



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
EXTENSIÓN LA MANÁ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ,
AÑO 2023.”**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES

Ayala Chusin Selene Gissela
Bonilla Logro Jorge Flavio

TUTORA:

MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth

LA MANÁ – ECUADOR

FEBRERO - 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros Ayala Chusin Selene Gissela y Bonilla Logro Jorge Flavio declaro ser autor del proyecto de investigación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2023.”, siendo la MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth, Tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, declaro que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son mi exclusiva responsabilidad.



Ayala Chusin Selene Gissela

1250571526



Bonilla Logro Jorge Flavio

0504589078

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutora del Trabajo de Investigación sobre el título:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2023.”, de Ayala Chusin Selene Gissela y Bonilla Logro Jorge Flavio, de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresa, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico – técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del tribunal de validación de Proyecto que el Honorable consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, febrero del 2023



MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth

C.I: 0503124463

TUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, del presente trabajo investigativo, de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná; por cuanto, el o los postulantes: Ayala Chusin Selene Gissela y Bonilla Logro Jorge Flavio con el título de proyecto de Investigación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2023.”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, febrero del 2023

Para constancia firman:

Mg.Sc Albarrasin Reinosa Marilyn Vanessa

CC: 1719715375

LECTOR 1 (PRESIDENTA)

MBA. Cabrera Toscano Eduardo Fabricio

CC: 1712317175

LECTOR 2 (MIEMBRO)

Mgtr. Franco Coello Mauricio Rubén

CC: 0501805444

LECTOR 3 (SECRETARIO)

AGRADECIMIENTO

Hago constar mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a los docentes que compartieron sus conocimientos en el transcurso de la etapa académica.

Agradezco a Dios por la sabiduría e inteligencia que me ha dado, a mis padres por su apoyo y fortaleza moral, a la Universidad Técnica de Cotopaxi por impartirnos fuentes de sabiduría y enseñanza, a mis docentes, todos, infinitas gracias por todo.

Selene y Jorge

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo es dedicado a mi familia que siempre estuvo pendiente de mis avances académicos y nunca se despreocupó de mí.

Dedico mi proyecto a Dios, quien se ha convertido en mi fuerza para continuar en los momentos difíciles de mi vida, a mis queridos padres que han velado por mi bienestar y educación gracias a todos que de alguna manera me han ayudado en mi trayectoria académica por confiar en mi inteligencia y capacidad.

Selene y Jorge



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

EXTENSIÓN LA MANÁ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TÍTULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2023”

AUTORES:

Ayala Chusin Selene Gissela

Bonilla Logro Jorge Flavio

RESUMEN

La presente investigación titulada como: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná, año 2023, se realizó con el fin de conocer la viabilidad de la producción de productos fríos como son los helados. Para cumplir con el propósito planteado acorde a los objetivos fue necesario realizar la investigación: formativa, bibliográfica, descriptiva y de campo que permitió alcanzar información teórica y bibliográfica de diversos autores; así mismo la investigación descriptiva y de campo fue esencial para diagnosticar la oferta, la demanda de los helados mediante la aplicación de las encuestas dirigido a los propietarios y encuestas dirigidas a los consumidores del cantón. A través del estudio de mercado se pudo establecer que existió una demanda de 16.853 y una oferta de 9.120, dando una demanda insatisfecha de 5.854 productos, además en el estudio técnico se describió el croquis de la ubicación, disponibilidad de recursos, proceso de producción, la distribución de la infraestructura, los requerimientos del proyecto, la organización y el marco legal indispensable para el funcionamiento de la empresa. En el estudio económico financiero se pudo conocer que la inversión total requerida fue de \$15.387.38 los cuales fueron financiados en un 15% a través de capital propio y el 85% restante a través de un crédito bancario en Cacpeco. Un punto de equilibrio general de \$0.48, el VAN para esta microempresa de Helados reflejo un \$ 58,074.46 un TIR del 52%, valores que demostraron la viabilidad de la presente propuesta.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, microempresa, helado.



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

THE MANA EXTENSIÓN

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

TITLE: “FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF AN ICE CREAM MICRO-ENTERPRISE IN THE CANTON OF LA MANÁ, YEAR 2023.”

AUTORS:

Ayala Chusin Selene Gissela

Bonilla Logro Jorge Flavio

ABSTRACT

The current research entitled as: Feasibility study for the creation of an ice cream micro company in La Maná canton, year 2023 was carried out in order to know the feasibility of the production and marketing of cold products such as ice cream. To fulfill the planned purpose according to the objectives, it was necessary to do research: formative, bibliographic, descriptive, and field research which allowed reaching theoretical and bibliographic information from various authors. Likewise, the descriptive and field research were essential to diagnose the supply and demand of ice cream through the application of surveys directed to the owners and consumers of the canton. Through the market study it was possible to establish that there was a demand of 16,853 and a supply of 9,120, so giving an unsatisfied demand of 5,854 units. In addition, the technical study described the sketch of the location, availability of resources, production process, distribution of infrastructure, project requirements, organization, and the legal framework that was necessary for the operation of the company. The economic and financial study showed that the total required investment was \$15,387.38; 15% was financed by own equity and the remaining 85%, with a bank loan from CACPECO. A general break-even point of \$0.48, the NPV for this ice cream micro company showed a \$ 58,074.46 and an IRR of 52%, values that demonstrated the viability of this proposal.

Keywords: Feasibility study, micro company, ice cream.

INDICE CONTENIDO

N.º	Pág.
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. BENEFICIARIOS	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5.1. Delimitación del objetivo de investigación	6
5.2. Formulación del problema:.....	6
6. OBJETIVOS	7
6.1. Objetivo General.....	7
6.2. Objetivo Específicos.....	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	9
8.1. Antecedentes Investigativos	9
8.2. Categorías Fundamentales	11
8.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
8.3.1. Estudio de factibilidad	11

8.3.1.1.	Importancia del estudio de factibilidad.....	12
8.3.1.2.	Componentes del estudio de factibilidad de un proyecto	12
8.3.2.	Estudio de mercado.....	13
8.3.2.1.	Objetivos y generalidades del estudio de mercado.....	13
8.3.2.2.	Producto.....	14
8.3.2.3.	Oferta	14
8.3.2.4.	Tipos de oferta	15
8.3.2.4.1.	Oferta Competitiva	15
8.3.2.4.2.	Oferta Oligopólica	15
8.3.2.4.3.	Oferta Monopólica.....	15
8.3.2.5.	Proyección de la oferta	15
8.3.2.6.	Demanda	16
8.3.2.7.	Demanda insatisfecha	16
8.3.2.8.	Precio	17
8.3.2.9.	Análisis de precio	17
8.3.2.10.	Comercialización	17
8.3.2.11.	Canales de comercialización.....	18
8.3.2.12.	Tipos de canales de comercialización.....	19
8.3.2.12.1.	Canal directo	19
8.3.2.12.2.	Canal indirecto.....	19
8.3.3.	Estudio Técnico	20
8.3.3.1.	En qué consiste el estudio técnico	20
8.3.3.2.	Objetivos.....	21
8.3.3.3.	Tamaño del proyecto	21
8.3.3.4.	Localización del proyecto.....	22
8.3.3.5.	Macro localización.....	22
8.3.3.6.	Micro Localización.....	23

8.3.3.7.	Ingeniería del proyecto:	23
8.3.3.8.	Estudio Legal	23
8.3.3.9.	Objetivos.....	24
8.3.3.10.	Trámites Legales de una empresa.....	24
8.3.3.11.	Constitución Legal para poner en marcha un negocio.....	25
8.3.3.12.	Requisitos para el Registro Único del Contribuyente (RUC).....	25
8.3.4.	Estudio Económico.....	26
8.3.4.1.	Objetivos del estudio económico.....	26
8.3.4.2.	Inversión	27
8.3.4.3.	Inversión Inicial	27
8.3.4.4.	Depreciación	27
8.3.4.5.	Financiamiento	28
8.3.4.6.	Tabla de amortización.....	28
8.3.4.7.	Materia prima.....	29
8.3.4.8.	Mano de obra	29
8.3.4.9.	Costo de producción	30
8.3.4.10.	Costos fijos	30
8.3.4.11.	Costos variables	31
8.3.4.12.	Costos totales	31
8.3.4.13.	Costos variables unitarios	32
8.3.4.14.	Estado de Resultado.....	32
8.3.4.15.	Punto de equilibrio.....	33
8.3.5.	Estudio financiero	33
8.3.5.1.	VAN.....	33
8.3.5.2.	TIR.....	34
9.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS	35
10.	METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36

