta de la empresa iniciando con la determinación de la localización óptima a ser implementada la heladería considerando los factores que se necesita para su implementación y los que se encuentra en el sector; también permitirá establecer el tamaño el cual se realizara por medio de la capacidad: diseñada, instalada y utilizada; finalmente se establecerá la ingeniería del proyecto en se desarrollaran los subtemas: distribución de la planta, flujograma de proceso de producción y comercialización, los requerimientos de materia prima, mano de obra, equipo y maquinaria, muebles y enseres, entre otros. A continuación, se detallará cada uno de estos aspectos.

#### **Localización**

Su estudio permite establecer el área geográfica donde se desarrollará la operación del negocio; por lo cual es muy importante que permite determinar el lugar idóneo y adecuado para que se ubique la heladería, analizando una serie de factores indispensables a los cuales se debe tener acceso para lograr un eficiente prestación del servicio así como otorgar calidad en los productos a ser consumidos por la sociedad y al mismo tiempo analizar la accesibilidad de la sociedad al lugar sin ningún percance o inconveniente tanto para los trabajadores como los clientes. Por lo cual se analizará los siguientes ítems necesarios para la determinación:



**Figura 5:** Localización  
**Fuente:** Google Maps

### **Macro Localización**

Permite definir la región o provincia donde se ubicará el negocio, determinando que para la implementación de la heladería es necesaria contar los servicios básicos necesarios: agua potable, energía eléctrica, telefonía; al igual que contar con el asfaltado de las calles para la libre movilización a nivel de vehículos como peatonal y la seguridad del sector, evitando inconvenientes para la empresa, los trabajadores, clientes y la sociedad en general. Por lo cual se ha determinado que la macro localización de la Heladería “DELICIAS DEL ALMA LOJANA” será en Ecuador, Provincia de Loja, Ciudad de Loja, debido a que en la localidad no existe una heladería innovadora, además por los sabores de las bebidas típicas de esta localidad que son de gran consumo de parte de la población en general.

**Ubicación:** la Provincia de Loja se encuentra en el sur de la Sierra Ecuatoriana, forma parte de la Zona 7.

## Límites:

“Limita: al Oeste con la provincia de El Oro, al este con la provincia de Zamora Chinchipe, al norte con la provincia del Azuay y al sur con la República del Perú.”  
(Wikipedia Corporation, 2015).

## Micro Localización

Para determinar la micro localización se realizara una matriz que permitirá otorgar un valor a cada uno de los factores que influyen en la determinación del lugar exacto donde se ubicará la empresa, se realizara por el Método Cuantitativo de Puntos, el cual se basa en asignar un peso a cada factor y luego un puntaje a cada alternativas según sus condiciones y características que aporten y beneficien al eficiente desarrollo de la actividad operacional; la calificación va de 1 a 5 según el rango de importancia. El método de la calificación es de:

**5= Alto; 3= Medio; 1= Bajo**

FACTOR	PESO	NORTE		CENTRO		SUR	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Materia prima	0,30	4	1,2	5	1,5	3	0,9
Vías de acceso	0,10	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Clientes	0,20	3	0,6	5	1	3	0,6
Servicio basicos	0,20	4	0,8	5	1	4	0,8
Mano de obra	0,10	4	0,4	5	0,5	4	0,4
Preferecias	0,10	4	0,4	5	0,5	3	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3,9</b>		<b>5</b>		<b>3,5</b>

**Figura 6: Matriz de Localización**

La matriz de localización permite identificar el lugar exacto en el cual se va a instalar la heladería, presentando como opciones tres Zonas de la ciudad de Loja, como son: la Zona Norte, Zona Céntrica y Zona Sur, y considerando los factores importantes

como: lugar para adquirir la materia prima, vías de acceso para llegar al lugar, la preferencia de los clientes, disposición de los servicios básicos, lugar apto para que pueda acceder los trabajadores (mano de obra), siendo estos factores relevantes para el funcionamiento de la empresa; conforme a los resultados obtenidos se determina que el lugar adecuado para la implementación de la heladería es la Zona Céntrica, ya dicho lugar tiene una calificación de 5 siendo la misma óptima; es una zona muy apta y adecuada debido a la que la mayoría de personas por realizar cualquier actividad acuden con mayor frecuencia al centro al ser una zona de actividad comercial económica muy alta y cuenta con todos los servicios básicos indispensables para el desarrollo de la operación y afluencia de los clientes.

### **Localización Definitiva**

La localización definitiva permite establecer la dirección exacta en la que se va a desarrollar la heladería, una vez cumpliendo con todos los requisitos necesarios para su mejor implementación y prestación del servicio a la sociedad; es así que en primer plano se determinó las correctas e ideales condiciones de acceso y adquisición de todos los factores relevantes; en siguiente punto a tratar es la ubicación en relación a las calles, por lo cual ubicara en las calles: Manuel Agustín Aguirre y Azuay esquina; es un lugar estratégico debido a su ubicación, permite el fácil acceso de las personas como de vehículos, no existe el SIMERT (impuesto que se cobra en la ciudad por el uso de la vía pública para dejar su vehículo estacionado), además se encuentra alado de la parada de buses siendo esto favorable para la empresa por la avenida Manuel Agustín Aguirre y calle Azuay esquina; es por lo cual se ha detectado el lugar idóneo para su puesta en marcha y atención de su clientela, a continuación se presenta la imagen de la ubicación:



**Figura 7:** Localización Definitiva  
**Fuente:** Google Mapas

Heladería “*DELICIAS DEL ALMA LOJANA*”

En la siguiente grafica se indica la ubicación de la calle principal donde se ubicará la heladería; es muy favorable el lugar donde se encontrará ya que todas las personas transitan por el mismo y pueden visualizarla al momento de salir de clases o del trabajo y pueden parar para comprar un helado antes de regresar a sus hogares:



**Figura 8:** CalleManuel Agustin Aguirre (principal)  
**Fuente:** Google Mapas

En la siguiente imagen se presenta la calle secundaria en donde se ubicará la heladería, permitiendo en la misma poder estacionar un vehículo o cruzar sin ningún inconveniente ya que en el mismo se tiene dos semáforos para evitar cualquier inconveniente, la misma se encuentra a continuación:



**Figura 9:** Calle Lourdes (secundaria)  
**Fuente:** Google Mapas

### **Tamaño del Proyecto**

Se determina por medio de la capacidad de la prestación del servicio y de los productos hacia la clientela, siempre en base a un adecuado funcionamiento de la totalidad de la empresa en forma normal y oportuna, para lo cual se considerará los recursos financieros disponibles, la demanda existente, la tecnología e infraestructura oportuna para 91% la adecuada prestación hacia la satisfacción de los clientes en sus gustos y deseos.

- ✚ **Capacidad Diseñada:** es el nivel máximo de producción y prestación del servicio según el tamaño del local las necesidades o requerimientos de los clientes; por lo cual la iniciar en el mercado se considera una aceptación del 65% durante el año de inversión, implementación y desarrollo de la idea de negocio.
- ✚ **Capacidad Instalada:** relaciona el espacio físico utilizado en la colocación de la maquinaria, equipos y herramientas conjuntamente con la mano de obra de la que

los utiliza para una producción continua, para la cual se considera el 91% de producción durante los 5 años.

- ✚ **Capacidad Utilizada:** determina la capacidad de producción que tiene la empresa en base a los factores y recursos que dispone para el proceso de transformación y posterior comercialización del producto, la misma que también analizara la oferta existente en el mercado y aquella futura que se pueda presentar, considerando el 93% de la capacidad instalada, ya que poco a poco se dará a conocer en el mercado y le permitirá ir creciendo los clientes conforme el negocio vaya adquiriendo madurez con el pasar de los años, indicando los siguientes valores:

**Tabla 11**  
*Capacidad Utilizada*

<b>FACTOR</b>	<b>CAPACIDAD DISEÑADA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA 91%</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA 93%</b>
Población ciudad de Loja	111379	101355	94260

**Fuente:** INEC

Los valores de la capacidad utilizada permiten conocer la aceptación de los clientes en el mercado y su preferencia gracias a los sabores, atención al cliente y decoración del lugar, por lo cual también se debe proyectar la misma para determinar el punto de producción para satisfacer la demanda insatisfecha, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 12**  
*Proyección Capacidad Utilizada*

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PORCENTAJE DE ACEPTACION</b>	<b>RECEPCION DE CLIENTES</b>
<b>1</b>	94260	50%	47130
<b>2</b>	94260	60%	56556
<b>3</b>	94260	75%	70695
<b>4</b>	94260	85%	80121
<b>5</b>	94260	100%	94260

**Fuente:** Investigación de campo

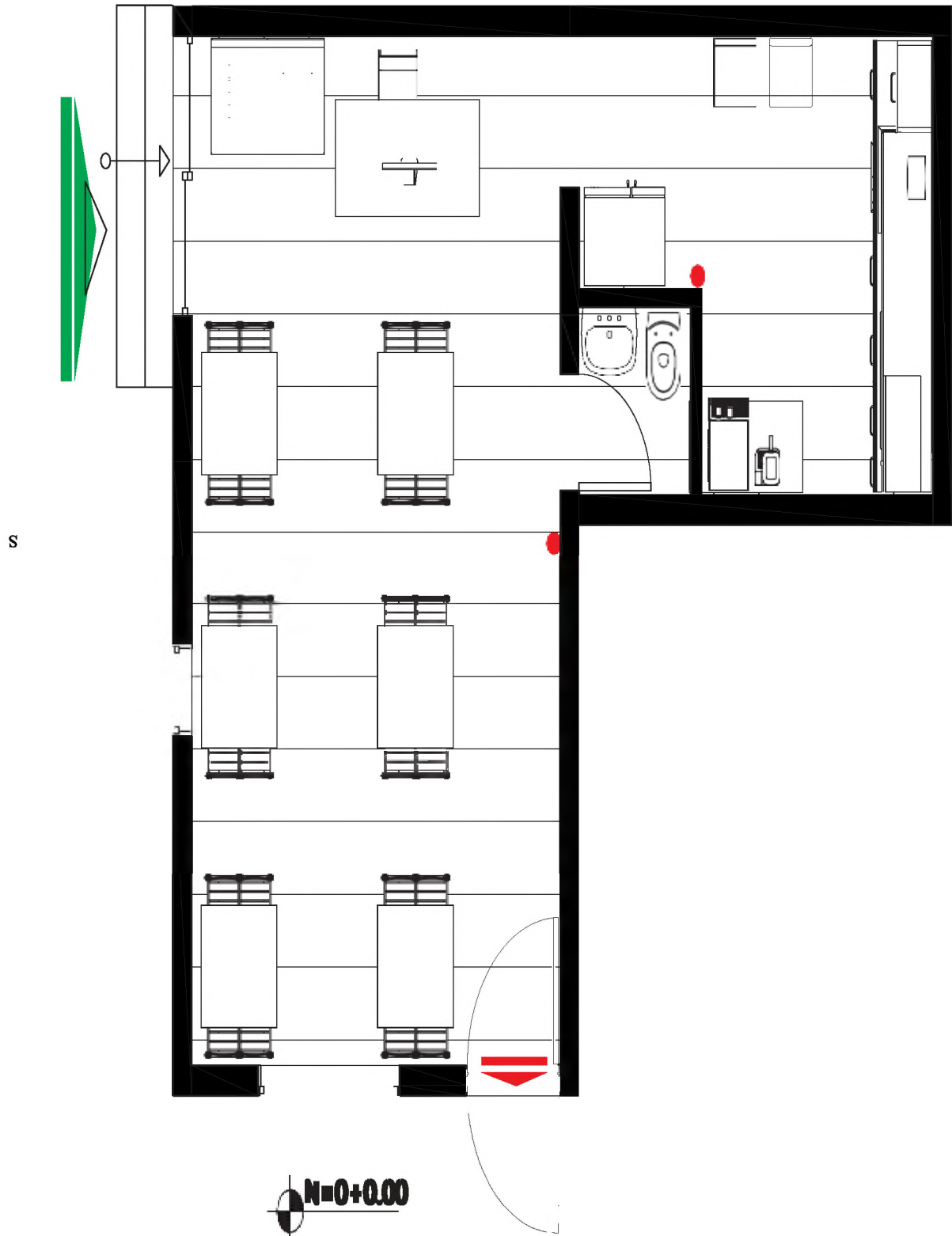
## **Ingeniería del Proyecto**

Es parte importante para el desarrollo del proyecto, ya que permite identificar y establecer características, factores, elementos y equipo necesario e importante para determinar la instalación, funcionamiento correcto y puesta en marcha de la empresa; en donde se debe considerar los siguientes elementos: materia prima, materiales directos, maquinarias, equipos, herramientas, suministros, mano de obra, personal administrativo, muebles y enseres, por otro lado también considera el proceso de producción del producto, el cual ayudara a establecer los pasos necesarios para la elaboración de los helados considerando básicamente los mismos pasos para todos los helados solo que cambiaría el sabor y también se considera lo necesario para la prestación del servicio; todos estos elementos son necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa, por lo cual se detallara cada uno de los factores importantes a continuación:

### **Distribución de la Planta**

La distribución de la planta se realiza considerando el lugar y espacio físico en donde se instalara la empresa, por otro lado se analiza los diferentes procesos para la obtención del producto final así como la prestación del servicio, por lo cual se debe considerar cada uno de los departamentos o sectores necesarios para su adecuado funcionamiento, por lo cual en la heladería se necesita; un sector para la cocina para la preparación de los productos, una zona para la presentación de los diferentes helados a ser ofertados, una espacio para la caja que se será el lugar de cobro del producto, espacio para la colocación de las mesas y las sillas para que se puedan servir, baños (uno para hombres y otro para mujeres), adicionando dos pantallas en la pared y amplificadores, se indica a continuación como será distribuida la planta:





*Figura 10:* Distribución de la Planta  
 Fuente: la Investigación

En la siguiente imagen se encuentra cómo será la heladería desde la puerta de ingreso al local en la cual se puede observar un televisor pantalla LED para poder visualizar alguna película ya sea para adultos, jóvenes o niños o video música, lámparas que permitan iluminar el local al caer la noche, se puede observar la parte de la caja registradora en la cual se detallaran los pedidos y cobros a los clientes y la misma se encuentra a la entrada para estar pendiente de los mismos en caso de que requieran algo adicional a su pedido, además se cuenta con cómodas sillas y mesas para que puedan pasar un rato ameno, los colores de las paredes están entre cálidos y neutros para brindar un ambiente de confort a todos y no solo a niños o adultos.