10.1.	Tipos de investigación	36
10.1.1.	Investigación formativa	36
10.1.2.	Investigación Descriptiva	36
10.1.3.	Investigación Bibliográfica.....	36
10.2.	MÉTODOS	37
10.2.1.	Método Deductivo	37
10.2.2.	Método Analítico	37
10.3.	Técnicas e Instrumentos de Evaluación.....	37
10.3.1.	Observación	37
10.3.2.	Encuesta.....	38
10.4.	Instrumentos de recolección de datos	38
10.5.	Población y Muestra	38
10.5.1.	Población de los comerciantes o vendedores de helados del cantón La Maná.....	38
10.5.2.	Población de los consumidores de helados o clientes.....	39
10.5.3.	Tamaño de la muestra de los consumidores o clientes	39
10.5.3.1.	Tamaño de la muestra de los comerciantes o vendedores	40
10.5.3.2.	Tratamiento de la información, procesamiento y análisis.....	40
11.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	41
11.1.	Resultados de la encuesta dirigida a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná	41
11.2.	Resultados de la encuesta dirigida a los Consumidores de Helados del cantón La Maná.	53
11.3.	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	62
11.3.1.	Conclusiones.....	62
11.3.2.	Recomendaciones	62
11.4.	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná, año 2023.”	63
11.4.1.	Estudio de mercado.....	63

11.4.2.	Objetivo general	63
11.4.3.	Objetivos específicos	63
11.4.4.	Oferta actual.....	63
11.4.5.	Oferta proyectada.....	64
11.4.6.	Demanda Actual	64
11.4.7.	Demanda insatisfecha	65
11.4.8.	Análisis de precios de los helados en el Cantón La Maná.....	66
11.5.	Estudio técnico para la creación de una microempresa de productora de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná.	67
11.5.1.	Objetivo General	67
11.5.2.	Objetivos Específicos.....	67
11.5.3.	Tamaño del proyecto.....	67
11.5.4.	Ubicación y disponibilidad del recurso.....	68
11.5.5.	Croquis de la microempresa.....	68
11.5.6.	Disponibilidad de recursos.....	69
11.6.	Estudio económico y financiero	75
11.6.1.	Objetivo General	76
11.6.2.	Objetivos específicos	76
11.6.3.	Inversión Inicial	76
11.6.4.	Activos fijos	76
11.6.5.	Gastos.....	78
11.7.	Estudio financiero	85
11.7.1.	Objetivo General	85
11.7.2.	Objetivos Específicos	85
11.7.3.	Estado de situación inicial.....	86
11.7.4.	Flujo de caja	87
11.7.5.	Valor actual neto VAN.....	87

11.7.6.	Tasa Interna de Retorno	88
11.7.7.	Relación Costo Beneficio.....	88
12.	IMPACTOS	90
12.1.	Impacto Social	90
12.2.	Impacto Económico	90
13.	PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO:	91
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
14.1.	Conclusiones.....	92
14.2.	Recomendaciones	93
15.	Bibliografía	94
16.	ANEXOS	98

INDICE DE TABLAS

N.º	Pag
1. Beneficiarios directos e indirectos.....	4
2. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados	8
3. Población de los Comerciantes de Helados del cantón La Maná	38
4. Lugar comercialización	41
5. Tiempo tiene comercializando helados	42
6. Cantidad de helado que vende	43
7. Precio de compra y precio de venta según el tipo de los helados.....	45
8. Los principales consumidores de helados	46
9. Proveedores de su negocio de helado	47
10. Presentación de helados que ofrece para la venta.....	48
11. Publicidad utiliza para promocionar.....	49
12. Tiene personal capacitado	50
13. En qué área están capacitados	51
14. El establecimiento que funciona su negocio es:	52
15. Preferencia de los consumidores	53
16. Frecuencia de Consumo de helados	54
17. Cantidad de consumo de helados	55
18. Precio que paga actualmente por el producto.....	56
19. Precio que le gustaría pagar por el producto	57
20. Lugar en que prefiere comprar el producto	58
21. Factor decisivo de compra.....	59
22. Presentación del producto.....	60
23. Implementación de microempresa de helados de frutas tropicales	61
24. Oferta actual	63
25. Oferta proyectada	64
26. Demanda actual	64
27. Demanda proyectada	65
28. Demanda Insatisfecha.....	65
29. Análisis de precio	66
30. Tamaño del proyecto	67
31. Mano de obra necesaria para la comercialización de helados	69

32. Presupuesto para la adquisición de activos fijos	70
33. Proceso de producción.....	72
34. Flujograma de proceso.....	73
35. Equipo de cocina	76
36. Muebles y enseres.....	77
37. Equipo de computo	77
38. Depreciación	77
39. Tramites de constitución.....	78
40. Mano de obra	78
41. Publicidad.....	79
42. Servicio básico.....	79
43. Insumo de limpieza.....	79
44. Capital de trabajo.....	80
45. Financiamiento	80
46 Helado de papaya.....	82
47. Helado de guayaba.....	82
48. Helado de naranja	82
49. Helado de guanábana.....	82
50. Tabla precio unitario helados	83
51. Costos directos e indirectos	83
52. Ventas	84
53. Determinar el volumen de ventas	84
54. Determinación del volumen de ventas.....	84
55. Punto de equilibrio	85
56. Estado de situación inicial	86
57. Flujo de caja	87
58. Valor actual neto VAN.....	88
59. Tasa interna de retorno	88
60. Relación costo beneficio.....	88
61. Presupuesto.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

N.º	Pag
1: Categorías Fundamentales.....	11
2. Lugar comercialización	41
3. Tiempo tiene comercializando helados	42
4. Cantidad de helado que vende	43
5. Precio de compra y precio de venta según el tipo de los helados.....	45
6. Los principales consumidores de helados	46
7. Proveedores de su negocio de helado	47
8. Presentación de helados que ofrece para la venta.....	48
9. Publicidad utiliza para promocionar.....	49
10. Tiene personal capacitado	50
11. En qué área están capacitados	51
12. El establecimiento que funciona su negocio es:	52
13. Preferencia de los consumidores	53
14. Frecuencia de Consumo de helados	54
15. Cantidad de consumo de helados	55
16. Precio que paga actualmente por el producto.....	56
17. Precio que le gustaría pagar por el producto	57
18. Lugar en que prefiere comprar el producto	58
19. Factor decisivo de compra.....	59
20. Presentación del producto.....	60
21. Implementación de microempresa de helados de frutas tropicales	61
22: Localización	68
23: Ubicación.....	68
24. Organigrama	70
25. Organigrama Funcional	71
26. Heladería Tropicana	74

INDICE DE ANEXO

N.º	Pag
1. Datos informativos de la tutora del proyecto.....	98
2. Datos informativos del investigador.....	99
3. Datos informativos del investigador.....	100
4. Formato de encuesta dirigido a comerciantes de helados	101
5. Formato de encuestas a consumidores de helados	105
6. Diagrama causa - efecto	107
7. Validación por expertos (1) de cuestionario para encuesta a comerciantes y clientes	108
8. Validación por expertos (2) de cuestionario para encuesta a comerciantes y clientes	110
9. Validación por expertos (3) de cuestionario para encuesta a comerciantes y clientes	112
10. Proyección de la población de La Maná.....	114
11. Evidencias fotografías	115
12. Reporte Ouriginal Urkund.....	116
13. Aval de traducción idioma ingles	117

1. INFORME GENERAL

Título del Proyecto

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná.

Fecha de inicio:	Octubre del 2022
Fecha de finalización:	Febrero del 2023
Lugar de ejecución:	cantón La Maná- provincia de Cotopaxi
Facultad de auspicia:	Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera que auspicia	Licenciatura en administración de empresas
Proyecto de investigación vinculado:	El proyecto en ejecución está vinculado “Para el fortalecimiento de las pymes del cantón La Maná”
Equipo de trabajo:	Ayala Chusin Selene Gissela, Bonilla Logro Jorge Flavio
Tutora:	MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth
Investigadores:	Ayala Chusin Selene Gissela Bonilla Logro Jorge Flavio
Área de conocimiento:	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho
Línea de investigación:	Administración y Economía para el desarrollo Humano y Social.
Sub líneas de investigación de la Carrera:	Estrategias administrativas, productividad y emprendimiento.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La Maná es un cantón que cuenta con un mercado altamente comercial razón por la cual se ha convertido en una plaza rentable para la ejecución de nuevos proyectos de emprendimiento o de innovación, el presente proyecto de investigación se enmarca en efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná, año 2023.

Teniendo en consideración que esta práctica toma mayor fuerza y se convierte en un ejercicio constante para quienes buscan métodos para fortalecer su economía, por tal motivo se plantea la elaboración de helados con frutas tropicales que se dan en este sector, destacando su sabor, así como una presentación del producto atractiva hacia el consumidor, identificándose por su logo y color de empaque llamativo.

La presente investigación empleó métodos analíticos y deductivos los mismos que facilitaron la obtención de información para la elaboración de conclusiones y recomendaciones, los resultados que se presentaron mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos de fuentes primarias como son las encuestas las mismas que se aplicaron a la comunidad Lamanense. Los resultados permitieron identificar las preferencias de los consumidores para poder realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados mediante un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha, un estudio técnico para establecer la ingeniería básica del proyecto, un estudio económico para determinar el costo total de la operación y un estudio financiero para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

3. JUSTIFICACIÓN

El propósito de este proyecto está dirigido a proporcionar productos que impulsen y promuevan el consumo de helados de frutas tropicales que se dan en el cantón La Maná. El estudio contiene principios básicos de innovación y directrices con el fin de hacerlo más significativo y aumente el consumo en el mercado.

El interés primordial por realizar la investigación se dispone de los recursos económicos, humanos y fuentes de información necesaria para llevar a cabo el proyecto. El trabajo tiene una utilidad metodológica, ya que podrían realizarse futuras investigaciones que usarían metodologías relacionadas de manera que se posibilite el análisis de futuros proyectos.

Las constantes aperturas de nuevos locales de heladería, tanto en puntos centrales dentro de la ciudad, dan prueba de la solidez del mercado y del incremento de sus clientes. Los cambios de tendencia en cuanto a la alimentación y los hábitos de consumo muestran que cada vez más las personas prefieren deleitar de helados de frutas tropicales, calidad de incentivos que les brindan a sus clientes, crean una gran técnica de crecimiento para el sector.

La investigación también es importante porque permitió satisfacer una de las necesidades de los clientes que es refrescarse por medio del consumo de productos congelados como en este caso el helado de frutas tropicales por lo que se realizó estrategias que permitan llamar su atención.

Con la producción de helados de frutas tropicales se pone en el mercado alternativas nuevas que el consumidor les permita salir de una rutina, además de disfrutar sanamente de las bondades de un producto tan importante rico en proteína.

Con la ejecución del proyecto se va a contribuir con el cambio de la matriz productiva que es lo que se busca cambiar actualmente en el país y donde se espera aportar con uno de los objetivos establecidos dentro del Plan de Creación de Oportunidades, la cuál es recoger las esperanzas de millones de ecuatorianos en cada rincón de la patria.

4. BENEFICIARIOS

El desarrollo de este estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná, tendrán beneficiarios directos que participaran directamente en la implementación de este proyecto; e indirectos como son los recaudadores de impuestos del cantón La Maná, los cuáles se describen a continuación.

Tabla 1. Beneficiarios directos e indirectos

Beneficiarios Directos	N.º	Beneficiarios Indirectos	N.º
Socios Accionistas	2	Gobierno Autónomo descentralizado	1
Familias del cantón La Maná (Posibles consumidores)	14.974	Cuerpo de Bombero	1
Productores de frutas tropicales (Posibles proveedores)	3	Servicios de Rentas Internas	1

Elaborado por: Los Autores

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad existe un mundo tan competitivo, en el cual las personas luchan por desarrollar nuevos negocios; la imaginación es uno de los pilares fundamentales para crear una microempresa, debido a que el índice de desempleo va en aumento para ello es necesario crear proyectos innovadores utilizadas estrategias de competencia para liderar el mercado.

De acuerdo con (Pastor, 2017)

Es muy difícil establecer el origen de los helados, el mismo concepto del producto ha conocido sucesivas modificaciones en consonancia con el avance tecnológico, la generación de sus consumos y las exigencias de los consumidores. En los años 1660 en París, comenzaron a prepararse los helados de chocolate junto con otro hasta llegar al helado actual como vemos, el helado en sus orígenes no era un producto lácteo, sino más bien frutal, pero con el pasar de tiempo, los derivados lácteos se comenzaron a utilizar en pequeñas proporciones y luego masivamente.

Dentro del contexto internacional la factibilidad de creación de diferentes empresas dirigidas a actividades comerciales permiten el desarrollo económico no solamente del emprendedor también generar fuentes de empleo a las comunidades a las que ellos representan, en América Latina a raíz de la pandemia surgieron muchos emprendimientos en diferentes contextos que

permitieron solventar las necesidades de las familias en momentos de crisis, hoy por hoy esos mismos locales se han convertido en la raíz de un nuevo sistema económico que permite a través de ideas innovadoras generar múltiples acciones para beneficiar la economía personal y de la localidad por cuanto las creaciones o instalaciones de heladerías con ideas innovadoras y refrescantes permiten un abanico inmenso de nuevas ideas que se desarrollaran y ejercerá un protagonismo dentro de una colectividad.

Dentro del mercado ecuatoriano los helados tienen un alto nivel de consumo, por su sabor y tradición, factores determinantes de consumo para la sociedad, además los clientes se han vuelto cada vez más exigentes, ya no buscan solo un buen helado, sino además un trato cordial, un espacio agradable, un ingrediente extra, por eso se busca diferenciar el producto a través de una identificación propia para captar clientes a través de una propuesta diferente.

En la provincia de Cotopaxi el mercado de helados ha crecido de una forma muy abrumante, y en la actualidad es un producto de consumo masivo, viendo la necesidad de satisfacer los diversos gustos y salir de lo habitual en lo que a líneas de sabores se refiere, por tal motivo surge la necesidad de realizar una investigación objetiva sobre helados a base de frutas tropicales para poder determinar las mejores formas y las técnicas que se utilizaron en la práctica para el incremento de las ventas de los helados.

Liendo y Martínez (2017), mencionan que “la producción de helado se encuentra en periodo expansivo por la necesidad de variar su producción y utilizar estrategias para añadir valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización e incrementar servicios a sus consumidores”.

“El primer helado fue inventado por los indígenas de Ibarra, durante la ocupación Inca y elaboraban helados tomando hielo volcánico, se relata que caminaban hacia las montañas, solo para regresar al pueblo con hielo y nieve para sus bebidas” (Machay, 2015).

En Ecuador de acuerdo a un reportaje de (El Universo, 2021)

Se estima que hay más de 150 referencias de productos de helados entre las principales marcas, una parte importante se mueve en el segmento de peletería, más demandada por el comprador. Se estima que la peletería representa entre el 70% y 80% del negocio heladero. Durante el 2019, se calcula que el país consumió más de 300 millones de paletas de helado al año, que podría representar un per cápita de 18 por

cada habitante, sin considerar los helados en presentaciones de postres o las tortas heladas.

La Maná es un cantón que mantiene un constante desarrollo, en cada uno de sus aspectos, especialmente en el ámbito comercial, donde se puede visualizar que es un mercado muy competitivo sin embargo, aunque existen dieciséis heladerías dentro del sector urbano algunas no prestan la necesidad que tiene el consumidor de un helado tradicional a un costo accesible que tenga nutrientes con una presentación adecuada, que a más de gustar al paladar brinde propiedades nutritivas a la ciudadanía Lamanense en particular a la población infantil aquella que tiene un alto nivel de consumo de estos productos.

5.1. Delimitación del objetivo de investigación

Área: Administración.

Aspecto: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados de frutas tropicales.

Espacial: La investigación se llevará a cabo en el cantón La Maná en la provincia de Cotopaxi, en sus parroquias urbanas: La Maná, El Carmen y el Triunfo.

Temporal: Octubre2022 – Febrero2023.

5.2. Formulación del problema:

¿Un estudio de factibilidad contribuye para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná?

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi, año 2023.