**Figura 11:** Puerta de Ingreso  
**Fuente:** la Investigación

A continuación se puede visualizar cómo será la parte posterior de la heladería, encontrando la puerta de salida de emergencia la misma que por un lado es exigida por los

diferentes Organismos de Control para salvaguardar la integridad física de las personas que asistan y al mismo tiempo permitirá el ingreso de personas por la calle secundaria, también se puede observar diferentes ventanas ubicadas en ambas calles donde se ubica la heladería, permitirán dar un panorama más agradable en el lugar y al mismo tiempo dejar entrar la luz del día; los colores de la pintura se contrastan el verde claro y mostaza de fondo para dar más claridad y calidez al lugar.



**Figura 12:** Salida de Emergencia  
**Fuente:** la Investigación

A continuación, se encuentra el área de cocina en la cual se muestra los diferentes equipos necesarios para el desarrollo de las actividades, teniendo así el congelador que permitirá mantener la temperatura de los helados y almacenarlos en los diferentes sabores, un refrigerador que tendrá los diferentes adicionales que se pondrá en el helado como algunas mermeladas, frutas u otro aderezo así también se tiene la cocina en la cual se preparan las diferentes mezclas para los helados como el chocolate que será como aderezo y también por si acaso algún cliente desee tomar alguna bebida caliente, también se tiene

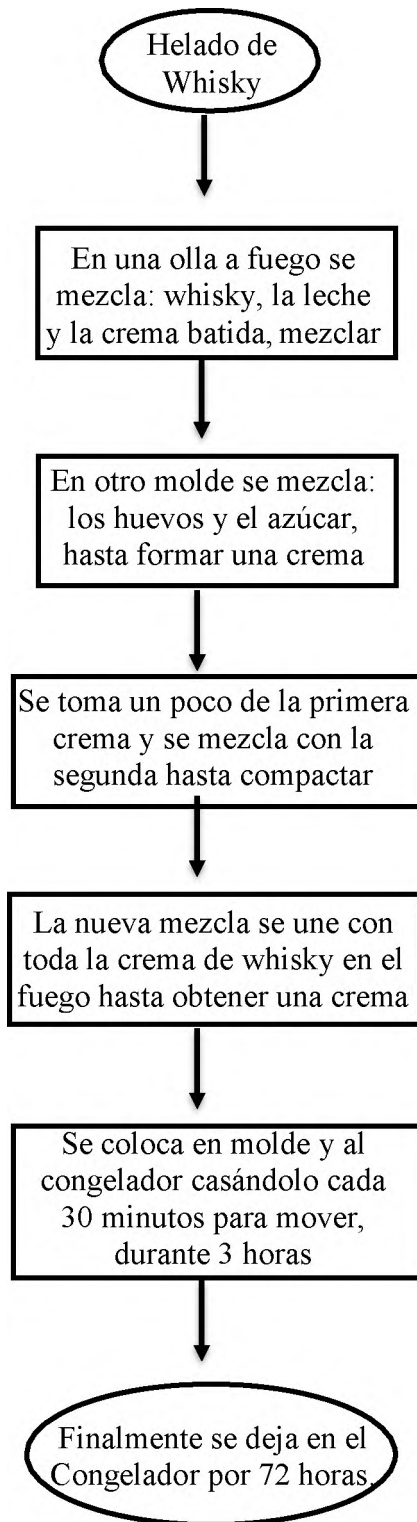
los diferentes muebles y enseres que permitan guardar parte de la vajilla y utensilios de cocina ideales para brindar un producto y servicio de calidad, entre otros.



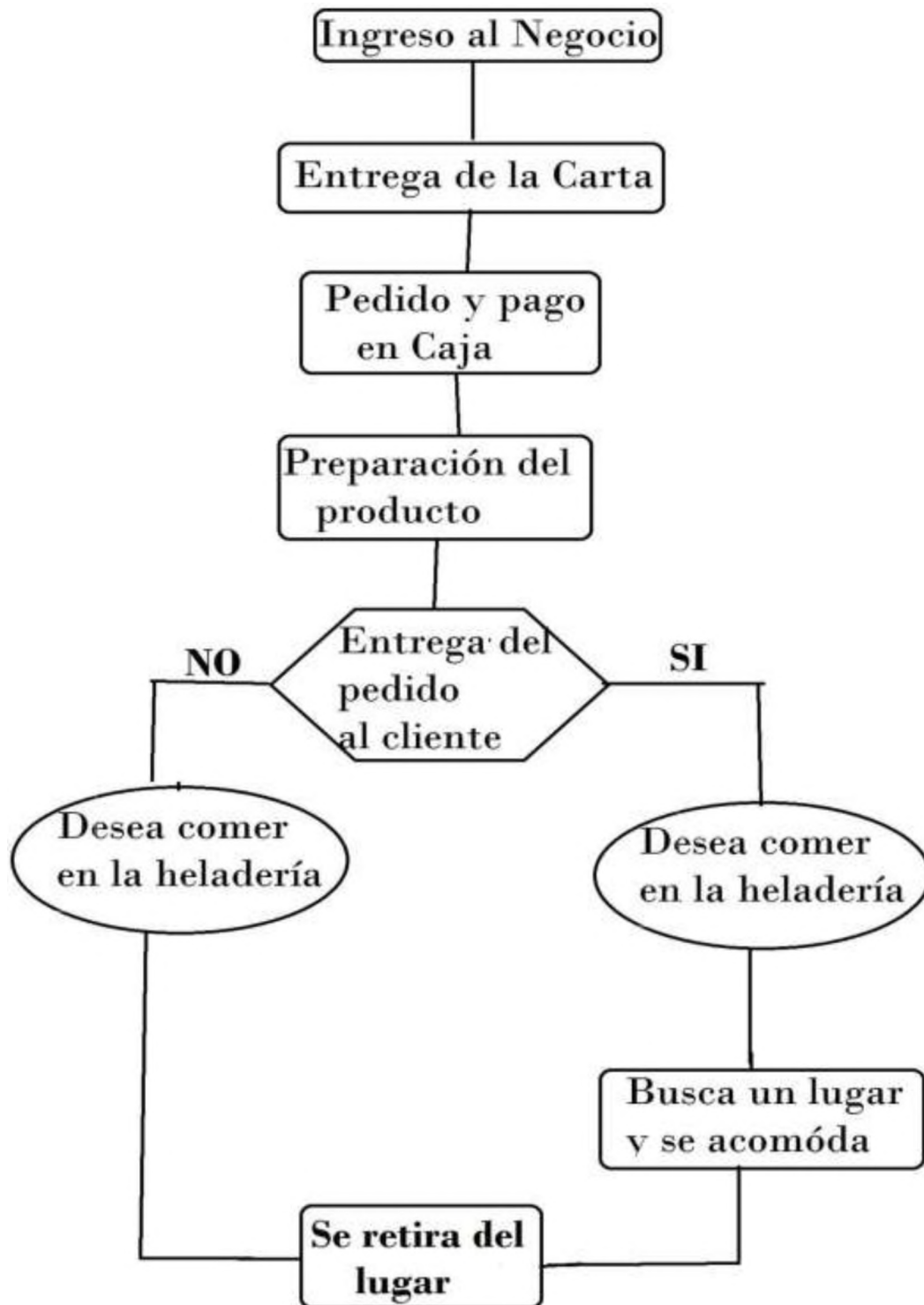
**Figura 13:** Área de cocina  
**Fuente:** la Investigación

Una vez que si cuenta con todos los equipos necesarios para la elaboración de los diferentes helados y la prestación de un excelente servicio, es adecuado indicar la preparación de los helados que se estableciendo el tiempo de demora de cada uno de ellos así como los ingredientes, siendo este último un factor determinante dentro de la empresa ya que permitirá establecer los costos a incurrir en la elaboración de los helados y así establecer el precio de cada uno para generar los ingresos necesarios para generar las respectivas ganancias una vez cubiertos todos los costos y gastos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

## Flujogramas de Procesos



*Figura 14:* Flujograma elaboración de helados  
Fuente: la Investigación



**Figura 15:** Flujograma prestación de servicio  
**Fuente:** la Investigación

El estudio técnico permite determinar la capacidad de producción que debe tener la empresa para cumplir con la demanda existente en el mercado, la ubicación ideal y los insumos necesarios para prestar un excelente servicio a los clientes.



## Estudio Administrativo

Para el desarrollo del estudio administrativo se inicia con la imagen corporativa, la que permite el planteamiento de la misión, visión y valores de la empresa con los cuales se presentara en el mercado logrando obtener imagen y reconocimiento por parte de la sociedad; en segundo punto se realizara el organigrama estructural el cual permitirá determinar cómo se encuentra la organización de la empresa, y se terminara con la elaboración del manual de funciones de cada departamento, estableciendo: el perfil, descripción del cargo y las funciones principales a desarrollar dentro de la empresa, teniendo los siguientes resultados:

## Imagen Corporativa

### Nombre de la Empresa:

🚩 *"Delicias del Alma Lojana"*

### Eslogan:

🚩 Del corazón de Loja para el mundo.



*Figura 16:* Logotipo

## Misión

“Delicias del Alma Lojana es una empresa dedicada a la elaboración, comercialización de helados con sabores típicos de las bebidas de Loja y prestación de servicio de excelencia calidad para satisfacer a nuestros clientes y ciudadanía en general.”

## Visión

En el 2022 ser una empresa reconocida a nivel de la Zona 7 por la prestación de sus servicios y productos de calidad.

## Valores y Principios

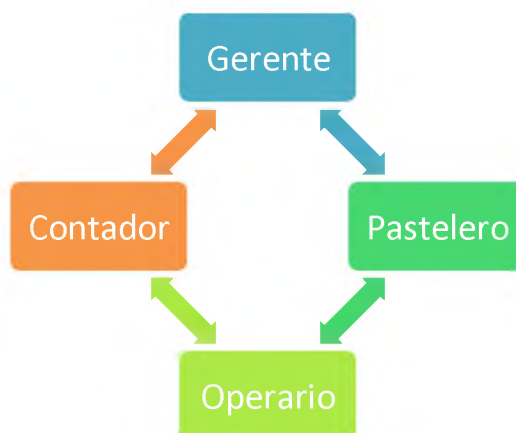
**Responsabilidad:** de parte de todos los trabajadores para el desarrollo de las actividades en bienestar de nuestros clientes.

**Calidad:** en los productos y servicios a presentar en el mercado, bajo las normas de calidad nacional e internacional.

**Amabilidad:** al momento de atender los requerimientos de los clientes.

**Transparencia:** en cada una de las operaciones realizadas con los clientes y el Estado.

**Trabajo en Equipo:** importante para dar lo mejor de nosotros en bienestar de la entidad y los clientes.



*Figura 17:* Organigrama estructural





**“DELICIAS DEL ALMA LOJANA”**

---

<b>CARGO</b>	Gerente
<b>PERFIL</b>	Ingeniero en Administración de empresas, Banca y Finanzas, Economía, carreras afines.  Maestría en MBA, o Finanzas.  Experiencia mínima 4 años en cargos similares.
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Dirige, coordina y realiza una administración responsable de los recursos de la empresa en busca de mejoras y cumplir con los objetivos de la empresa.

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- ✚ Ejercer la representación legal
- ✚ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes puestos.
- ✚ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas a cada responsable del proceso.
- ✚ Coordinar con la oficina administrativa para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- ✚ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes responsables de cada proceso y proveedores.
- ✚ Representar legalmente a la empresa ante cualquier autoridad.
- ✚ Disponer la implementación de las medidas correctivas resultantes de las auditorías realizadas.
- ✚ Ordenar y autorizarlos respectivos pagos al personal y proveedores



## “DELICIAS DEL ALMA LOJANA”

---

**CARGO**

Contadora

**PERFIL**

Ing. en Contabilidad y Auditoría. CPA

Dr(a). en Contabilidad y Auditoría.

**DESCRIPCIÓN**

Experiencia mínima 3 años.

**DEL CARGO**

Realizar el registro de las transacciones que realiza la empresa y la presentación de resultados al finalizar el periodo económico.

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- ✚ Ejecutar los registros contables de la empresa.
  - ✚ Registrar las diferentes transacciones que se realiza en la empresa, tanto de ingreso como de salidas de dinero.
  - ✚ Proporcionar la información contable que le soliciten sus superiores.
  - ✚ Elaborar los roles de pago del personal.
  - ✚ Llevar un inventario de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa.
  - ✚ Declarar al SRI.
  - ✚ Elaboración de los Estados Financieros.
  - ✚ Manejo de Normas NIF y NIC.
  - ✚ Registrar horas extras o suplementarios mensualmente
-



## “DELICIAS DEL ALMA LOJANA”

---

### **CARGO**

Pastelero

### **PERFIL**

Licenciado o tecnólogo en Gastronomía.

Manejo de bufets y postres.

Experiencia mínima 2 año.

### **DESCRIPCIÓN**

#### **DEL CARGO**

Realizar la elaboración y preparación de los diferentes postres y helados bajo estándares de calidad e higiene.

### **FUNCIONES PRINCIPALES**

- ✚ Seleccionar el proceso productivo óptimo para la empresa.
  - ✚ Determinar la materia prima adecuada para la fabricación del producto (helados y tortas).
  - ✚ Vigilar el proceso productivo.
  - ✚ Identificar proveedores de materia prima de excelente calidad.
  - ✚ Planificar la cantidad de producto a elaborarse según la necesidad de los clientes y el mercado en general.
  - ✚ Buscar reducir costos, pero son reducir la calidad.
  - ✚ Realizar reportes mensuales sobre: requerimientos y propuestas de mejoras para la empresa
  - ✚ Optimizar tiempo y recursos en pro de la empresa.
-



## “DELICIAS DEL ALMA LOJANA”

---

**CARGO**

Operario

**PERFIL**

Tecnólogo en Gastronomía.

**DESCRIPCIÓN**

Ser soporte del Chef principal en el proceso de elaboración y

**DEL CARGO**

fabricación de los productos y brindar atención a los clientes.

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- ✚ Ayudar en el proceso de elaboración de los productos.
  - ✚ Verificar las existencias de materia prima.
  - ✚ Realizar un producto de calidad.
  - ✚ Brindar una excelente atención al cliente.
  - ✚ Proponer ideas al Chef sobre procesos, manejo o adquisición de materia prima.
- 

El estudio administrativo ayudo a establecer la filosofía corporativa muy importante para toda empresa ya que da a conocer lo que es, ofrece y hacia dónde se dirige, conocer el orden jerárquico por medio del organigrama y los respectivos manuales de funciones para evitar la duplicidad de las mismas entre los empleados.