6.2. Objetivo Específicos

- Estimar la demanda insatisfecha de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná, a través de un estudio de mercado.
- Desarrollar un estudio técnico que permita establecer el tamaño del proyecto, su ubicación, equipos e instalación requerida para su buen funcionamiento.
- Realizar un estudio económico y financiero que permita evaluar el potencial económico del proyecto y su viabilidad.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 2. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivos Especifico	Actividades	Resultados de las actividades	Medios de verificación
Estimar la demanda insatisfecha de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná, a través de un estudio de mercado.	-Elaboración, de aplicación, procedimiento e interpretación de los instrumentos de recolección de información (encuestas).	-Conocimiento de demanda. -Interpretación de resultados.	-Encuestas a dueño de heladerías. -Realizar encuestas a los consumidores que frecuentan las heladerías del cantón. -Proyección de la oferta y demanda.
Desarrollar un estudio técnico que permita establecer el tamaño del proyecto, su ubicación, equipos e instalación requerida para su buen funcionamiento.	-Análisis documental.	-Determinar la infraestructura del local donde se van a comercializar los helados.	-En la investigación técnica se desarrollará la ingeniería del proyecto determinando la mejor ubicación y los detalles de inversión de los equipos, maquinaria, mano de obra y la organización general de la microempresa.
Realizar un estudio económico y financiero que permita evaluar el potencial económico del proyecto y su viabilidad,	-Establecer el costo de los activos fijos. -Determinar, VAN, TIR, RBC de constitución de la microempresa.	-Especificar la inversión inicial y la forma de financiamiento y los beneficios a obtener.	-Mediante el uso de herramientas financieras

Elaborado por: Los Autores

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1. Antecedentes Investigativos

Proyecto 1. “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de helados de licor en la ciudad de Ibarra”.

El presente estudio conforme (Eliana, 2016)

Para este proyecto se ha realizado un análisis de los diferentes factores que influyen en el desarrollo de una organización. Se analizó la situación medio determinado aliado y oportunidades que impulsan la ejecución del proyecto que afrontan a los oponentes y amortiguan los riesgos. Con el análisis de conceptos se ha formado una base científica y técnica por la cual se ha guiado el proyecto. El estudio de mercado analiza los niveles y condiciones en que se encuentra la producción y comercialización de helados de licor y su sustituto, así como también el comportamiento de la demanda, oferta, precio, las políticas de venta y la aceptación por parte del segmento de mercado estudiado. Una vez conocido los resultados y siendo positivos, se procedió a establecer la macro y micro localización, el tamaño e ingeniería del proyecto; para lo cual se hizo el respectivo presupuesto de inversiones. Consecuentemente se evaluaron y compararon con los ingresos mediante un análisis financiero, donde se ha determinado la viabilidad del proyecto. Posteriormente, se procedió a desarrollarla organización administrativa establecido una cultura empresarial que guía el desarrollo de la microempresa y la estructura administrativa que detalla las características del talento humano necesario para conformar la organización. Finalmente, para determinar qué impacto tiene este proyecto en el medio, se hace un análisis de los aspectos social, comercial empresarial, educativo, ético y ambiental. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

Proyecto 2. “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercialización de helados en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura”.

El presente proyecto conforme (Mirian, 2020)

Tiene como finalidad determinar la oportunidad de inversión del proyecto. Con el diagnóstico situacional, se determinó los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que se presentan y favorecen la realización del proyecto. El marco teórico plantea un glosario de términos con bases científicas que se utilizan frecuentemente para la comprensión del trabajo y sirven como sustento del mismo. En el estudio de mercado se identifica la oferta y la demanda existente en el cantón Pimampiro para lo cual se realizó encuestas con el fin de determinar la aceptación del producto en el mercado y establecer la demanda insatisfecha. El estudio técnico facilita la determinación de la macro y micro localización, tamaño, capacidad, equipo, inversión y capital inicial. En el estudio financiero se encuentran los estados financieros y los indicadores que reflejan los cálculos del proyecto permitiendo identificar la rentabilidad y factibilidad del proyecto. En el capítulo administrativo se organiza la estructura organizacional, funciones de cada puesto de trabajo, el uso óptimo y eficiente de los recursos humanos, para llegar a los objetivos propuestos. Finalmente se realizó un análisis de los posibles impactos tomando en cuenta el aspecto social, económico, ambiental, tecnológico y los efectos que causaría la puesta en marcha del mismo.

Análisis

Analizando las dos tesis nos da a entender que el nivel y condiciones en que se encuentra la producción y comercialización de helados de licor y su sustituto, así como también el comportamiento de la demanda que existen en el mercado, como la oferta, precio, las políticas de venta y la aceptación por parte del segmento de mercado. Es importante destacar que en este tipo de operaciones es fundamental conocer el movimiento que tiene el negocio proyectando la oferta y la demanda para saber si existe algún tipo de demanda insatisfecha que pudiera generar la necesidad de fortalecer e incrementar las ventas del artículo promocionado al punto de extraer ganancias y utilidades de los mismos. Nos permita conocer el entorno y aprovechar al máximo los aspectos positivos y todo lo que podría beneficiar al desarrollo del proyecto para sacar el mayor provecho y obtener la viabilidad para su ejecución.

8.2. Categorías Fundamentales

Para la investigación es importante determinar las siguientes categorías, debido a que derivan del tema de investigación.

Figura 1: Categorías Fundamentales



Elaborado por: Los autores

8.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

8.3.1. Estudio de factibilidad

Según (Flower, 2019)

Las ocupaciones como: agricultura, cacería y construcción, se planea el manejo seguro del factor dinero, tiempo y de las personas, lo cual permite alcanzar mejores resultados en el ejercicio de sus actividades. Sin embargo, con el paso de los años, evaluar los recursos no eran suficiente para evitarse los altos riesgos, razón por la que, surgen los estudios de factibilidad con serie de análisis cuantitativos y sujetos a mediciones, que permiten conocer la posibilidad de éxito o fracaso en base a indicadores financieros y de gestión. Debido a las necesidades del ser humano en las primeras actividades sedentarias, inicia la era de inversión en proyectos, desde enfoques simples hasta los más complejos, a fin de consumir proyectos viables de ponerlos en marcha.

Para (Echeverría, 2017)

El estudio de factibilidad proporciona herramientas para organizar el entorno de trabajo, recopilar y analizar sistemáticamente una serie de datos para alcanzar resultados esperados con respecto a una idea de negocio. Se formula con base en la información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las probabilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

Empleando las palabras citadas anteriormente la factibilidad sirve como un instrumento que nos orienta a la toma de decisiones en donde se pueda garantizar las metas propuesta del proyecto y para llevarla a cabo.

8.3.1.1. Importancia del estudio de factibilidad

Según Salvador (2017), “los estudios de factibilidad son importantes para el desarrollo empresarial. Permiten que una empresa afronte donde y como operara. ya que colaborara a definir los aspectos técnicos del proyecto, como localización, tamaño, tecnología, capacidad técnica, requerimientos económicos y financieros”

Según Romo (2017),” se obtiene un enfoque crítico, el cual permite, tomar la decisión de ejecución en práctica la idea de negocio, e incluso son objeto de otras investigaciones que buscan las posibles alternativas para dar solución a similares problemáticas”

Es parte del éxito de los proyectos depende de los estudios de factibilidad para realizarlos durante los diferentes periodos de año, permitiendo determinar el gasto, recurso, elementos, riesgo, entre otros. Necesitamos reconocer que estos escenarios que presentamos son hipotéticos para ver la evolución de las decisiones que tomamos como afectaría la meta que queremos lograr para el negocio.

8.3.1.2. Componentes del estudio de factibilidad de un proyecto

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de los análisis de estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y financiero, de los cuales son la base para que los inversionistas decidan tomar una decisión.

8.3.2. Estudio de mercado

De acuerdo con lo establecido por Navarro (2021), “un estudio de mercado se define como el proceso sistemático de recopilación de información para mejorar la toma de decisiones señalando planes y objetivos. La información recolectada da una idea clara de la rentabilidad económica de su actividad comercial”.

Según (Arévalo, 2018)

El estudio de mercado es la recolección de la investigación, mediante el análisis de los mecanismos primordiales que lo acceden se puede examinar y hurtar las excelentes disposiciones, para poder disponer de una manera correcta un nuevo emprendimiento, la búsqueda y el estudio de antecedentes referentes al ambiente, mercado y sistematizaciones de comercialización, que tiene como objetivo suministrar información útil para la toma de decisiones concernientes a como dar soluciones a la insegura efectiva y que proporciones a los mercados a producir.

Los autores manifiestan que el estudio de mercado está conformado por diferentes componentes que permiten conocer el entorno en el que se desarrollará la futura empresa como la realización de este estudio facilita la posibilidad de conocer el estado situacional de la empresa en torno al mercado en el que se desenvuelve.

8.3.2.1. Objetivos y generalidades del estudio de mercado

Para (Rivero, 2018)

El Estudio de Mercado representa una pieza importante en la elaboración de un proyecto, porque es el instrumento por medio del cual se obtiene la información adecuada y precisa que dará como resultado conocer los requerimientos y necesidades de los consumidores, así como las fortalezas y debilidades de la competencia, con la finalidad y objetivo primordial de conocer la aceptación del producto en el mercado.

Según (Pino, 2019), “establecer la cantidad de bienes o servicios procedentes de una nueva unidad de elaboración que la colectividad estaría dispuesta a obtener a determinados precios. Conocer cuáles son los medios que se utilizaran para los bienes y servicios los consumidores”.

El estudio de mercado es una representación de un proyecto porque permite conocer las necesidades que tiene determinada población para la adquisición del proyecto o de esta forma establecer los requerimientos y necesidades del consumo para poder establecer tácticas de mercado que fortalezcan el crecimiento del negocio.

8.3.2.2. Producto

Según Figueroa (2019), “un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio) que el comprador para aceptar, en un principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades económica”.

De acuerdo a Salvador (2018) “el producto es un conjunto de situaciones intangibles que cubre las necesidades del comprador brindándole las facilidades necesarias acorde a los requerimientos la necesidad que tiene el comprador del usuario los mismos pueden ser de diferentes características formas tamaños”.

Como manifiestan los autores se denomina producto aún bien o atributo que los clientes acepten mediante algún tipo de adquisición contratación de servicios o pago supliendo la necesidad que tiene el comprador de la adquisición del mismo para sus requerimientos cualquiera que fuera.

8.3.2.3. Oferta

Para (Pacheco, 2019)

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía.

Según (Barragan, 2018)

Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente, con la diversificación y tecnificación de la economía, el concepto de oferta ha ido en evolución constante a lo largo de tiempo.

Según los criterios de los autores se le denomina oferta a un ofrecimiento que se hace, generalmente buscando otra cosa a cambio, como bienes y servicio, en función de calidad, la cantidad, el lugar donde se ofrezca e incluso al mercado objetivo al que vaya destinado, la oferta ha ido en evolución a lo largo de tiempo.

8.3.2.4. Tipos de oferta

8.3.2.4.1.Oferta Competitiva

Según Muñoz (2019), “ofertar de forma competitiva con otros productores del mismo rubro, pudiendo determinando libremente el precio, quedado total criterio del consumidor la elección del bien o servicio más conveniente, por su precio o por otras cualidades como marca y calidad”.

8.3.2.4.2. Oferta Oligopólica

Según Muñoz (2019), “es controlada por pequeños grupos productores de un bien o servicio, en el que la demanda es significativamente alta en relación con la cantidad de productores ofertantes, el precio cantidad total de bienes y disposición consumidores en el mercado”.

8.3.2.4.3. Oferta Monopólica

Según Muñoz (2019), “esta se encuentra representada por un solo productor de un bien o servicio que opera el mercado, por tanto, no tienen competencia siendo este el único ofertante, en cuyo caso el consumidor no tiene más opciones para elegir”.

8.3.2.5. Proyección de la oferta

Según Rivero (2018), “son estimaciones del comportamiento futuro de algunas de las variables que se utilizaran en él pronóstico, esta técnica de proyección tiene su aplicación de carácter especial que hace de su selección un problema decisión influido por diversos factores”.

Para Berrío (2019), “la proyección de la oferta permite vislumbrar el comportamiento financiero a futuro de la producción que genera una empresa determinada por lo cual este pronóstico servirá para conocer el futuro probatorio de las empresas “.

En el ámbito de proyección son múltiples las alternativas metodológicas existentes para estimar el comportamiento futuro de alguna de las variables del proyecto, esta obliga al analista a tomar en consideración un conjunto de elementos de cada método.

8.3.2.6. Demanda

Para Zorrilla (2017)

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de un grupo de compradores que tienen suficiente poder adquisitivo para obtener un producto particular que satisfaga esa necesidad. Es la cantidad de un producto que un consumidor está dispuesto a comprar o usar a un precio determinado.

Según Orue (2019), “se entiende por demanda la necesidad de la adquisición de determinado producto este tiene un componente que permite saber el grado de necesidad o de requerimiento en determinado negocio la demanda permite establecer lo que el consumidor requiere adquirir”.

La demanda como bien se conoce permite tener clara la posibilidad de un negocio a través de las necesidades que tienen el consumidor del producto que oferta garantizando las ventas y posibilitando la opción de fortalecer la rentabilidad de la empresa.

8.3.2.7. Demanda insatisfecha

Según Rivero (2018), “por demanda potencial o insatisfecha debe entenderse la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que si prevalecen las condiciones bajo las cuales se calculó, ningún productor actual podrá satisfacer”.

Para Otmaro (2021)

La demanda insatisfecha consiste en la cantidad de producto, bien o servicio que probablemente se pueda comercializar dentro del mercado brindando resultados progresivos y eficientes a la empresa este cálculo se lo realiza a través de una fórmula que toma en consideración determinadas situaciones para poder establecer en qué condición se encuentra dentro del mercado.

La demanda insatisfecha se la conocen a la población general de un mercado que pretende consumir el producto que vende una empresa catalogados como futuros compradores fundamentales cuando se requiere la apertura de un negocio.

8.3.2.8. Precio

Según Padrino (2020), “el precio es el pago o recompensa que se asigna a la obtención de bienes o servicios o, más en general, mercancía cualquiera. A pesar tal pago no necesariamente los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetaria”.

Según Hernández (2018), “en derecho el precio es la contraprestación monetaria en una serie de contratos, como el arrendamiento o la compraventa. Sin embargo, el dinero, como cualquier otro bien mueble puede ser objeto de multitud de negocios jurídicos”.

8.3.2.9. Análisis de precio

Para el autor Pacheco (2019), “el análisis de precios es el enfoque preferido para evaluar las opciones de productos y servicios existentes en el mercado, que se utiliza siempre que haya varias relativamente equivalentes en cuanto beneficios y características para tomar una decisión de compra”.

Por otra parte Figueroa (2019), “con este enfoque, el precio de un proveedor se compara con alternativas o sustitutos de la competencia. Por ejemplo, si hay cinco competidores que presentan ofertas o propuestas para un proyecto en particular, un análisis de precios incluiría una revisión detallada de los beneficios de cada oferta en relación con los precios cotizados”.

Generalmente, este tipo de análisis es utilizado por agencias gubernamentales, así como por empresas privadas y consumidores para evaluar contratos o los bienes que se están considerando, o para fijar el precio de un producto.

8.3.2.10. Comercialización

Para Contreras García (2017), “los sistemas de comercialización son dinámicos y competitivos lo cual debe orientarse al consumidor al mismo tiempo que debe proporcionar beneficios al agricultor, transportista, comerciante y procesador”.

Según Villagómez (2018), “comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal”.

La comercialización permite darle movimiento a lo que el consumidor requiere para de esta forma establecer la viabilidad de la comercialización de un producto también las posibilidades de inducirlo en el mercado.

8.3.2.11. Canales de comercialización

Para Gavilanes (2019)

Expresa que los canales de comercialización son conjunto de actividades económica que implican el traslado de bienes y servicios, desde su producción hasta su consumo, bajo un marco legal e institucional. En su forma más simple, involucra a productores y consumidores en una transacción directa, para más complejas, incluye desde los factores de producción que determinan las decisiones que toma el consumidor.

Por otra parte Bustamante (2022)

Es un proceso que se deben de realizar de una manera eficiente y eficaz, ya que a través de estos canales se pueden ampliar el mercado y los clientes potenciales, además alcanza objetivos importantes como distribuir el producto en un lugar adecuado y en el tiempo menos posibles para tener crecimiento y rentabilidad en el negocio.

Es decir que el traslado del bien o servicio elaborado desde el productor al consumidor debe pasar a través de algún sistema este medio es el canal de comercialización, el término canal se determina que es un camino o una ruta por donde se circuló el flujo del producto, desde el origen hasta el destino.

8.3.2.12. Tipos de canales de comercialización

8.3.2.12.1. Canal directo

De acuerdo con Flower (2019)

El productor vende el producto directamente al consumidor sin utilizar intermediarios, por ende, cuando son ellos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios.

Según Fonseca (2018), “el canal directo consiste en la comercialización y entrega del producto de manera directa sin intermediarios este factor es importante porque permite evitar costos y reventas del producto facilitando una adquisición oportuna y eficiente”.

A criterio de los autores se toma en consideración que el canal directo es una fuente primaria para la entrega de los productos mercadería o cualquier tipo de oferta que realiza la empresa este método o canal genera un vínculo directo entre el distribuidor y el vendedor.

8.3.2.12.2. Canal indirecto

Para Berrío (2019)

Este canal es conocido por la intervención de intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final, y son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales están imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de la empresa.