## **Estudio Legal**

### **Minuta de Constitución de la Compañía “Delicias del Alma Lojana” (extracto):**

#### **Señor Notario:**

En el Registro de Escrituras a su cargo, sírvase incorporar la constitución de una compañía de responsabilidad limitada al contenido de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** Compareciente: Comparece a otorgar esta escritura a nombre de: **Elizabeth del Cisne Juárez Chapa**, de nacionalidad ecuatoriana, quien, por sus propios derechos, acuerda constituir una compañía de responsabilidad limitada que se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías y de los presentes Estatutos;

#### **SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:**

**Art. 1.- Denominación.** - La Compañía que se constituye mediante este contrato se denominara: “**DELICIAS DEL ALMA LOJANA. Cía. Ltda.**”

**Art. 2.- Objeto.** - La empresa tendrá como objeto social en la producción y comercialización de helados con sabores a bebidas tradicionales de la ciudad de Loja.

**Art. 3.- Domicilio.** - El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, pudiendo establecer agencias o sucursales en cualquier lugar del país, previo acuerdo de la Junta General de Accionistas.

**Art. 4.- Plazo.** - El plazo de constitución es de cinco (5) años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo ser ampliado o restringido según consta en la Ley de Compañías y los Estatutos Internos de la Compañía.

**Art. 5.- Capital.** – El capital social de la compañía es de USD. 87.784,42 centavos, que estarán representados en acciones de unidad, con carácter no negociable; siendo íntegramente suscritas y pagadas conforme se tiene la cuenta de integración de capital en el Banco del Pacífico cuyo certificado se archivara según lo dispuesto en la Ley de Compañía;

## Requisitos para la puesta en marcha

Entre los principales requisitos que se debe obtener son:

- ✚ **Registro Único de Contribuyentes (RUC):** obtenido en el Servicio de Renta Internas permitirá desarrollar las actividades sin ningún inconveniente, y realizar las respectivas declaraciones del IVA e Impuesto a la Renta.



*Figura 18:* Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- ✚ **Registro de Marcas y Patentes:** se lo realizará en el Municipio de Loja, donde se constatará el nombre de la empresa y la actividad a desarrollar.



*Figura 19:* Patente Municipal

- ✚ **Permiso de Bomberos:** requisito obtenido de parte del Cuerpo de Bomberos, el mismo que será otorgado una vez realizado la inspección al local para evitar contratiempos cumpliendo con las respectivas normas.

El estudio legal permite detectar las instituciones públicas en las cuales se deben hacer los diferentes trámites y requisitos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

## Capítulo IV

### Necesidades del Mercado

En el cual se determinará la información necesaria y relevante para el análisis del mercado y la determinación de la demanda insatisfecha, es decir permitirá conocer si existe la necesidad en el mercado para la implementación de la heladería y su puesta en marcha, por lo cual de la población objeto de estudio se procedió a determinar la muestra, teniendo así:

### Determinación de la Muestra

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

#### Datos:

n= ?

$\sigma = 0.5$

N= 205.851 (Población Económicamente Activa.)

Z= 95% (1.96)

e= 5% (0.05)

#### Fórmula:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.50)^2 \times 205851}{(0.05)^2 (205851 - 1) + (1.96)^2 \times (0.50)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25 \times 205851}{(0.0025)(205851 - 1) + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{169436.6492}{514.625 + 0.9604}$$

$$n = \frac{197699.3004}{515.5854}$$

$$n = 383$$

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas para determinar la propuesta de acción.

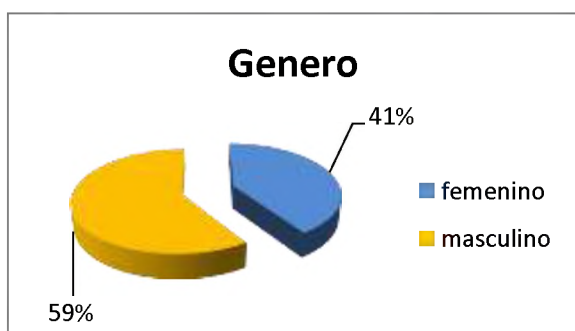


Figura 20: Genero

### Interpretación:

Se aplicó un total de 388 encuestas en la ciudad de Loja, obteniendo que el 41%, representado por 158 encuestas, fuera de género femenino y 230 personas con el 59% pertenezcan al género masculino, siendo estos últimos los que mayor aportaron en el desarrollo de las encuestas.

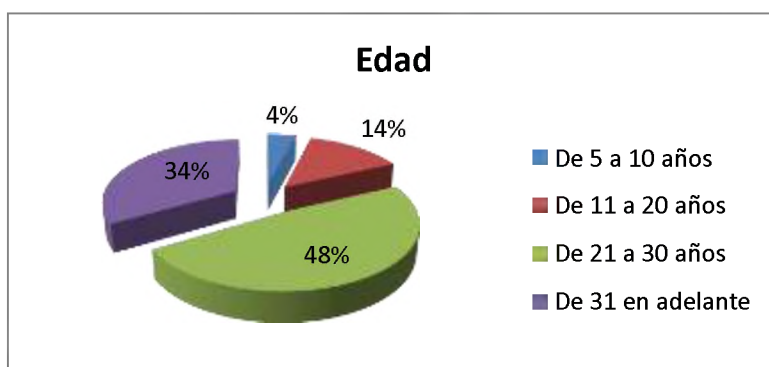


Figura 21: Edad

### Interpretación:

Del total de encuestados en la ciudad se obtuvieron los siguientes resultados: el 4% fueron niños entre 5 y 10 años, el 14% de 11 a 20 años, el 48% de 21 a 30 años y el 34% fue de 31 años en adelante, la distribución de las edades se la realizó para enfatizar la



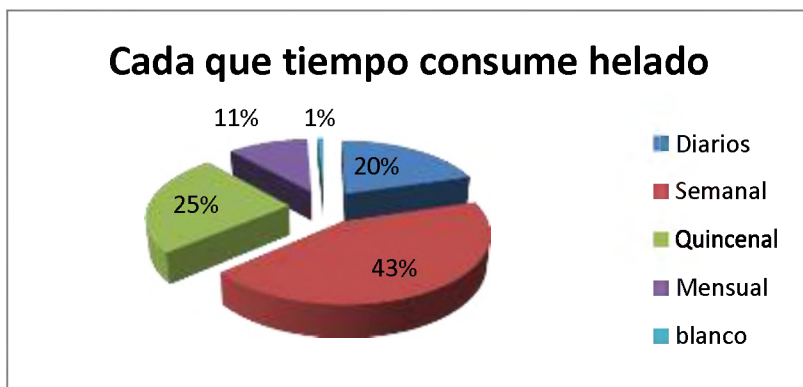
acogida que tendrá el negocio y sus productos dentro de la sociedad permitiendo enfocar de mejor manera la publicidad.



*Figura 22:* Consume helado

### **Interpretación:**

De las 388 personas que se aplicó la encuesta el 91% manifestó que si consume helado, ya que el mismo le refresca o le permite compartir con la familia o amigos, mientras que el 9% respondió que no lo consume.



*Figura 23:* Cada que tiempo consume helado

### **Interpretación:**

Del 100% de las encuestas aplicadas el 43% correspondiente a 168 encuestas consumen helado semanalmente, mientras que el 25% manifestaron que quincenal, el 20% de encuestados contestaron que lo consumen a diario y el 11% consumen cada mes helado, demostrando así que el negocio es factible para su implementación.

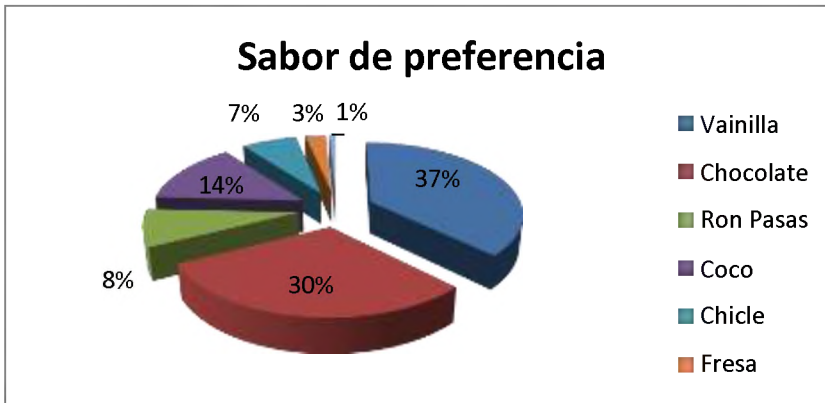


Figura 24: Sabor de preferencia

### Interpretación

Con un total de 388 encuestas, al preguntar el sabor de preferencia: 145 personas que corresponde el 37% prefieren el sabor a vainilla, mientras que el 30% con 117 personas optan por el sabor de chocolate y el 14% con 54 personas les gusta el helado de coco, siendo estos valores los más significativos para el desarrollo del tema de investigación.

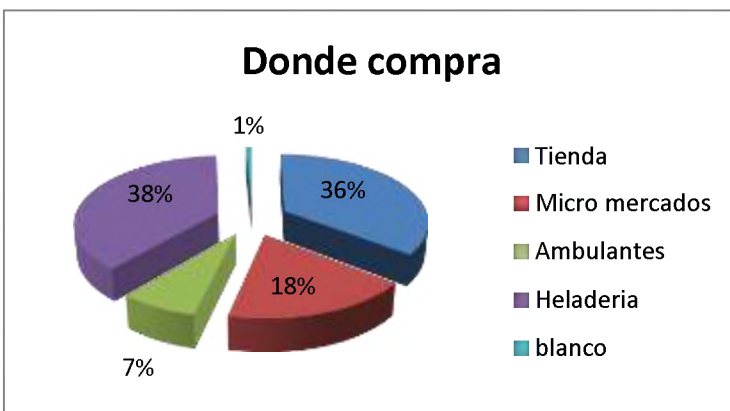


Figura 25: Donde compra

### Interpretación.

De la muestra tomada se obtuvo que el 38% con 148 personas adquieren su helado en una heladería manifestando que en dicho lugar pueden sentarse a disfrutar entre amigos o con la familia; 36% siendo 138 personas compran su helado en una tienda aduciendo que al estar caminando o haciendo una actividad y por el calor lo pueden adquirir sin problemas en una tienda; y el 18% que corresponde a 70 personas lo adquieren en micro mercados.



Figura 26: Presentación de helado

### Interpretación.

Del 100% de encuestas aplicadas se tuvo que 166 personas con el 43% respondieron que prefieren comer el helado en vaso ya que así evitan ensuciarse la ropa y disfrutar de mejor manera; 100 personas que es el 26% manifestaron que gustan de su helado en cono ya que así tienen dos productos al mismo tiempo; y 82 personas siendo el 21% aceptan su helado en copa para degustar de mejor manera su sabor y el momento de consumirlo.



Figura 27: Visitaría la nueva heladería

### Interpretación

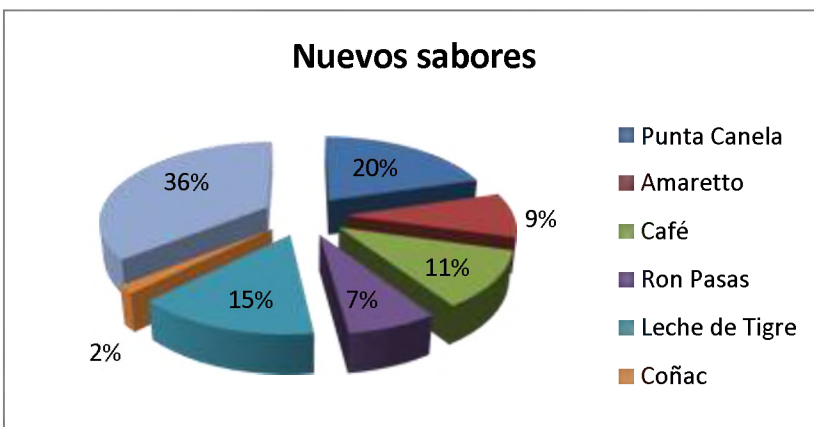
Con un total de 361 personas con el 93% respondiendo que si se puede llegar a la conclusión que la implementación del negocio en la ciudad de Loja es factible ya que tiene la aceptación de la población, mientras que el 7% con 27 personas respondieron que no.



*Figura 28:* Nombres y sabores de bebidas típicas de Loja

**Interpretación.**

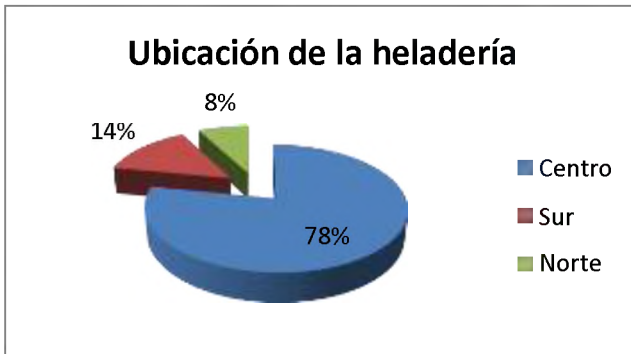
La encuesta aplicada a la muestra presenta los siguientes resultados: con 377 personas siendo el 97% dijeron que si desean la implementación de helados con sabores y bebidas típicas de la ciudad de Loja así se daría a conocer a la ciudad a nivel nacional; mientras que el 3% con 11 personas prefieren los sabores conocidos y tradicionales.



*Figura 29:* Nuevos sabores

**Interpretación.**

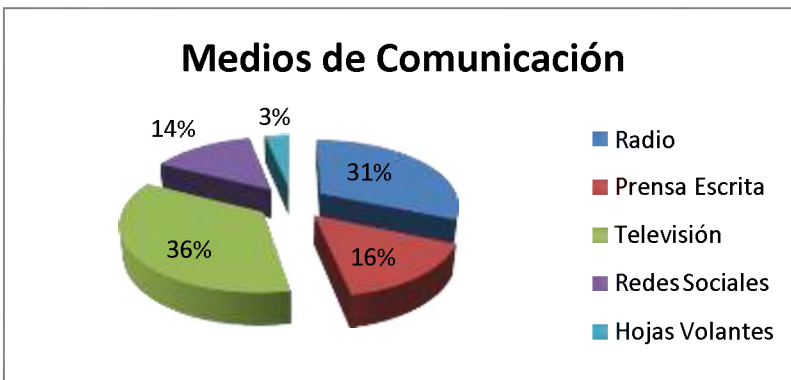
Del total de encuestas aplicadas se tiene que el 36% desean probar un helado sabor a cerveza siendo algo novedoso para la población mayor de edad; mientras que el 20% han optado por el sabor de punta canela, el 15% eligieron leche de tigre y el 11% sabor a café, siendo los sabores más optados para la oferta en el mercado del nuevo producto.