Según el autor Muñoz (2019), “el canal indirecto es el que permite la utilización de intermediarios en el proceso de distribución de la mercadería o cualquier producto que genere la empresa se lo hace otra vez de la distribución a nivel nacional o provincial utilizando diferentes recursos”.

El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto por ello la importancia de tener claro los tipos de canales de comercialización antes de la elaboración y producción determinado producto.

8.3.3. Estudio Técnico

Para (Otmara, 2021)

Afirma que el estudio técnico se trata de aquella parte del análisis de factibilidad que contempla solucionar preguntas sobre la cantidad, sitio, recursos, procedimientos, tecnología y condiciones óptimas en que debería efectuarse el proceso; de manera puntual, la información que se prevé obtener mediante este estudio es: el tamaño, ubicación e ingeniería del plan.

De acuerdo al autor Hidalgo (2018)

Su finalidad es determinar el desarrollo y comercialización de un bien o servicio, garantizando su calidad y cantidad, establecido la localización, el tamaño y las instalaciones consideración aspectos tecnológico, de recursos, infraestructura y costo de inversión que necesitan para ejecutar su negocio, en donde nos permite identificar esos detalles que sirve como base.

Desde el punto de vista de los autores se destaca que el estudio técnico está constituido por todos los aspectos operativos y su objetivo radica en evidenciar la viabilidad técnica, cada uno estos aspectos se encuentran enlazados estrechamente permitiendo precisar el punto de inicio para la ejecución del proyecto, asimismo el empleo eficiente de los recursos disponibles en dirección de la creación de un bien o servicio.

8.3.3.1. En qué consiste el estudio técnico

Según Barragán (2018), “consiste en resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”.

Para Muñoz (2019), “la importancia de este estudio consiste en determinar la infraestructura necesaria para llevar a cabo la actividad operativa de la heladería, además de proporcionar información de utilidad al estudio económico financiero.

El estudio técnico consiste en buscar las facilidades para la creación de una empresa que permita la oferta de determinado producto a una comunidad facilitando todos los recursos que pongan a consideración el proceso de creación de la misma el estudio técnico tiene la finalidad de dar a conocer la factibilidad de la creación de determinada empresa.

8.3.3.2. Objetivos

Según Orue Figueroa (2019), “los objetivos del estudio de factibilidad se pueden determinar de la siguiente forma Comprobar la probabilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende realizar.

De acuerdo al autor Rivero (2018), “examinar y decidir el tamaño, la ubicación, los equipos, las instalaciones y la organización óptima solicitada para hacer la producción”.

En resumen, se intenta corregir los asuntos referentes a dónde, cuándo, cómo y con qué crear lo que se desea, por lo que el aspecto técnico de un proyecto alcanza todo aquello que tenga dependencia con el manejo y la operatividad del propio plan.

8.3.3.3. Tamaño del proyecto

Según el autor Rodríguez (2018)

El tamaño del proyecto es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año. Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mucha precisión los tiempos establecidos o lapsos y movimientos del transcurso, o, en su defecto, diseñar y deducir esos fundamentos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas.

Desde el punto de vista el autor se destaca que el tamaño expresa el volumen de producción de un producto o servicio, siendo su función demostrar la capacidad productiva durante un tiempo.

8.3.3.4. Localización del proyecto

Para Tarazona (2021)

Es un factor importante dentro de los proyectos, ya que determinan en gran parte del éxito económico, pues ésta influye no sólo en la determinación de la demanda real del proyecto. También es elegible entre una serie de alternativas factibles, por lo tanto, la ubicación será la que se adecue más dentro de los factores que determinen un mejor funcionamiento y una mayor rentabilidad del proyecto

Según Rodríguez (2018), “la localización de un proyecto “es el que más aporta a los siguientes aspectos: la mayor tasa de retorno del capital (estándar privado) y obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

Teniendo en cuenta las definiciones de los autores la localización contribuye a determinar el lugar adecuado que permita cubrir la serie de necesidades con la mayor de las facilidades, en base a la maximización de utilidades y minimización de los costos.

8.3.3.5. Macro localización

De acuerdo al autor Berrío (2019)

La macro localización de un proyecto consiste en decidir la región más ventajosa para ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará proyecto. Las mayores ventajas competitivas, además de considerar una serie de factores básicos como la materia prima y el mercado potencial para su efectiva ejecución. El lugar debe ser elegido por los beneficios que se generan a partir de la conjunción de los factores que participan.

Según Balderas (2021), “sirve como base para hacer atractivas las ubicaciones de propiedades y es un requisito muy importante previo para una inversión”.

De acuerdo al criterio del autor se ha determinado los indicadores socioeconómicos y características físicas más relevantes, de manera que disminuya costos de inversión. Debe contribuir a minimizar gastos y costos operativos durante todo el período productivo del proyecto. Es un análisis de datos objetivos y menos un trabajo de campo.

8.3.3.6. Micro Localización

De acuerdo Padrino (2020), “es el estudio que se hace con propósito de seleccionar la comunidad y lugar exacto para elaborar el proyecto, se elige el punto preciso dentro de la macro zona donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, en ésta se hará la distribución”.

Según Pacheco (2019), “tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario”.

Conjuga aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona.

8.3.3.7. Ingeniería del proyecto:

Para Pulluquitin (2019), “objetivo es solucionar todo lo referente a la instalación y el desempeño de la planta, a partir de la especificación del proceso, compra del equipo y la maquinaria, se establece el reparto óptimo de la planta composición jurídica y de organización que tendrá la planta”.

De acuerdo al autor Muñoz (2019), “para obtener un producto alimentario de alta calidad se requiere optimizar la formulación y los parámetros del proceso de elaboración”.

Por tal motivo, se requiere establecer la mezcla de los ingredientes idónea y los parámetros del proceso de elaboración óptimos para obtener un producto de alta calidad, reduciendo costos de materia prima y optimizando el espacio y los recursos energéticos disponibles. En adición se deben tomar en cuenta problemas técnicos, la tecnología que se va a usar y la distribución física de la micro empresa.

8.3.3.8. Estudio Legal

Para Barragán (2018), “en el estudio legal se realiza el estudio de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que estén relacionadas con el negocio para luego proceder con el funcionamiento de la empresa”.

Según Bellido (2022)

Todas las empresas que se encuentra enmarcada dentro de normas jurídicas que regulan sus operaciones y que, al cumplirlas, ocasionan desembolsos, los cuales deben identificarse para cuantificar sus efectos en la evaluación. Estos se presentan desde la ejecución del proyecto, como por ejemplo la realización de contratos, gastos notariales, gastos de constitución, obligaciones tributarias.

8.3.3.9. Objetivos

Según Torres (2020) los objetivos son:

- Establecer la viabilidad legal respectiva del proyecto.
- Detallar la forma jurídica del negocio.
- Crear y formalizar el negocio.

El objetivo del estudio legal permite conocer la viabilidad que tiene la creación de una empresa también los recursos humanos y tecnológicos que necesita además de la consecución de los estatutos y de la normativa legal que se necesita para poder dar apertura a la misma

8.3.3.10. Trámites Legales de una empresa

De acuerdo al autor Balderas (2021), “todo negocio debe cumplir con lo que dispone la ley en todos sus ámbitos ya sean legales o tributarios para evitar sanciones o clausuras que suspendan las operaciones del negocio cliente, siendo necesario los siguientes requisitos para su funcionamiento”.

- Inscripción en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y realizar la afiliación del personal en caso de contar con el mismo.
- Afiliación a los colegios profesionales, sectores artesanales o cámaras, según la actividad del negocio
- Obtención del RUC
- Declaración del Impuesto a la Renta anualmente, realizado en las páginas del SRI.
- Declaración del IVA, el cual puede ser mensual o semestral.
- Llevar la contabilidad si fuera el caso ya sea por su monto de capital, ingresos o gastos.

- Permiso de apertura del local, si es preciso.

8.3.3.11. Constitución Legal para poner en marcha un negocio

Según SRI (2017), “este negocio se lo constituirá como empresa unipersonal, por lo que son necesario los siguientes requisitos”.

- Inscripción con el nombre del dueño o a nombre de la actividad empresarial
- Ser mayor de edad y tener libre disposición de los bienes
- Ser propietario único de la empresa, aportando todo el capital y el trabajo necesario para el progreso de su actividad
- Administrar personalmente y bajo su responsabilidad
- Responsabilidad ilimitada por parte del empresario incluyendo su patrimonio
- Obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de carácter voluntario y con el Servicio de Rentas Internas

Toda la documentación es importante para poder dar trámite de legalidad a la constitución de la empresa para ello instituciones como el servicio de rentas internas admite un sinnúmero de documentos que deben cumplir para poder registrar a la empresa dentro de las cámaras de comercio o instituciones afines.

8.3.3.12. Requisitos para el Registro Único del Contribuyente (RUC)

La obtención del RUC permite desarrollar formalmente una actividad económica y establece las obligaciones a las que el contribuyente está obligado, siendo necesario los siguientes requisitos para obtener el mismo.

- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Documento para registrar el domicilio del negocio del contribuyente (Servicio de Rentas Internas, s.f.).

8.3.4. Estudio Económico

Para (Barragan, 2018)

El análisis económico pretende establecer cuál es el costo de los recursos económicos necesarios para la ejecución del plan, cuál va a ser el precio total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que van a servir 24 como base para la parte final y definitiva del plan, que es la evaluación económica.

De acuerdo al autor Berrío (2019), “el estudio económico contempla la viabilidad económica y el impacto que tendrá el proyecto en el ámbito financiero, tanto individual como empresarial que resulta beneficioso a nivel organizacional favoreciendo las acciones que ejecuta la empresa priorizando la evaluación económica”.

En este tipo de evaluación económica figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado de los factores que lo conforman

8.3.4.1. Objetivos del estudio económico

Según Orue Figueroa (2019), “dinero necesario para poner en marcha el negocio y a su vez para los gastos que incurrirán en el transcurso de su funcionamiento. Establecer la estructura financiera del negocio, determinando qué parte del capital son fondos propios y qué parte corresponderá a terceros”.

Para Muñoz (2019), “en este se engloba el conjunto de gastos que repercuten, en cualquier compañía financiera, a sus clientes por los productos o servicios que ofrecen, es decir, se trata de la sumatoria de las operaciones realizadas durante la adquisición y venta”.

Tomando en consideración el criterio de los autores la importancia del estudio económico radical en el hecho de conocer a ciencia cierta cuáles son las ventajas y la rentabilidad que el mismo posee a futuro para poder identificar los niveles de riesgos, así como la tasa interna de retorno y también el cálculo del valor actual neto.

8.3.4.2. Inversión

Para Baca (2018), “describe que un proyecto de inversión puede definirse como “un plan al cual se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos para producir un bien o servicio útil para la sociedad en general”.

Desde otro punto de vista Barragán (2018), “define al proyecto de inversión como “una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, con el objetivo de crear, incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o servicios”.

A criterio de los autores una inversión describe aún plan que requiere un uso de un capital determinado, y promete bajo diferentes aspectos mejorar la condición financiera de quienes aporten de manera individual o grupal para el ejercicio y desarrollo operacional del mismo dentro del contexto mercantil que requiera en el momento.

8.3.4.3. Inversión Inicial

Según Baca (2018), “comenta que la inversión inicial “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de una empresa, con excepción del capital de trabajo”.

Para Baca (2018), “define que el capital de trabajo es “la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, prácticamente está representado por el capital adicional, que es distinto a las inversiones fijas y diferidas contar empiece a funcionar una empresa”.

A criterio de ambos autores la inversión inicial comprende la adquisición de todo tipo de activos fijos tangibles o intangibles a la diferencia la radica el pasivo circulante esta inversión inicial es fundamental para cumplir con el funcionamiento de un nuevo negocio independientemente de la actividad a la que se dedique.

8.3.4.4. Depreciación

Según Baca (2018), “La depreciación son los desgastes que sufren los activos fijos a medida que pasa el periodo de uso, el término depreciación sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian”.

Para Valdivieso (2018), “manifiesta que depreciación es, el proceso de asignar a gasto el costo de un activo de planta o activo fijo, durante el periodo que se usa el activo”.

Los autores manifiestan que la depreciación es los desgasten que sufren determinados activos fijos a medida que transcurre el tiempo este tipo de proceso se lo considera necesario para poder determinar cuánto tiempo se puede utilizar un activo fijo

8.3.4.5. Financiamiento

De acuerdo a Berrío (2019), “comenta que el plan de financiamiento “indica si las fuentes de recursos serán internas (utilidades capitalizables, depreciación, amortización, etc.) o externas (crédito bancario, préstamos de empresas afiliadas o accionistas, etc.)”.

Por su parte Gitman (2019), “indica que el financiamiento “es el conjunto de recursos monetarios necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios de capital”.

De acuerdo a los autores el financiamiento indica las fuentes o recursos internas o externas comúnmente un crédito bancario hipotecario que permita desarrollar de manera adecuada la inversión necesaria para montar el negocio o la microempresa.

8.3.4.6. Tabla de amortización

Según (Baca, 2018)

La tabla de amortización es aquella en que se describe el comportamiento de la deuda donde se despliegan los pagos que se tienen que hacer hasta cubrir el crédito solicitado, es aquí donde consta el saldo final, cuota o anualidad, interés, abono o amortización y los períodos; por tal radica su importancia en los préstamos porque muestra la distribución de la anualidad, que parte de ella incurre en el pago de los intereses y que otra parte constituye a la amortización del capital; lo cual al cancelar la cuota acordada se observa cómo va disminuyendo el monto comprometido hasta que llega a cero.

Según Gitman (2019), “explican que el término amortización de préstamos se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo. Estos pagos brindan a un prestamista un rendimiento reembolsar el principal del préstamo en un periodo determinado”.

Los autores manifiestan que permite conocer el desglose de los pagos mensual de los créditos realizados a diferentes instituciones bancarias dejan entrever la cuota mensual el nivel de interés el capital financiado el interés pagado y a la vez que permite al responsable del crédito tener manejo constante de su deuda para poder realizar los ejercicios contables de manera efectiva.

8.3.4.7. Materia prima

Según Arias (2019), “la materia prima es aquel o aquellos artículos sometidos a un proceso de fabricación en un producto terminado. Es el primer elemento de la producción, que representa un factor importante del costo de elaboración, constituye el elemento básico del producto”.

Para (Perdomo, 2018)

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. Las empresas comerciales manejan mercancías, son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican la materia prima debe ser perfectamente identificable y medible mismo que menciona.

La materia prima a criterio de los autores son aquellos artículos que son sometidos al proceso de fabricación y permiten la generación del producto terminado dentro de este contexto todas las empresas manejan materia prima para poder elaborar y comercializar sus productos de manera eficiente.

8.3.4.8. Mano de obra

Según (Polimeni, 2019)

La mano de obra «es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto, el autor también comenta que el costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. La compensación que se paga a los empleados que trabajan en las actividades relacionadas con la producción representa el costo de la mano de obra de fabricación.

Para (Rayburn, 2019),

Menciona su definición señalando que se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios).

A criterio de los autores la mano de obra corresponde al esfuerzo físico que se emplea dentro del aula oración de un producto acompañado del esfuerzo mental y el trabajo arduo que se aplica durante la elaboración del mismo.

8.3.4.9. Costo de producción

Según Jiménez (2017), “los elementos del costo de producción son tres: material, mano de obra y gastos indirectos de fábrica. Los gastos indirectos de fábrica también se le conocen como costos indirectos de fábrica, gastos generales de fábrica o carga fabril”.

Al respecto, Rodríguez (2019), “considera que el “costo de producción es el conjunto de costos, compuesto por la adquisición de los materiales y partes, que incurre por la realización de los procesos y actividades para la obtención de un bien tangible o intangible”

El costo de producción como manifiestan los autores es la compilación de 3 valores en el material la mano de obra y los gastos de fabricación del mismo este costo permite valorar cuál va a ser el valor de venta al público del producto fabricado.

8.3.4.10. Costos fijos

Según Baca (2018),” los costos fijos Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta”.

Según Menéndez (2018)

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la

empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa.

Los autores manifiestan que el costo fijo son aquellos valores constantes que se desarrollan dentro de la actividad comercial estos mismos costos la empresa debe pagar de manera recurrente e inmediata para que exista la producción que se plantea y puede realizar de manera efectiva el ejercicio de las operaciones de compra y venta de determinados productos.

8.3.4.11. Costos variables

Según (Acosta, 2014), “son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurre debido a la actividad de la empresa”.

De acuerdo al autor Jiménez (2017), “cuya magnitud física fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas”.

8.3.4.12. Costos totales

Para Arévalo (2018), “menciona que son los costos totales o el coste total la suma de los costes fijos, que no dependen de la cantidad producida, y el costo variable total, que sí incrementan o disminuyen en función del número de unidades fabricadas “.

Para Jiménez (2017), “se trata de la suma de los costos variables (que se modifican cuando cambia el volumen de producción) y los costos fijos (que se mantienen estables más allá del nivel productivo)”.