*Figura 30:* Ubicación de la heladería

### Interpretación.

Al aplicar las encuestas a la muestra seleccionada se pudo determinar que la mejor opción de lugar es el centro de la ciudad con el 78% siendo 303 personas ya que es un lugar en donde se realizan diversas actividades tanto personales como laborales y esto haría más fácil llegar a la heladería; el 14% manifiesta que el sur sería un buen lugar ya que así permitiría tener lugar para llegar sin tanto tráfico y el 8% responde que al norte de la ciudad por la ubicación de sus hogares.



*Figura 31:* Medios de comunicación

### Interpretación.

Los resultados son: el 36% correspondiente a 138 personas manifestaron que les interesaría saber por la televisión; el 31% siendo 122 personas desean hacerlo por la radio debido a sus horarios de trabajo así como movilización ya que al pasar van escuchando

radio tanto las noticias como los programas de entretenimiento musical; mientras que el 14% contestando 55 personas han optado por las redes sociales pronunciando que es importante ir a la par con la tecnología que se encuentra en la actualidad y predomina en la sociedad.

La necesidad del negocio se pudo determinar por medio de la elaboración y aplicación de una encuesta la misma que permite identificar los diferentes lineamientos a seguir y así detectar si en el mercado existe la demanda insatisfecha.

## **Capítulo V**

### **Plan Estratégico**

El plan estratégico es una serie de pasos a seguir, los cuales permiten establecer diferentes políticas, estrategias que ayuden a mantener a los clientes actuales y conseguir futuros clientes.

En la ciudad de Loja la implementación de una heladería sería con futuro a expansión por las características de los productos y servicio a ofertar en el mercado, captando la atención de la sociedad al generar un lugar y ambiente para todas las edades, planteando una serie de objetivos y acciones en base a su misión y visión, la cuales son:

#### **Misión**

“Delicias del Alma Lojana es una empresa dedicada a la elaboración, comercialización de helados con sabores típicos de bebidas de Loja y prestación de servicio de excelencia calidad para satisfacer a nuestros clientes y ciudadanía en general.”

#### **Visión**

En el 2022 ser una empresa reconocida a nivel de la Zona 7 por la prestación de sus servicios y productos de calidad.

Es necesario el análisis del ambiente interno y externo de la microempresa para determinar sus puntos fuertes y débiles y así enmarcar una serie de pasos, acciones y metas a conseguir por medio de la contribución de los recursos organizaciones, el mismo que se realizara por medio de la Matriz FODA:

**Tabla 13**  
**Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS</b>		
<b>INTERNAS</b>	<b>F1.</b> Personal capacitado <b>F2.</b> Directivos con buen conocimiento <b>F3.</b> Maquinaria actualizada <b>F4.</b> Productos innovadores <b>F5.</b> Excelente ubicación	<b>DEBILIDADES</b> <b>D1.</b> Poco espacio en la infraestructura <b>D2.</b> No tiene estacionamiento propio <b>D3.</b> No tiene un asesor jurídico fijo
<b>EXTERNAS</b>		
<b>ESTRATEGIAS FO</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO1.</b> Crear nuevos sabores para llamar la atención de más clientes. <b>(F1, F4, O2, O3)</b> <b>FO2.</b> Aperturar sucursales en las diferentes zonas de Loja para una mayor atención. <b>(F2, O2)</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b> <b>DO1.</b> Buscar un local más amplio y de fácil acceso. <b>(D1, D2, O1, O3)</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b> <b>FA1.</b> Revisar constantemente la ley y disposiciones para evitar multas. <b>(F2, A1)</b> <b>FA2.</b> Realizar un análisis del mercado para determinar los impuestos a cancelar. <b>(F2, A2)</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b> <b>DA1.</b> Adquirir un edificio o terreno para el desarrollo de las actividades <b>(D1,D2, A3)</b> <b>DA2.</b> Contratar un asesor jurídico para que ayude con la implementación de nuevas reformas e impuestos <b>(D3, A1, A2)</b>

Por lo cual en base al análisis se ha planteado los siguientes objetivos empresariales:

- ✚ Tener una sucursal en la parte centro – oeste de la localidad en un año seis meses.
- ✚ Incrementar la utilidad en un 10% durante el 2018.
- ✚ Alcanzar una mayor acogida en el mercado alrededor del 15% antes de noviembre 2019.

Para lo cual se ha establecido aplicar las siguientes políticas, las cuales permitirán cumplir lo propuesto:

- ✚ Mantener los precios fijos por el lapso de dos años.



- ✚ Buscar proveedores de materia prima e insumos a bajos costos sin disminuir la calidad y con mayor tiempo de pago.
- ✚ Renovar anualmente la publicidad y propaganda para tener la captación del público.
- ✚ Realizar promociones en fechas especiales, aprovechando los feriados locales, nacionales y de la organización.

Siendo muy importante plantear las diversas actividades:

- ✚ Asistir a las diferentes ferias gastronómicas organizadas por las Entidad Publicas de la localidad para hacer conocer el producto.
- ✚ Innovar en la presentación del producto anualmente.
- ✚ Buscar nuevas recetas para la elaboración de nuevos sabores de helados, dejar los sabores tradicionales.

El plan estratégico es muy importante dentro de toda empresa ya que permite establecer las actividades necesarias para ganar un mayor posicionamiento en el mercado incrementando las ventas y por ende la utilidad, esto a su vez conllevaría a una expansión y por ende generar mas fuentes de trabajo aportando al sector socio económico de la localidad y a su vez del País.

## Capítulo VI

### Viabilidad Técnica - Financiera

#### Estudio Financiero – Económico

Tiene por objetivo dar a conocer el monto total de la inversión necesaria para poner en funcionamiento el proyecto, determinando los costos en los que se incurren en la prestación de servicios, productos, marketing, el financiamiento, y por otro lado los ingresos generados y toda la información proyectada para los años de vida útil del proyecto.

#### Inversión del Proyecto

Las inversiones del proyecto son todos los activos que requiere la empresa para garantizar la prestación del servicio con el monto del capital de trabajo necesario para después de implementarse el proyecto. Las inversiones que se detallan en el presente proyecto son:

- ✚ Inversión en Activos Fijos
- ✚ Inversión en Activos Diferidos
- ✚ Inversión en Capital de Trabajo

##### a) Inversión en Activos Fijos

Es la adquisición de bienes palpables para realizar la operación y desarrollo de las actividades del proyecto, las cuales se adquieren para ser utilizadas durante los años de la empresa; los mismos están sujetos a depreciación, menos aquellos activos que ganan plusvalía como los terrenos, se consideraran los siguientes rubros en esta cuenta:

## Maquinaria

Se registra toda la maquinaria necesaria para el proceso de producción de los helados.

**Tabla 14**  
**Maquinaria**

<b>MAQUINARIA</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Máquina de helados de crema	1130	1130
1	Máquina de granizados	380	380
1	Máquina de café	560	560
	<b>Subtotal</b>		2070
	<b>IVA 12%</b>		248,4
	<b>TOTAL</b>		<b>2318,4</b>

**Fuente:** Investigación de campo

## Equipo Básico

Permite el desarrollo y prestación del producto final al cliente.

**Tabla 15**  
**Equipo Básico**

<b>EQUIPO BÁSICO</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Batidor de Milk Shake	275	275
1	Derretidor de chocolate	120	120
1	Vitrina para helado	300	300
1	Refrigerador /Congelador	750	750
	<b>Subtotal</b>		1445
	<b>IVA 12%</b>		173,4
	<b>TOTAL</b>		<b>1618,4</b>

**Fuente:** Investigación de campo

## Equipo Auxiliar

Ayuda a una mejor atención en el servicio y producto, presentado con calidad y excelencia a los consumidores.

**Tabla 16**  
**Equipo Auxiliar**

<b>EQUIPO AUXILIAR</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
48	Copa de helado OCEAN	0,25	12
48	Copa Malteada	0,3	14,4
48	Jarro Galerie	0,4	19,2
36	Tasa con Plato	0,5	18
3	Cucharas de helado	3,5	10,5
<b>Subtotal</b>			74,1
<b>IVA</b>			8,89
<b>12%</b>			
<b>TOTAL</b>			<b>82,99</b>

**Fuente:** Investigación de campo

### **Muebles y Enseres**

Se registran los necesarios donde los clientes y consumidores se ubicarán para acceder al servicio y producto, teniendo así:

**Tabla 17**  
**Muebles y Enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
12	Mesas	10	120
48	Sillas	7	336
1	Silla Ejecutiva	33	33
<b>Subtotal</b>			489
<b>IVA 12%</b>			58,68
<b>TOTAL</b>			<b>547,68</b>

**Fuente:** Investigación de campo

### **Equipo de Computación**

Es muy importante para empresa ya que permite brindar una mejor atención, teniendo así la computadora, impresora y máquina registradora cada una con su respectiva función:

**Tabla 18*****Equipo de Computación***

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Computadora DELL	600	600
1	Impresora tinta continua	150	150
1	Máquina Registradora	175	175
	<b>Subtotal</b>		925
	<b>IVA 12%</b>		111
	<b>TOTAL</b>		<b>1036</b>

**Fuente:** Investigación de campo


 **Equipo de Sonido**

Ayudará a tener la captación de los consumidores al tener un espacio de entretenimiento por las series o películas, así como de escuchar una música suave para relajarse, teniendo aquí:

**Tabla 19*****Equipo de Sonido***

<b>EQUIPO DE SONIDO</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	LED	750	750
2	Parlantes	125	250
	<b>Subtotal</b>		1000
	<b>IVA 12%</b>		120
	<b>TOTAL</b>		<b>1120</b>

**Fuente:** Investigación de campo

 **Equipo de Oficina**

Importante para la parte administrativa de la empresa y poder atender a los clientes:

**Tabla 20*****Equipo de Oficina***

<b>EQUIPO DE OFICIINA</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Teléfono / Fax	70	70
	<b>Subtotal</b>		70
	<b>IVA 12%</b>		8,4
	<b>TOTAL</b>		<b>78,4</b>

**Fuente:** Investigación de campo

Los activos fijos sufren desgaste por el uso de los mismos lo que contablemente se llama depreciación, teniendo cada uno su respectivo porcentaje y años de vida útil según la utilización del mismos, por lo cual a continuación se presenta la respectiva información sobre la depreciación que tendrán los activos por el desarrollo de las actividades en la empresa:

**Tabla 21**  
**Resumen Depreciación Activos Fijos**

CONCEPTO	VALOR	%	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria	2.070,00	10%	207,00	10	186,30
Equipo Básico	1.445,00	10%	144,50	10	130,05
Equipo Auxiliar	74,10	10%	7,41	10	6,67
Muebles y Enseres	489,00	10%	48,90	10	44,01
Equipo de Computación	925,00	33%	305,25	3	206,58
Equipo de Sonido	1.000,00	33%	330,00	3	223,33
Equipo de Oficina	70,00	10%	7,00	10	6,30
<b>TOTAL</b>	<b>6.073,10</b>		<b>1.050,06</b>		<b>803,25</b>

**Fuente:** tablas n° 12 a la 19

### **Inversión en Activos Diferidos**

En este rubro se tomó en cuenta todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto, teniendo los siguientes:

**Tabla 22**  
**Activos Diferidos**

Detalle	Total
Gastos de constitución	100
Adecuaciones	250
Instalaciones	75
Subtotal Activo Diferido	425,00
Imprevistos (5%)	21,25
<b>TOTAL</b>	<b>446,25</b>

**Fuente:** Investigación de campo

### **Amortización de Activos Diferidos**

La amortización permite recuperar las inversiones diferidas necesarias para la puesta en marcha; se la realiza al dividir el monto de los activos para 3 años, teniendo:

**Tabla 23*****Amortización de Activos Diferidos***

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS	446,25	20%	3	89,25
DIFERIDOS	446,25	20%	3	89,25
	446,25	20%	3	89,25

**Fuente:** tabla 21

**Capital de Trabajo**

Es el fondo necesario para el desarrollo de producción y comercialización con la finalidad de evitar retrasos o interrupciones; por lo cual es necesario tener un stock adecuado de la materia prima para seguir un continuo flujo de producción.

**Materia Prima**

Es aquella materia prima necesaria que se encuentra directamente relacionada con el proceso de producción; es decir, permite determinar y conocer los insumos necesarios para la elaboración de un helado, a continuación, se presentara los requerimientos necesarios para elaborar un helado:

**Tabla 24*****Materia Prima para Elaborar un Helado***

Cant.	Descripción	Unidad de Medida	Precio
250	leche entera	Mililitros	0,225
100	Azúcar	Gramos	0,1
2	yemas de huevo	Unidad	0,30
5	esencia de vainilla	Mililitros	0,03
25	Vodka	Mililitros	0,55
	Sal	Pizca	0,003
	<b>TOTAL</b>		1,21

**Fuente:** Investigación de campo

**Materiales Directos**

Son los insumos indirectos que se utilizan para obtener el producto terminado, el cual es analizado en base a unidades de cada insumo para la elaboración de un helado:

**Tabla 25*****Materiales Directos***

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio</b>
1	Envases	Unidad	0,02
1	Servilletas	Unidad	0,01
1	Cucharillas	Unidad	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,04</b>

**Fuente:** Investigación de campo

En la tabla a continuación se detalla los costos a incurrir para la producción de un helado con el acabado final:

**Tabla 26*****Costo Total para Elaborar un Helado***

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Materia prima directa	1,21
Materiales Directos	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>1,25</b>

**Fuente:** tabla 23 y 24

Además, es importante considerar los insumos necesarios para elaboración de helados por hora, por día, semanal, mensual y anual; en la tabla a continuación se considera los gastos a incurrir en la elaboración helados por hora:

**Tabla 27*****Costo Total por Hora***

<b>Año</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	20	1,25	25,53
2	20	1,25	25,66
3	25	1,26	30,96
4	31	1,27	38,91
5	35	1,27	44,33
<b>TOTAL</b>			<b>165,38</b>

**Fuente:** tabla 10 y 25

La tabla a continuación presenta el cálculo de la materia prima necesaria para cubrir la demanda del mercado por día, considerando la jornada laboral de 8 horas al día:



**Tabla 28****Costo Total por Dia**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	164	1,25	204,23
2	196	1,25	246,37
3	245	1,26	309,60
4	278	1,27	352,74
5	327	1,27	417,19
<b>TOTAL</b>			<b>1530,13</b>

**Fuente:** tabla 26

En la siguiente tabla se considera la materia prima necesaria para la producción de los helados a la semana, considerando que se va laborar 6 días a la semana:

**Tabla 29****Costo Total Semanal**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	982	1,25	1225,38
2	1178	1,25	1478,24
3	1473	1,26	1857,60
4	1669	1,27	2116,44
5	1964	1,27	2503,12
<b>TOTAL</b>			<b>9180,78</b>

**Fuente:** Tabla 26

La tabla adjunto se puede observar los insumos necesarios para la producción de helados al mes:

**Tabla 30****Costo Total Mensual**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	3927	1,25	4901,51
2	4713	1,25	5912,98
3	5891	1,26	7430,40
4	6677	1,27	8465,75
5	7855	1,27	10012,49
<b>TOTAL</b>			<b>36723,12</b>

**Fuente:** Tabla 26

A continuación, se podrá observar los costos a incurrir para la producción de helados anual, dichas cantidades permitirán satisfacer la demanda insatisfecha en el mercado:

**Tabla 31**  
**Costo Total Anual**

Año	Capacidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Total
1	3927	1,25	4901,51
2	4713	1,25	5912,98
3	5891	1,26	7430,40
4	6677	1,27	8465,75
5	7855	1,27	10012,49
<b>TOTAL</b>			<b>36723,12</b>

Fuente: Tabla 26

- ✚ **MANO DE OBRA DIRECTA:** presenta la relación con el personal que tiene relación directa con el proceso de producción del helado.

**Tabla 32**  
**Mano de Obra**

MANO DE OBRA DIRECTA		
DETALLE	Valor Mensual	Valor Anual
Pastelero	400	4800
Operario 1	394	4728
<b>TOTAL</b>		<b>9528</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales – tabla salarial 2019

- ✚ **REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVA:** la empresa tendrá un Gerente que permite el desarrollo oportuno de las operaciones y actividades, una Contadora ocasional que realizará las declaraciones del IVA y del Impuesto a la Renta.

**Tabla 33**  
**Personal Administrativo**

DETALLE	Valor Mensual	Valor Anual
Gerente	430	5160
Asesor contable	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>5340</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales – tabla salarial 2019

- ✚ **PUBLICIDAD Y PROPAGANDA:** importante para realizar la promoción y publicidad en la ciudad de la Loja y a Nivel de toda la provincia de Loja, por lo cual se ha considerado los siguientes medios de comunicación:

**Tabla 34**  
**Publicidad y Propaganda**

Descripción	servicio	cantidad	precio unitario	Costo Total
Ecotel TV	propaganda	2	30	60,00
Radio Boquerón	spots publicitarios	2	25	50,00
	<b>Subtotal</b>			<b>110,00</b>
	<b>iva 12%</b>			<b>13,20</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>123,20</b>

**Fuente:** medios de comunicación

- ✚ **SUMINISTROS DE OFICINA:** permiten desarrollar las actividades de la empresa.

**Tabla 35**  
**Suministros de Oficina**

Descripción	Unidad	cantidad	Precio unitario	Costo Total
Facturas	Ciento	2	8,5	17,00
Archivadores	Unidad	1	3,5	3,50
Perforadora	Unidad	1	4	4,00
Cartucho de impresora negro y blanco	Unidad	1	22,5	22,50
	<b>Subtotal</b>			<b>47,00</b>
	<b>iva 12%</b>			<b>5,64</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>52,64</b>

**Fuente:** investigación de campo

- ✚ **MATERIALES DE LIMPIEZA:** permiten realizar la limpieza de local al momento de cerrar sus puertas y de la vajilla y tener un local limpio:

**Tabla 36**  
**Materiales de Limpieza**

Descripción	Unidad	cantidad	precio unitario	Costo Total
Dispensador jumbo	Unidad	1	16,5	16,50
Dispensador jabón	Unidad	1	16,5	16,50
Jabón kimcare	Unidad	2	2,95	5,90
Gel Desinfectante	Unidad	2	4,85	9,70
Cloro líquido	Unidad	2	4,5	9,00
Aroma ambiental	Unidad	1	2,25	2,25
Desinfectante	Unidad	2	4,5	9,00
Basureros	Unidad	2	3,5	7,00
	<b>Subtotal</b>			<b>75,85</b>
	<b>iva 12%</b>			<b>9,10</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>84,95</b>

**Fuente:** investigación de campo

- ✚ **SERVICIOS BÁSICOS:** servicios que necesita la empresa para brindar un servicio de calidad a los clientes.

**Tabla 37**  
**Servicios Básicos**

Descripción	Unidad	cantidad	valor mensual	valor anual
Agua	m3	0,476	30	360,00
Luz eléctrica	kw/h	3,8	35	420,00
Teléfono	minutos		6	72,00
Internet	megas		17,5	210,00
		<b>Subtotal</b>		<b>1062,00</b>
		<b>IVA 12%</b>		<b>127,44</b>
		<b>TOTAL</b>		<b>1189,44</b>

**Fuente:** investigación de campo

- ✚ **ARRIENDO:** el local donde se prestará el servicio será arrendado.

**Tabla 38**  
**Arriendo**

DETALLE	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo	450	5400
<b>TOTAL</b>		<b>5400</b>

**Fuente:** investigación de campo

- ✚ **RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO:** se englobará en un solo cuadro todos los requerimientos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

**Tabla 39**  
**Resumen Capital de Trabajo**

DETALLE	COSTO TOTAL
Materia Prima Directa	58818,06
Mano de Obra Directa	9528
Personal Administrativo	5340
Materiales de Aseo	84,95
Suministros de oficina	52,64
Servicios básicos	1189,44
Publicidad y propaganda	123,20
Arriendo	5400
<b>TOTAL</b>	<b>80536,29</b>

**Fuente:** tabla 30 a la 37

A continuación, se presenta el total de inversión a realizar para la implementación del nuevo negocio en la ciudad:

**Tabla 40**  
**Resumen de Inversión Total**

DETALLE	TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria	2318,40
Equipo Básico	1618,40
Equipo Auxiliar	82,99
Muebles y Enseres	547,68
Equipo de Computación	1036,00
Equipo de Sonido	1120,00
Equipo de Oficina	78,40
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6801,87</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	100,00
Adecuaciones	250,00
Instalaciones	75,00
Subtotal Activo Diferido	425,00
Imprevistos (5%)	21,25
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>446,25</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Materia Prima Directa	58818,06
Mano de Obra Directa	9528,00
Personal Administrativo	5340,00
Materiales de Aseo	84,95
Suministros de oficina	52,64
Servicios básicos	1189,44
Publicidad y propaganda	123,20
Arriendo	5400,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>80536,29</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>87784,42</b>

**Fuente:** tabla 13 a la 37

### **Financiamiento de la Inversión**

Para la puesta en marcha del presente proyecto es necesario la búsqueda de un crédito por el monto, es decir, los recursos serán aportes del dueño y de una institución financiera:

**Tabla 41**  
**Financiamiento**

DETALLE	Monto	Porcentaje
Recursos Propios	26335,32	30%
Recursos Ajenos	61449,09	70%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>87784,42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** 40

## Determinación del Costo Total de Producción

Para conocer el costo total de producción se considerará los elementos del **Costo Total:** Costo de producción + Gastos de Administración + Gastos de Ventas + Otros Gastos; para lo cual se ha proyectado para cinco años de vida considerando el porcentaje de inflación anual del 0.54% de enero 2019 y la tasa de crecimiento salarial del 2.073%, obteniendo:

**Tabla 42**  
*Determinación de los Costos*

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia Prima	58818,06	59135,68	59455,01	59776,07	60098,86
Mano de Obra Directa	9528,00	9725,52	9927,13	10132,91	10342,97
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>68346,06</b>	<b>68861,19</b>	<b>69382,14</b>	<b>69908,98</b>	<b>70441,83</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
Sueldos y Salarios	5340,00	5450,70	5563,69	5679,03	5796,75
Servicios Básicos	1189,44	1189,44	1189,44	1189,44	1189,44
Suministros de Oficina	52,64	52,64	52,64	52,64	52,64
Materiales de Aseo	84,95	84,95	84,96	84,95	84,95
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>6667,03</b>	<b>6777,73</b>	<b>6890,72</b>	<b>7006,06</b>	<b>7123,78</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Publicidad y Propaganda	123,20	123,20	123,20	123,20	123,20
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>123,20</b>	<b>123,20</b>	<b>123,20</b>	<b>123,20</b>	<b>123,20</b>
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>6790,23</b>	<b>6900,93</b>	<b>7013,92</b>	<b>7129,26</b>	<b>7246,98</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>75136,29</b>	<b>75762,12</b>	<b>76396,06</b>	<b>77038,24</b>	<b>77688,81</b>

**Fuente:** tabla 31 a la 38

## Ingresos

Para determinar el precio de venta unitario se toma como referencia el costo unitario del producto más el porcentaje de utilidad y al mismo tiempo se tomará en cuenta los precios existentes en el mercado conforme a la competencia; por lo cual se multiplica la producción anual por dicho valor; es importante señalar que se utilizara el consumo de los clientes, teniendo así:

**Tabla 43****Ingresos**

<b>Año</b>	<b>Unidades a producir</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen de Utilidad</b>	<b>Precio de venta Unitario</b>	<b>Ingresos Anuales</b>
1	47130	1,25	100%	2,50	117636,12
2	56556	1,25	99%	2,50	141201,96
3	70695	1,26	98%	2,50	176546,26
4	80121	1,27	97%	2,50	200130,33
5	94260	1,27	96%	2,50	235493,81

**Fuente:** tabla 42

### **Punto de Equilibrio**

Permite determinar el punto en el cual se unen los costos fijos, variables y totales con las ventas y lograr un equilibrio en la empresa en la cual no se genera ni perdida ni ganancia para el negocio, solo genera la recuperación de los costos incurridos en la producción, a continuación, se presentará el punto de equilibrio en base a las ventas y a la capacidad de producción necesaria en el negocio:

#### **En Función a la Ventas**

$$PE = \frac{CFT}{1 - VT} \cdot CVT$$

**CFT** = Costo fijo total

**CVT** = Costo variable total

**VT** = Ventas totales

**Tabla 44*****Punto de Equilibrio en Función a las Ventas***

DESCRIPCIÓN	AÑOS DE VIDA DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos Totales	6790,23	6900,93	7013,92	7129,26	7246,98
Costos Variables Totales	60145,09	60462,71	60782,04	61103,10	61425,89
Costo Total	66935,33	67363,64	67795,97	68232,36	68672,88
Total Ventas	117636,12	141201,96	176546,26	200130,33	235493,81
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>13893,93</b>	<b>12068,79</b>	<b>10696,59</b>	<b>10262,60</b>	<b>9804,33</b>

**Fuente:** tabla 41 y 43

Mediante el desarrollo de las actividades se establece que el negocio presentara para el año 1 unos costos fijos de \$6790.23, costos variables de \$60145.09 y debería vender \$117636.12 para tener un equilibrio en el desarrollo de las operaciones de \$13893.93.

 **En función a la Capacidad Utilizada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

CFT = Costo fijo total

CVT = Costo variable total

VT = Ventas totales

**Tabla 45*****Punto de Equilibrio en Función a la Capacidad Instalada***

DESCRIPCIÓN	AÑOS DE VIDA DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Costos Fijos	6790,23	6900,93	7013,92	7129,26	7246,98
Total Costos Variables	60145,09	60462,71	60782,04	61103,10	61425,89
Total Ventas	117636,12	141201,96	176546,26	200130,33	235493,81
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

**Fuente:** tabla 31 y 42

En el primer año la empresa debe trabajar con el 12% de su capacidad para que este en un punto medio, es decir para tener un punto de equilibrio y solo cubrir los desembolsos de



dinero necesarios para la operatividad, y en el año cinco con el 4% de su capacidad instalada trabajando tendrá un equilibrio entre sus costos y gastos.

### Estado de Resultados

Permite conocer los resultados obtenidos durante el ejercicio económico por medio de las actividades realizadas, por lo cual se presentan los siguientes resultados:

**Tabla 46**  
**Estado de Resultados**

RUBROS	AÑOS DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	117636,12	141201,96	176546,26	200130,22	235493,81
Costo de Producción	68346,06	68861,19	69382,14	69908,98	70441,83
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>49290,06</b>	<b>72349,76</b>	<b>107164,12</b>	<b>130221,34</b>	<b>165051,99</b>
Gastos Administrativos	6667,03	6777,73	6890,72	7006,06	7123,78
Gastos de Ventas	123,20	123,20	123,20	123,20	123,20
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>42499,83</b>	<b>65439,83</b>	<b>100150,20</b>	<b>123092,08</b>	<b>157805,00</b>
Interés Financiero	5733,20	5625,22	5507,16	5378,09	5236,98
Utilidad antes de Impuestos	<b>36766,63</b>	<b>59814,61</b>	<b>94643,04</b>	<b>117713,99</b>	<b>152568,02</b>
15% Trabajadores	5514,99	8972,19	14196,46	17657,10	22885,20
21% Impuesto a la Renta	6562,84	19676,91	16893,78	21011,95	27233,39
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>24688,79</b>	<b>40165,51</b>	<b>63552,80</b>	<b>79044,95</b>	<b>102449,43</b>

**Fuente:** tabla 42 y 43

El estudio económico ayudo a determinar la inversión inicial que se requiere para la implementación del negocio, así como los costos e ingresos que se tendrá en la elaboración y comercialización del producto, determinando si se obtendrá utilidad durante los primeros 5 años de vida.

## Evaluación Financiera

Permite al inversionista optar por la mejor propuesta para colocar su dinero considerando los indicadores financieros como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio – Costo, Período de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad; partiendo del Flujo Neto de Caja que generaría la empresa durante el desarrollo de las actividades, teniendo los siguientes resultados:

### Flujo de Caja

Permite conocer la liquidez de la empresa y su capacidad para solventar las deudas, siendo un factor muy importante en el mercado comercial y financiero, teniendo así:

**Tabla 47**  
**Flujo de Caja**

RUBROS	AÑOS DE VIDA DEL PROYECTO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de inversión	-87784,42					
Depreciación		803,25	803,25	803,25	803,25	803,25
Amortización		89,25	89,25	89,25	89,25	89,25
Flujo de producción		24688,79	40165,51	63552,80	79044,95	102449,43
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-87784,42</b>	<b>25581,29</b>	<b>41058,01</b>	<b>64445,30</b>	<b>79937,44</b>	<b>103341,92</b>

**Fuente:** tabla 21, 22, 40 y 41

## Tasa Mínima de Rendimiento Aceptado (TMAR)

Es el factor de descuento o porcentaje de ganancia que estaría ganando el inversionista si no realiza el presente proyecto y coloca su dinero en una entidad financiera en cualquiera de sus productos financieros; por lo cual se considera los factores que están en el mercado:

$$\text{TMAR} = (C/C+D) * r_s + (D/C+D) * r_d(1-t)$$

**Tabla 48**  
**Tasa Mínima de Rendimiento Aceptada**

Rubro	sigla	%
% Capital propio	C	30%
% Deuda Terceros	D	70%
Costo de Oportunidad	rs	17,76%
Tasa de interés	rd	9,33%
Tasa Impositiva	t	33,70%
<b>TMAR Proyecto =</b>		<b>9,66%</b>

**Fuente:** CFN, BCE

Para que el proyecto sea rentable para el inversionista debe tener un rendimiento mayor al 9.66% que le ofrece el sector financiero, esto será un factor decisivo para el mismo ya que le ayudara a tomar la mejor decisión sobre la colocación de su efectivo.

### **Valor Actual Neto**

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en actualizar los flujo futuros de dinero, es decir, por medio de una tasa de descuento traer al valor presente los flujos futuros que tendrá la empresa para determinar su relación y establecer si es viable y rentable la inversión para el accionista o no lo es y así tomar una decisión adecuada, para lo cual se considera los flujos futuros y la tasa de descuento siendo la TMAR y los años de vida del proyecto, presentado el siguiente resultado:

$$VAN = \sum \left( \frac{FEn}{(1+K)^n} \right) - I$$

**Donde:**

**VAN=** Valor Actual Neto

**FEN=** Flujo de Efectivo Neto

**K=** Tasa de Actualización (TMAR)

**n=** número de años

**Tabla 49**  
**Valor Actual Neto**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VALOR ACTUAL
0	(87.784,42)		
1	25.581,29	0,91192	23.327,98
2	41.058,01	0,83159	34.143,44
3	64.445,30	0,75834	48.871,47
4	79.937,44	0,69154	55.280,14
5	103.341,92	0,63063	65.170,36
		Σ=	<b>226.793,38</b>
		INVERSION	(87.784,42)
		<b>VAN=</b>	<b>139.008,97</b>

Fuente: tabla 46

El VAN es de \$139.008,97, lo que demuestra según el criterio que el proyecto puede ser aceptado sin ningún inconveniente ya que presenta flujos positivos para el accionista según la inversión realizada, siendo una excelente oportunidad de negocio.

### Tasa Interna de Retorno

Es la tasa de recuperación que presenta la inversión a través de la duración del negocio, la cual permite ser comparada con la tasa de interés que ganaría en una Institución Financiera de no ejecutar el proyecto; los criterios de la TIR son:

- ✚ TIR mayor a la TMAR el proyecto es rentable.
- ✚ TIR igual a la TMAR es indiferente optar o no por el proyecto.
- ✚ TIR menor a la TMAR el proyecto no es factible.

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

**Dónde:**

- ✚ **Tm:** tasa menor

- ✚ **Dt:** diferencia de las tasas
- ✚ **VAN menor:** valor actual neto tasa menor
- ✚ **VAN mayor:** valor actual neto tasa mayor

**Tabla 50**  
**Tasa Interna de Retorno**

FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION tasa menor 47%	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACION tasa mayor 48%	VALOR ACTUAL
(87.784,42)				
5.581,29	0,68027	\$ 17.402,24	0,67568	\$ 17.284,65
41.058,01	0,46277	\$ 19.000,42	0,45654	\$ 18.744,53
64.445,30	0,31481	\$ 20.288,00	0,30847	\$ 19.879,53
79.937,44	0,21416	\$ 17.119,10	0,20843	\$ 16.661,09
103.341,92	0,14568	\$ 15.055,32	0,14083	\$ 14.553,52
	Σ=	\$ 88.865,07	Σ=	\$ 87.123,31
	INVERSION=	(87.784,42)	INVERSION=	(87.784,42)
	VAN=	\$ 1.080,65	VAN=	(\$ 661,10)

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 47\% + (48 - 47) \left( \frac{1080,65}{1080,65 - (-661,10)} \right)$$

$$TIR = 47.62\%$$

Los resultados que se obtuvieron es del 47.62% comparándola con la TMAR que es del 9.66%, lo que demuestra el negocio es rentable con una excelente tasa de recuperación del 47.62%, demostrando una excelente oportunidad de negocio.

### Relación Beneficio - Costo

Permite determinar las unidades monetarias que se obtendrá por cada dólar de inversión que se realice en el desarrollo de las actividades, teniendo los siguientes resultados:

**Tabla 51**  
**Relación Beneficio - Costo**

INGRESOS ORIGINALES	COSTOS ORIGINALES	FACTOR ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
117.636,12	68.346,06	0,91192	107.274,23	62.325,85
141.201,96	68.861,19	0,83159	117.422,18	57.264,30
176.546,26	69.382,14	0,75834	133.882,15	52.615,27
200.130,33	69.908,98	0,69154	138.398,62	48.345,03
235.493,81	70.441,83	0,63063	148.509,11	44.422,62
	<b>TOTAL</b>		<b>645.486,30</b>	<b>264.973,08</b>

Fuente: tabla 45

$$BC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}}$$

$$BC = \frac{645.486,30}{264.973,08}$$

$$BC = 2,44 - 1$$

$$BC = 1,44$$

Al aplicar la fórmula se puede observar que la relación beneficio – costo es de \$2.44 al restar el \$1 de inversión por el desarrollo de las actividades se tiene de rentabilidad \$1, demostrando que el proyecto es factible.

### Periodo de Recuperación de Capital

Permite conocer el tiempo de recuperación de la inversión realizada para el inicio del emprendimiento.

**Tabla 52**  
**Periodo de Recuperación de Capital**

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
<b>0</b>	(87.784,42)	
<b>1</b>	25.581,29	25.581,29
<b>2</b>	41.058,01	66.639,30
<b>3</b>	64.445,30	131.084,59
<b>4</b>	79.937,44	211.022,03
<b>5</b>	103.341,92	314.363,95
$\Sigma=$	<b>314.363,95</b>	<b>748.691,16</b>

Fuente: tabla 46

$$PRC = \text{Año supera la Inv.} + \frac{\text{inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{87.784,42 - 131.084,60}{64.445,30}$$

$$PRC = 3 + (0,6085)$$

$$PRC = 2,3281$$

$$PRC = 0,3281 * 12 = 3,9372$$

$$PRC = 0,9372 * 30 = 28,12$$

El periodo de recuperación del capital de la inversión es de 2 años 3 meses y 28 días, a partir del día 29 se generarán utilidades para el accionista, demostrando que el proyecto es factible.

### **Análisis de Sensibilidad**

El análisis de sensibilidad ayuda a determinar la incidencia en los ingresos y los costos de factores como; inflación, desempleo, escases, entro otros; para lo cual se considera los siguientes parámetros:

- ✚ Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible.
- ✚ Si el coeficiente es igual a 1 el proyecto no tiene algún efecto.
- ✚ Si el coeficiente es mejor a 1 el proyecto no es sensible.

En el siguiente cuadro se presenta un incremento de los costos del 72% debido a diversos factores, como: político, económico, internacional, entre otros, teniendo así:

**Tabla 53**  
**Aumento de los Costos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	117.636,12	141.201,96	176.546,26	200.130,33	235.493,81
Costos Originales	68.346,06	68.861,19	69.382,14	69.908,98	70.441,83
Costos con Incremento	117.555,23	118.441,25	119.337,28	120.243,45	121.159,95
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>80,90</b>	<b>22.760,70</b>	<b>57.208,98</b>	<b>79.886,87</b>	<b>114.333,87</b>

**Fuente:** tabla 45

El incremento de los costos genera nuevos flujos para la empresa y por ende se considera necesario realizar un nuevo cálculo del VAN y la TIR para detectar el impacto de este incremento en el porcentaje de ganancia que tendrá la empresa en el desarrollo de las actividades, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 54**  
**Cálculo de la Nueva TIR**

FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION tasa menor 33%	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACION tasa mayor 34%	VALOR ACTUAL
(87.784,42)				
80,90	0,75188	60,83	0,74627	60,37
22.760,70	0,56532	12.867,15	0,55692	12.675,82
57.208,98	0,42505	24.316,96	0,41561	23.776,60
79.886,87	0,31959	25.531,06	0,31016	24.777,43
114.333,87	0,24029	27.473,67	0,23146	26.463,72
	$\Sigma=$	90.249,67	$\Sigma=$	87.753,94
	INVERSION=	(87.784,42)	INVERSION=	(87.784,42)
	VAN=	\$ 2.465,25	VAN=	(\$ 30,47)

**Fuente:** tabla 52

**Se encuentra la nueva TIR:**

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 33\% + (34 - 33) \left( \frac{2465.25}{2465.25 - (-30.47)} \right)$$

$$TIR = 33.98\%$$



La nueva TIR con el 33.98% demuestra un porcentaje excelente de rentabilidad para el socio al implementar dicho negocio con un incremento de los costos, generando aceptables utilidades al cubrir todas las salidas de dinero necesarias para el funcionamiento.

### **TIR resultante**

$$**TIR. R = TIR Original - Nueva TIR**$$

$$**TIR = 47.62 - 33.98**$$

$$**TIR = 13.64\%**$$

Al comparar la TIR Original con la Nueva TIR se puede observar una variación del 13.64% lo que demuestra que con nuevos costos no existe mucha diferencia y puede decidir por la implementación del negocio ya que es mayor a la TMAR que se ofrece en el mercado financiero y comercial.

### **Porcentaje de variación de la TIR**

$$\%VTIR = \frac{TIR R}{TIR O} * 100$$

$$\%VTIR = \frac{13.64}{47.62} * 100$$

$$\%VTIR = 28.64\%$$

El porcentaje de variación que se presenta entre la TIR original y la nueva TIR es del 28.64%, aunque representa un porcentaje de variación considerable también se debe tener

presente que el incremento de los costos fue del 72% siendo considerable dicho incremento, pero al mismo tiempo se generarían resultados positivos para la empresa.

### **Cálculo del valor de sensibilidad**

$$VS = \frac{\%VTIR}{NTIR}$$

$$\%VTIR = \frac{28.64}{13.64}$$

$$\%VTIR = 2.10\%$$

La sensibilidad que presenta el proyecto es de 2.10% siendo mayor a 1 demostrando que el proyecto es sensible ante un aumento de los costos del 72% siendo muy favorable para la empresa presentar dichos resultados.

A continuación, se presenta se indica qué pasaría con el flujo de caja de la empresa en caso de que se presente una disminución de los ingresos, por pérdida de mercado, incremento de competencia, mal servicio al cliente, entre otros factores, teniendo los siguientes resultados:

**Tabla 55**

***Disminución de los Ingresos***

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos	117.636,12	141.201,96	176.546,26	200.130,33	235.493,81
Ingresos con Disminución	40.466,83	48.573,47	60.731,91	68.844,83	81.009,87
Costos Originales	38.673,66	39.806,74	40.975,80	42.182,07	43.426,84
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>1.793,17</b>	<b>8.766,73</b>	<b>19.756,11</b>	<b>26.662,76</b>	<b>37.583,03</b>

**Fuente:** tabla 45

Una disminución de ingresos genera nuevos flujos para la empresa por lo cual es indispensable realizar el cálculo del VAN y la TIR con la finalidad de medir el impacto

que tendrá la empresa con esta disminución y pueda prever medidas a tiempo para minimizar su impacto teniendo los siguientes resultados:

**Tabla 56**  
**Cálculo de la Nueva TIR**

FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION tasa menor 1%	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACION tasa mayor 2%	VALOR ACTUAL
(87.784,42)				
1.793,17	0,99010	\$ 1.775,41	0,98039	\$ 1.758,01
8.766,73	0,98030	\$ 8.593,99	0,96117	\$ 8.426,31
19.756,11	0,97059	\$ 19.175,09	0,94232	\$ 18.616,63
26.662,76	0,96098	\$ 25.622,39	0,92385	\$ 24.632,27
37.583,03	0,95147	\$ 35.758,97	0,90573	\$ 34.040,11
	Σ=	\$ 90.925,85	Σ=	\$ 87.473,32
	INVERSION=	(87.784,42)	INVERSION=	(87.784,42)
	VAN=	\$ 3.141,44	VAN=	(\$ 311,09)

Fuente: tabla 54

Se encuentra la nueva TIR:

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 1\% + (2 - 1) \left( \frac{3141.44}{3121.44 - (-311.09)} \right)$$

$$TIR = 1.92\%$$

La nueva TIR da un porcentaje de 1.92% lo que demuestra una disminución considerable de la utilidad que tendrá la empresa si el socio decide colocarla y con diferentes factores que se presenten en el mercado generando disminución en los ingresos y por ende su incidencia en el flujo de caja.

**TIR resultante**

$$TIR. R = TIR\ Original - Nueva\ TIR$$

$$TIR = 47.62 - 1.92$$

$$TIR = 45,70\%$$

Al comparar la TIR original con la nueva TIR se presenta una variación del 45.0% siendo una variación y no incidiría de tan manera en el accionista para la toma de decisiones y optar por el negocio.

#### **Porcentaje de variación de la TIR**

$$\%VTIR = \frac{TIR R}{TIR O} * 100$$

$$\%VTIR = \frac{45.70}{47.62} * 100$$

$$\%VTIR = 0.9596\%$$

Al comparar los resultados de la TIR se puede notar un 0,9595% de variación, demostrando que la disminución no incide con los resultados a obtenerse y sigue siendo mayor a la TMAR que requiere el accionista para proceder con la implementación de la heladería.

#### **Cálculo del valor de sensibilidad**

$$VS = \frac{\%VTIR}{NTIR}$$

$$\%VTIR = \frac{0.9596}{1.92}$$

$$\%VTIR = 0.49\%$$

La sensibilidad es de 0.49% siendo menor a 1 demostrando que el proyecto no es sensible ante una disminución de los ingresos del 65.60% por lo cual debe tener cuidado con los factores que se presenten en el mercado.

La evaluación financiera permitió aplicar los diferentes indicadores que ayudaron a determinar si el proyecto económica y financieramente es factible, por medio del VAN, TIR, RELACION BENEFICIO COSTO, PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL Y ANALISIS DE SENSABILIDAD, se pudo constatar que el proyecto es viable su aplicación y se debe proceder a ejecutarlo.

## **Discusión**

El emprendimiento es una cualidad de las personas, el mismo que permite desarrollar el sector socio – económico del país a poner en práctica una idea generando fuentes de trabajo e ingreso en los diferentes sectores, con los cuales se puede mejorar el nivel socio – económico del sector en el cual se va a implementar la nueva idea.

Es así que la idea del “Estudio de factibilidad para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja” surge de la falta de un negocio de estas características al proponer colocar en el mercado helados con sabores de bebidas típicas, no con la idea de vender alcohol, sino más bien, de dar a conocer las debidas tradicionales que existen en la localidad, es así que, para la recolección de información se estableció necesario la aplicación de una encuesta para identificar la necesidad en el mercado del nuevo local; en el estudio de mercado se presenta que la población si desea que se implemente este negocio, al igual que la ubicación sea en el centro de la ciudad, debido a que salen a realizar diferentes tramites en el centro entonces se hace más factible la visita al local.

En el estudio administrativo permite identificar los puestos / departamentos necesarios para desarrollar cada una de las actividades dentro de la microempresa y así brindar un servicio eficiente y al mismo tiempo otorgar un producto de calidad para satisfacer las necesidades, gustos y deseos de los consumidores y así obtener un mejor posicionamiento en el mercado; en el estudio legal se determinó los requisitos necesarios para la puesta en marcha así como las instituciones u organizaciones estatales en las cuales se obtendrá los respectivos permisos de funcionamiento y así evitar inconvenientes al momento de apertura el negocio.

También se pudo evidenciar el costo total de la inversión en activos fijos, diferidos y el capital de trabajo para cubrir los primeros gastos antes del ingreso, y en la evaluación financiera se puede conocer cómo será la recuperación del capital, la utilidad a tener, los pagos a realizarse y la sensibilidad ante los gastos e ingresos que se puede tener durante el tiempo de duración del proyecto.

## **Antítesis**

Al no realizar la implementación del presente negocio se estaría dejando un nicho de mercado para otros posibles inversionistas que estarían generando fuentes de ingresos y de utilidad para obtener el rendimiento de su inversión, y el dinero se quedaría estancado o despilfarrado en otras actividades poco o nada productivas.

Al colocarlo en una póliza de acumulación claro que se tendría seguro y se obtendría un interés anual pero nada mas que eso, al prestarlo a un familiar o amigo se tendría el riesgo a no recuperarlo todo, o de poco en poco, haciéndose un dinero de bolsillo lo cual se terminaría por gastarse en cosas cotidianas del diario vivir, o en alguna actividad artesanal que no pasaría de ahí y solo de ventas entre familiares, amigos y la sociedad en ciertas ocasiones.



## Conclusiones

- ✚ El estudio de mercado permitió conocer que existe demanda de los helados por la innovación que se dará en los sabores, siendo estas algunas bebidas típicas de la ciudad de Loja lo cual llama mucho la atención y aceptación de la sociedad demostrado en la pregunta n° 9 ¿Le gustaría que en la heladería se vendan helados con nombres y sabores de bebidas típicas de Loja?.
- ✚ El estudio técnico ayudo a determinar el lugar óptimo para la implementación siendo en el centro de la ciudad, esto gracias a la pregunta n° 11 ¿Dónde preferiría que este ubicada la heladería?, lugar que es apropiado gracias a la matriz de ubicación según demostrado en el mapa de localización.
- ✚ El estudio administrativo dejó realizar un nuevo organigrama estructural el cual aportara mayor eficiencia en el desarrollo de las operaciones, al permitir que todos los empleados formen parte de la empresa al aplicar un proceso de las jerarquías dentro del negocio.
- ✚ El estudio legal ayudo para la creación jurídica y legal de la empresa mediante el acta de constitución y obtención de los diferentes requerimientos pedidos de los Organismos de Control y así funcionar sin ningún inconveniente.
- ✚ El plan estratégico permitió conocer los pasos que son necesarios para la implementación de la empresa, considerando todos los factores que se presentan en el mercado y aprovechar los positivos y tratar de controlar los negativos siendo esto factible según se demuestra en la Matriz FODA.
- ✚ El estudio económico ayudo a conocer la inversión que se requiere para la implementación del negocio demostrada en la tabla n° 39, también se conoció los costos a incurrir que se encuentran en la tabla n° 41 y los ingresos en la tabla n°42

finalizando con la utilidad que tendrá durante los primeros 5 años de vida demostrado en la tabla n° 45.

- ✚ La evaluación financiera permitió determinar si el proyecto económica y financieramente es factible, obteniendo los siguientes resultados: VAN \$ 139.008-97, TIR 47.62%, RELACION BENEFICIO COSTO 1.44 veces, PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL 2 años, 3 meses y 28 días, el ANALISIS DE SENSIBILIDAD se ha presentado con un incremento de los costos del 72% y una disminución de los ingresos del 65.60%, pudiendo constatar la factibilidad del proyecto.

## Recomendaciones

- ✚ Aplicar una encuesta en el mercado para determinar si hay demanda insatisfecha o nicho de mercado para la oportuna implementación de un nuevo negocio.
- ✚ Identificar y conocer los diferentes Organismos de Control y Leyes con las cuales se va a trabajar para evitar inconvenientes como multas, sanciones o cierre del negocio.
- ✚ Para determinar la localidad del negocio se debe tener presente las vías de acceso y la adecuada precaución para evitar problemas e inconvenientes con los transeúntes y lo más importante de las personas que van a asistir a la heladería.
- ✚ Sería conveniente buscar socios para la implementación del negocio para reducir el préstamo que es necesario para su implementación y así reducir capital externo y el respectivo interés.

## **Bibliografía**

Apuntes Universitario. (2010)

Arboleda, Germán. (2013). Proyectos. identificación, formulación, evaluación y gerencia. Colombia. Alfaomega Colombiana S.A. 2° Edición

Coos Bu Raúl. (2005). Análisis e Inversión de Proyectos de Inversión. Editores Noriega.

Di Bartolo, Eduardo. (Diciembre 2005). Guía de Elaboración de Helados.

Facultad de Economía UNAM. Estudio Técnico. Recuperado el 14 de mayo de 2015 de

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Fernández, Saúl (2013). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. Costa Rica.

Editorial Tecnológica de Costa Rica. 2° edición.

Flores, Juan Antonio (2010). Proyecto de Inversión para las PYMES. México. Ecoe

Ediciones

García, Arturo. et. al. (2006). Proyectos de Inversión. Evaluación Integral.

Velacruz.

García, Santillan et al. (2006). Proyectos de Inversión: Evaluación integral; un enfoque

práctico.

Hernández, Abraham et al. (2005). Formulación y Evaluación de proyectos de

inversión. Editorial: Thomson.

Lawrence J. Gitman & Chad J. Zutter. (2012). Principios de Administración

Financiera. México. Editorial: Pearson. 12° edición.

Lawrence, Gitman. (1996). Administración Financiera. Mexico. Editorial Oxford. 3°

edición.

Licata, Marcela (1999 – 2015). El helado, un alimento nutritivo, que puede formar parte de

una dieta saludable. Recuperado el 16 de mayo de 2015 de

<http://www.zonadiet.com/comida/helado.htm>

Lloréns, Francisco y Fuentes, María. (2006). Gestión de la Calidad Empresarial. Madrid. Ediciones Pirámide.

Luisfer, San. (2008). Temas de Administración de Empresas Agropecuarias.

Recuperado el 14 de mayo de 2015 de

<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>

Mañas Alicia (2012). Helados y sorbetes. México.

Martínez Vela Silvano. (2000): Proyecto de Inversión de la empresa Rover, S.A., Tesis de Maestría en Finanzas. 1º Edición. Veracruz, México.

Martinez, Jessica. (2013). Estudio Administrativo y Legal. Recuperado el 15 de mayo de 2015 <http://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>

Meza, Jhonny. (2011). Evaluación Financiera de Proyectos. 10 casos prácticos resueltos con Excel. Bogotá. Ecoe Ediciones. 3º edición.

Pimentel, Edmundo. (2008). Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión.

Recuperado el 26 de marzo de 2015 de

[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/108002/Libro\\_de\\_Proyectos\\_Edmundo\\_Pimentel\\_1\\_.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/108002/Libro_de_Proyectos_Edmundo_Pimentel_1_.pdf)

Ramirez, E & Cajigas M. (2004) Proyectos de Inversión Competitivos:

Formulación y Evaluación de Proyectos de Impresora FERIVA S.A

Recuperado el: 25 de marzo de 2015 de

[http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/elaboracion/Elaboracion\\_Helados.pdf](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/elaboracion/Elaboracion_Helados.pdf)

Robles R. Carlos. (2012). Fundamentos de Administración Financiera. Mexico. Editoria: Red Tercer Milenio.

Sapag, Nassir. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*.

Naucalpan de Juárez. Pearson Educación.

Saporiti, Sani (2012). *Historia del Helado*. Recuperado el 16 de mayo de 2015 de

<http://www.sanisapori.es/Historia%20del%20helado.html>

Simple Organization. (2012 – 2015). *Tipos de Manuales*. Recuperado el 15 de mayo de

2015 de <http://www.tiposde.org/cotidianos/568-tipos-de-manuales/>

Turró, Jaime (2014). *30 Helados Imprescindibles*. España – Barcelona.

Van Horne James & Wachowicz John Jr. (2010). *Fundamentos de Administración*

Financiera. México. Editorial: Pearson. 12º edición.

Vicente, Antonio & Cenzano Inmaculada. (2003). *Helados: elaboración, análisis y control*

de calidad. España. 4º edición.

## **Anexos**

### **a. Formato de la encuesta**



Estimado ciudadano, con el fin de conocer las oportunidades e información del mercado para creación de una heladería en la ciudad de Loja, solicitamos su colaboración respondiendo las preguntas.

#### **1. Género**

Femenino ( )                      Masculino ( )

#### **2. Edad**

De 5 a 10 años ( )                      De 11 a 20 ( )

De 21 a 30 ( )                      De 31 en adelante ( )

#### **3. ¿Usted consume helado?**

Si ( )                      No ( )

#### **4. ¿Cada que tiempo lo consume?**

Diario ( )                      Semanal ( )                      Quincenal ( )                      Mensual ( )

#### **5. ¿Qué sabor prefiere?**

Vainilla ( )                      Chocolate ( )                      Ron Pasas ( )

Coco ( )                      Chicle ( )                      Fresa ( )

#### **6. ¿Dónde lo compra?**

Tienda ( )                      Micro mercados ( )                      Ambulantes ( )                      Heladería ( )

#### **7. ¿Cuál es la presentación del helado de su preferencia?**

Copa ( )                      Vaso ( )                      Cono ( )                      Paleta ( )                      Tulipán ( )

**8. ¿Si se implementaría una heladería vanguardista (moderna en los sabores de los helados) asistiría?**

Si ( )

No ( )

**9. ¿Le gustaría que en la heladería se vendan helados con nombres y sabores de bebidas típicas de Loja?**

Si ( )

No ( )

**10. ¿Cuál de los siguientes sabores Usted desearía probar?**

Punta canela ( )

Amaretto ( )

Café ( )

Ron Pasas ( )

Leche de tigre ( )

Coñac ( )

Cerveza ( )

**11. ¿Dónde preferiría que este ubicada la heladería?**

Centro ( )

Sur ( )

Norte ( )

**12. ¿Por cuales medios de comunicación le gustaría conocer del lugar?**

Radio ( )

Prensa Escrita ( )

Televisión ( )

Redes Sociales ( )

Hojas Volantes ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**b. Tabla de amortización Mensual**

<b>Nro.</b>	<b>Saldo Capital</b>	<b>Pago Capital</b>	<b>Pago Interés</b>	<b>Dividendo</b>
<b>0</b>	61449,09			
<b>1</b>	61360,88	88,22	477,77	565,98
<b>2</b>	61271,97	88,90	477,08	565,98
<b>3</b>	61182,38	89,59	476,39	565,98
<b>4</b>	61092,09	90,29	475,69	565,98
<b>5</b>	61001,10	90,99	474,99	565,98
<b>6</b>	60909,40	91,70	474,28	565,98
<b>7</b>	60816,99	92,41	473,57	565,98
<b>8</b>	60723,86	93,13	472,85	565,98
<b>9</b>	60630,01	93,85	472,13	565,98
<b>10</b>	60535,43	94,58	471,40	565,98
<b>11</b>	60440,11	95,32	470,66	565,98
<b>12</b>	60344,05	96,06	469,92	565,98
<b>13</b>	60247,24	96,81	469,17	565,98
<b>14</b>	60149,68	97,56	468,42	565,98
<b>15</b>	60051,36	98,32	467,66	565,98
<b>16</b>	59952,28	99,08	466,90	565,98
<b>17</b>	59852,43	99,85	466,13	565,98
<b>18</b>	59751,80	100,63	465,35	565,98
<b>19</b>	59650,39	101,41	464,57	565,98
<b>20</b>	59548,19	102,20	463,78	565,98
<b>21</b>	59445,19	102,99	462,99	565,98
<b>22</b>	59341,40	103,80	462,19	565,98
<b>23</b>	59236,79	104,60	461,38	565,98
<b>24</b>	59131,38	105,42	460,57	565,98
<b>25</b>	59025,14	106,24	459,75	565,98
<b>26</b>	58918,08	107,06	458,92	565,98
<b>27</b>	58810,19	107,89	458,09	565,98
<b>28</b>	58701,46	108,73	457,25	565,98
<b>29</b>	58591,88	109,58	456,40	565,98
<b>30</b>	58481,45	110,43	455,55	565,98
<b>31</b>	58370,16	111,29	454,69	565,98
<b>32</b>	58258,01	112,15	453,83	565,98
<b>33</b>	58144,98	113,03	452,96	565,98
<b>34</b>	58031,07	113,90	452,08	565,98
<b>35</b>	57916,28	114,79	451,19	565,98
<b>36</b>	57800,60	115,68	450,30	565,98
<b>37</b>	57684,02	116,58	449,40	565,98
<b>38</b>	57566,53	117,49	448,49	565,98
<b>39</b>	57448,13	118,40	447,58	565,98
<b>40</b>	57328,81	119,32	446,66	565,98
<b>41</b>	57208,56	120,25	445,73	565,98

42	57087,37	121,19	444,80	565,98
43	56965,24	122,13	443,85	565,98
44	56842,17	123,08	442,90	565,98
45	56718,13	124,03	441,95	565,98
46	56593,13	125,00	440,98	565,98
47	56467,16	125,97	440,01	565,98
48	56340,21	126,95	439,03	565,98
49	56212,28	127,94	438,05	565,98
50	56083,35	128,93	437,05	565,98
51	55953,41	129,93	436,05	565,98
52	55822,47	130,94	435,04	565,98
53	55690,51	131,96	434,02	565,98
54	55557,52	132,99	432,99	565,98
55	55423,50	134,02	431,96	565,98
56	55288,43	135,06	430,92	565,98
57	55152,32	136,11	429,87	565,98
58	55015,14	137,17	428,81	565,98
59	54876,91	138,24	427,74	565,98
60	54737,59	139,31	426,67	565,98
61	54597,19	140,40	425,58	565,98
62	54455,71	141,49	424,49	565,98
63	54313,12	142,59	423,39	565,98
64	54169,42	143,70	422,28	565,98
65	54024,61	144,81	421,17	565,98
66	53878,66	145,94	420,04	565,98
67	53731,59	147,08	418,91	565,98
68	53583,37	148,22	417,76	565,98
69	53434,00	149,37	416,61	565,98
70	53283,47	150,53	415,45	565,98
71	53131,76	151,70	414,28	565,98
72	52978,88	152,88	413,10	565,98
73	52824,81	154,07	411,91	565,98
74	52669,54	155,27	410,71	565,98
75	52513,07	156,48	409,51	565,98
76	52355,37	157,69	408,29	565,98
77	52196,45	158,92	407,06	565,98
78	52036,30	160,15	405,83	565,98
79	51874,90	161,40	404,58	565,98
80	51712,25	162,65	403,33	565,98
81	51548,33	163,92	402,06	565,98
82	51383,13	165,19	400,79	565,98
83	51216,66	166,48	399,50	565,98
84	51048,88	167,77	398,21	565,98
85	50879,81	169,08	396,91	565,98

<b>86</b>	50709,41	170,39	395,59	565,98
<b>87</b>	50537,70	171,72	394,27	565,98
<b>88</b>	50364,65	173,05	392,93	565,98
<b>89</b>	50190,25	174,40	391,59	565,98
<b>90</b>	50014,50	175,75	390,23	565,98
<b>91</b>	49837,38	177,12	388,86	565,98
<b>92</b>	49658,88	178,50	387,49	565,98
<b>93</b>	49479,00	179,88	386,10	565,98
<b>94</b>	49297,72	181,28	384,70	565,98
<b>95</b>	49115,02	182,69	383,29	565,98
<b>96</b>	48930,91	184,11	381,87	565,98

**c. Tabla de amortización anual**

<b>Nro.</b>	<b>Saldo Capital</b>	<b>Pago Capital</b>	<b>Pago Interés</b>	<b>Dividendo</b>
<b>0</b>	61449,09			
<b>1</b>	60291,73	1157,36	5733,20	6890,56
<b>2</b>	59026,40	1265,34	5625,22	6890,56
<b>3</b>	57643,00	1383,39	5507,16	6890,56
<b>4</b>	56130,54	1512,47	5378,09	6890,56
<b>5</b>	54476,96	1653,58	5236,98	6890,56
<b>6</b>	52669,10	1807,86	5082,70	6890,56
<b>7</b>	50692,57	1976,53	4914,03	6890,56
<b>8</b>	48531,63	2160,94	4729,62	6890,56

**d. Minuta de Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada  
“DELICIAS DEL ALMALOJANA”:**

**Señor Notario:**

En el Registro de Escrituras a su cargo, sírvase incorporar la constitución de una compañía de responsabilidad limitada al contenido de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** Compareciente: Comparece a otorgar esta escritura a nombre de: **Elizabeth del Cisne Juárez Chapa**, de nacionalidad ecuatoriana, quien, por sus propios derechos, acuerda constituir una compañía de responsabilidad limitada que se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías y de los presentes Estatutos;

**SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:**

**Art. 1.- Denominación.** - La Compañía que se constituye mediante este contrato se denominara: “**DELICIAS DEL ALMA LOJANA. Cía. Ltda.**”

**Art. 2.- Objeto.** - La empresa tendrá como objeto social en la producción y comercialización de helados con sabores a bebidas tradicionales de la ciudad de Loja.

**Art. 3.- Domicilio.** - El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, pudiendo establecer agencias o sucursales en cualquier lugar del país, previo acuerdo de la Junta General de Accionistas.

**Art. 4.- Plazo.** - El plazo de constitución es de cinco (5) años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo ser ampliado o restringido según consta en la Ley de Compañías y los Estatutos Internos de la Compañía.

**Art. 5.- Capital.** – El capital social de la compañía es de USD. 87.784,42 centavos, que estarán representados en acciones de unidad, con carácter no negociable; siendo íntegramente suscritas y pagadas conforme se tiene la cuenta de integración de capital en el Banco del Pacífico cuyo certificado se archivara según lo dispuesto en la Ley de Compañía;

**Art. 6.- Plazo para la integración del capital.** – se aportará con el capital en efectivo de parte de los socios en un año máximo

**Art. 7.- De la Junta General.** – Es el organismo supremo de control de la compañía, siendo integrada por los socios.

**Art. 8.- Sesiones.** – Las sesiones son ordinarias o extraordinarias, reuniéndose en el domicilio principal de la compañía con el quorum establecido requerido para el inicio de la misma para tratar puntos previamente establecidos en la convocatoria; la sesión ordinaria será por lo menos una vez al año después de los 3 meses de haber finalizado el ejercicio económico; y la junta extraordinaria cuando se considera pertinente por algún asunto urgente a tratar;

**Art. 9.- Convocatoria.** – Sera realizada por el Gerente o Presidente por medio de la prensa en un periódico de mayor circulación en el domicilio principal con ocho días de anticipación; y posterior mediante un comunicado escrito personal a cada socio con por lo menos 48 horas antes del día establecido. En relación al quórum y las decisiones se regirá según lo establecido en la Ley de Compañía.

**Art. 10.- Reemplazo de funcionarios.** – los funcionarios elegidos podrán desempeñar sus cargos hasta ser reemplazados legalmente o cuando su plazo haya vencido, exceptuando el caso de destitución;

**Art. 11.- Disolución de la Compañía.** – se dará a la disolución según las causas determinadas en la Ley, y para la liquidación se actuará como liquidador el Gerente con las atribuciones de la Ley;

**Art. 12.- Fondo de Reserva.** – Formara un fondo de reserva por lo menos igual al 20% del capital social, destinando cada año por lo menos el 5% de la utilidad líquida;

**Art. 13.- Aumento de capital.** – en caso de darse un incremento los socios tendrán preferencia para suscribir su participación o en caso de transferirla si es decisión de los mismo;

**Art. 14.- Fiscalización.** - La Junta General de Socios designara un Fiscalizador anualmente con derecho ilimitado para la inspección y vigilancia de todas las operaciones de la compañía;

**Art. 15.- Representación de la Compañía.** - Conforme lo establecido en los Estatutos, el representante legal de la compañía es el Gerente, quien manifiesta aceptar toda la responsabilidad del accionar de la compañía y tiene la facultad para obtener la aprobación lega y la respectiva inscripción de la compañía.

**Firma:** Abogado

### e. Requerimientos del Proyecto



Tabla 57




*Maquinaria*

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
<b>Máquina de helados de crema; Soft BQ 018; de mesa</b>	Máquina de helados de crema (soft) de mesa, maquina compacta y pequeña.	
<b>Granizadora tres tanques</b>	Realiza granizado de tres sabores en el menor tiempo	
<b>Máquina de Café Automática</b>	Ideal para preparar todo tipo de café: filtrado, capuchino, macacino, expreso, entre otros.	





Tabla 58



*Equipo Basico*

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
<b>Batidor del Milk Shake mod. DMC.20</b>	Cubierto de zinc fundido, permite obtener un excelente consistencia del milk shake	
<b>Cremera mod. Kream 2.5 aire</b>	Elaborar crema consistencia y resistente sin desperdiciar nada de materia prima	




<b>Derretidor de chocolate mod. 81000</b>	Mantiene en su punto al chocolate derretido ideal para acompañarlo con su helado o fresas	
<b>Vitrina para helado Tecnica G12</b>	Permite mostrar la variedad de helados que se tiene para ofertar	
<b>Refrigerador – Congelador</b>	De acero inoxidable, acorde para preservar todo tipo de alimentos e ideal para helados	

**Tabla 59**  
**Equipo Auxiliar**




<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
<b>Copa de helado OCEAN</b>	Ideal para la presentación de los helados para que se degustado en la heladería	
<b>Copa Malteada</b>	Perfecta para la presentación de Milk Shake, Granizados, justo a la medida y con elegancia.	
<b>Jarro Galerie</b>	Para consumo y presentación de los tradicionales capuchinos y mocachinos	
<b>Fuente Banana Split Quadro</b>	La mejor presentación de la banana Split con los diferentes combinaciones y decoración	

<b>Tasa con Plato</b>	Perfecta presentación combinando la elegancia y lo clásico para el tradicional café.	
<b>Proporcionadores de helado</b>	Ideal para dar la forma encada bolita de helado	

**Tabla 60**  
**Muebles y Enseres**

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
<b>Mesas</b>	Útiles para el consumo de los productos	
<b>Sillas</b>	Necesarias para la prestación del servicio	
<b>Silla ejecutiva</b>	Para la cajera o administradora	


**Tabla 61**  
**Materia Prima**

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
<b>Leche</b>	Ingrediente indispensable para realizar la base del helado	
<b>Crema de leche</b>	Ingrediente indispensable para realizar la base del helado	
<b>Azúcar</b>	Ingrediente indispensable para realizar la base del helado	






<b>Extracto de vainilla</b>	Ingrediente indispensable para realizar la base del helado	
<b>Vodka</b>	Colocar en pequeñas onzas para dar el gusto de los nuevos helados	
<b>Punta</b>	Para la realización de los nuevos sabores de helados a ser ofertados	
<b>Café</b>	Delicioso ingrediente y tradicional sobre los nuevos sabores	
<b>Cerveza</b>	Para dar sabor al nuevo helado a presentar	

**Tabla 62**  
**Equipo de Oficina**



<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
<b>Teléfono – Fax</b>	Para realizar los diferentes reservaciones y contactos	

**Tabla 63**  
**Equipo de Computación**

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
<b>Computadora</b>	Para el registro de la operación e llevar el inventario al día	

<b>Impresora</b>	Para la entrega de proformas	
<b>Máquina Registradora</b>	Para el detalle de la venta de los productos.	

**Tabla 64**  
*Equipo de Sonido*

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
<b>Televisión pantalla plana</b>	Para la presentación de películas para los clientes	
<b>Parlantes</b>	Para hacer escuchar música relajada y alegre para el ánimo de los clientes	

**Tabla 65**  
*Mano de Obra*

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Pastelero</b>	Persona encargada de la elaboración de las diferentes tortas y texturas	1
<b>Operarios</b>	Responsables de la prestación del servicio y elaboración de los helados	2
<b>Gerente – Cajero</b>	Dueño del negocio	1



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Juárez Chapa Elizabeth del Cisne, con C.C: # 1104834633 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad empresarial para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja**, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 09 de julio de 2019

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Juárez Chapa Elizabeth del Cisne

C.C: 1104834633

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Estudio de factibilidad empresarial para la implementación de una heladería vanguardista en la ciudad de Loja.	
<b>AUTOR(ES)(apellidos/nombres):</b>	Juárez Chapa, Elizabeth del Cisne	
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)(apellidos/nombres):</b>	Eco. Castillo Nazareno Uriel, Phd, Ing. Alcívar Avilés María Josefina, Mgs Eco. Chávez García Jack, Mgs	
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado	
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial	
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magister en Finanzas y Economía Empresarial	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	09 de Julio del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b> 105
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Emprendimiento, localización, indicadores financieros de inversión.	
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Factibilidad, sector económico, sector financiero, inversión, viabilidad, proyecto, emprendimiento.	
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El presente proyecto de investigación se realizó con la finalidad de determinar la viabilidad de implementar una heladería, la cual ofertaría helados con sabor a bebidas tradicionales en la ciudad de Loja, siendo este un referente muy importante, porque permite diferenciarse del resto de heladerías que existen en la localidad dándole por consiguiente una fuerte ventaja competitiva en el mercado, ya que capta la atención de grandes y niños con los nuevos sabores, y logra atraer la atención al turismo; con ello se obtiene estabilidad en el sector económico – financiero al dar fuentes de trabajo y generar ingresos para las familias; así mismo, disminuye la Población Económicamente Inactiva (PEI).</p> <p>La heladería se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Loja, en la Avenida Maximiliano Rodríguez y Azuay esquina, ella presta las condiciones adecuadas de acceso, ya sea en vehículo particular, público o caminando; por otro lado en la misma calle de la heladería se encuentra la parada principal de los buses, esto permitirá tener la atención de más clientes potenciales incrementando las ventas de la misma; se prestara un servicio de 08:00 am hasta las 22:00 pm con horario ininterrumpido par así brindar calidad y satisfacción a través del servicio y producto que se oferta, cumpliendo una de las metas planteadas, la de abastecer la demanda insatisfecha, objeto de estudio; por lo tanto, el presente trabajo es importante debido a que permite determinar las inversiones a realizar para la puesta en marcha y por otro lado detectar la rentabilidad.</p>	
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI	NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593958821497	E-mail: elys_88@yahoo.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Chávez Jack	
	<b>Teléfono:</b> +593-3804600 ext 5065	
	<b>E-mail:</b> jack.chavezg@yahoo.com	