A criterio de los autores los costos totales es la suma final de todos los costes la que permite definir el nivel productivo de la producción, así como los valores que se establecen para la misma.

8.3.4.13. Costos variables unitarios

Según Castro (2019), “son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, o producción, dentro del rango relevante, en tanto que el costo unitario permanece constante.”

De acuerdo a los autores se refieren que el cambian de manera proporcional de acuerdo a la producción establecida el rango utilizado es importante ya que dentro de la fluctuación bancaria y contable son importantes estos rubros para establecer los costos de la producción

8.3.4.14. Estado de Resultado

Para Balderas (2021)

Todas las empresas, sea cual sea su tamaño necesitan obtener información sobre su desempeño para saber si han logrado resultados positivos, es decir, ganancias o si al contrario han sufrido pérdidas producto de su operación al finalizar un periodo determinado. Y dado que el objetivo primordial de las organizaciones es maximizar las utilidades, es fundamental que te apoyes en herramientas que te permitan contar con información oportuna y confiable para la toma de decisiones.

Según Salvador (2018)

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.

A criterio del autor el estado financiero te brinda una visión panorámica de la cuál ha sido el comportamiento de la empresa, si ha generado utilidades o no. En términos sencillos este reporte es muy útil para ti como empresario ya que te ayuda a saber si tu compañía está vendiendo, qué cantidad está vendiendo, cómo se están administrando los gastos y al saber esto, podrás saber con certeza si estás generando utilidades.

8.3.4.15. Punto de equilibrio

Según Jiménez (2017), “el punto muerto, punto de equilibrio o umbral de rentabilidad es el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta”.

Según Bobadilla (2019), “el punto de equilibrio es el nivel de producción en donde existe la igualdad o la equiparación entre la suma de los costos fijos y variables y los ingresos por ventas durante un periodo económico”.

A criterio de los autores el punto de equilibrio es el número de unidades mínimas requeridas de venta de un producto para poder ejercer de manera óptima el ejercicio contable

8.3.5. Estudio financiero

Para (Navarro, 2019)

En el estudio financiero está integrado por elementos informativos cuantitativos que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocio, en ellas se integra el comportamiento de la operación necesaria para que una empresa marche y visualice bien el crecimiento de la misma en el tiempo

8.3.5.1. VAN

Según (Flower, 2019)

Se entiende como valor actual neto a la corriente de flujos generada por un activo descontado a una determinada tasa de interés, para determinar el valor actual de cualquier activo se debe tener presente dos factores: los flujos futuros que este activo generará y la tasa de descuento aplicable a estos flujos; la tasa de descuento es la consideración del valor del dinero en el tiempo.

Según Berrío (2017), “el valor actual neto es el incremento de su riqueza a partir de la inversión en activos reales. Por lo tanto, un valor actual neto positivo es sinónimo de aumento de riqueza y un objetivo más que deseable para cualquier inversionista”.

Entonces es la diferencia entre ingresos y costos expresados en moneda equivalente en un momento del tiempo. $VAN = \sum_{n=1}^n \frac{FN}{(1+i)^n}$ Dónde: FN = Flujo de Efectivo Neto n = Años de vida útil i = Tasa de interés de actualización

8.3.5.2. TIR

Para Berrío (2019)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0)''.

Según (Muñoz, 2019) para hallar la TIR se necesitan:

- a) tamaño de inversión.
- b) flujo de caja neto proyectado.

Para hallar la TIR hacemos uso de la fórmula del VAN, sólo que en vez de hallar el VAN (el cual reemplazamos por 0), estaríamos hallando la TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Realizando el cálculo de la tasa interna de rentabilidad de diferentes proyectos se facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- **¿Existe demanda insatisfecha de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná?**

Tomando en consideración la investigación realizada se pone de manifiesto que existe una demanda insatisfecha en el consumo y producción de helados de frutas tropicales dentro del cantón La Maná por cuanto la realización del presente proyecto es viable ya que facilita la posibilidad de generar este tipo de microempresas y aportar económicamente el desarrollo del cantón. Al realizar las operaciones respectivas se determina que en el cantón La Maná existe una oferta actual de 9.120 mientras que la demanda fluctúa en un número de 14974 al hablar demanda insatisfecha la misma corresponde a 5854 por lo tanto existe una demanda insatisfecha que la creación de la microempresa debe cubrir para satisfacer las necesidades del cliente.

- **¿Existe viabilidad técnica que permita establecer el tamaño del proyecto, su ubicación, equipos e instalación requeridas para el proyecto?**

Si existe viabilidad técnica en el tamaño del proyecto establecido ya que la ubicación del mismo permite una fuente confiable además que los recursos requeridos para el proyecto se adaptan a la necesidad del emprendedor facilitando la consecución del mismo además de tomar en cuenta que existe oportunidades de venta del producto porque hay una necesidad dentro del mercado.

- **¿Es viable desde el punto de vista económico y financiero el desarrollo del proyecto?**

El proyecto tiene viabilidad económica ya que se cuenta con los recursos necesarios para el desarrollo del mismo además de poner en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera que permiten realizar estudios técnicos económicos y sociales para de esta forma mejorar la viabilidad del proyecto. Analizado los indicadores financieros la liquidez de la empresa muestra que por cada dólar de inversión la microempresa responde con 1.44 a favor por lo tanto su liquidez es óptima la rentabilidad también se calcula en un porcentaje del 18.91% lo mismo un porcentaje óptimo para la ejecución planificación y actividades que desempeña la microempresa.

10. METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

10.1. Tipos de investigación

10.1.1. Investigación formativa

Según (Pacheco, 2019), “La investigación formativa es una estrategia pedagógica que se contextualiza en un entorno real: el aprendizaje de aula, con la indagación y estudio de necesidades científicos-tecnológicos en el ámbito de todas las Facultades y Escuelas de la Universidad”.

Este proyecto es tipo formativa ya que consiste en incorporar conocimientos del estudiante siendo fundamental para la formación personal y está dirigido hacia el beneficio de la ciudadanía al realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná.

10.1.2. Investigación Descriptiva

Según (Mejia, 2019), “procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema”.

La investigación es descriptiva debido a que proporciona información de forma detallada información acerca del estudio del mercado, técnico, económico y financiero e identificar el nivel de satisfacción que percibe los clientes en el servicio ofrecidos.

10.1.3. Investigación Bibliográfica

Según (Ayala, 2019), “se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e selección de fuentes de información. Porque abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio”.

La presente investigación es bibliográfica, ya que se basa en la recopilación de información del proyecto e investigaciones ya existentes en páginas web que nos permitan desarrollar de una manera más sistemática y que nos sirva como guía y ayuda para enfrentar posibles problemas dentro del desarrollo en nuestro proyecto a realizar.

10.2. MÉTODOS

10.2.1. Método Deductivo

De acuerdo (Ander, 2018), “es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta”.

El método deductivo permite al investigador guiarse de información comprobada, teniendo una más clara de la problemática de la investigación, por medio de libros y artículos científicos permitiendo establecer el marco teórico acorde a planteamiento de los objetivos, basados en la información obtenida de las encuestas cuya información sustenta la propuesta de realizar un estudio de factibilidad.

10.2.2. Método Analítico

Según (Abad, 2020), “se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado”.

Este método nos permitió recabar información y datos recopilados mediante una encuesta a los habitantes del cantón La Maná con el fin de dar una solución óptima, también se empleó para analizar el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa.

10.3. Técnicas e Instrumentos de Evaluación

En el desarrollo de esta investigación se desarrolló mediante el empleo de las siguientes técnicas: observación directa.

10.3.1. Observación

Esta técnica es el pilar de todas, ya que nos permitió conocer de mejor manera como se desarrollan las actividades en la otra heladería de la localidad.

10.3.2. Encuesta

Esta técnica se aplicó a una muestra de población del cantón La Maná con el objetivo de obtener información de las características relevantes de algunas heladerías, así como la demanda del producto, datos indispensables para el estudio de factibilidad.

10.4. Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos se realizaron cuestionarios para la aplicación de las encuestas con preguntas orientadas a conseguir la información necesaria para el presente proyecto.

10.5. Población y Muestra

10.5.1. Población de los comerciantes o vendedores de helados del cantón La Maná.

El cantón La Maná posee un número básico de heladerías no superior a las 16 a continuación se procede a dar un listado y la ubicación de las mismas.

Tabla 3. Población de los Comerciantes de Helados del cantón La Maná

Descripción	Ubicación
Heladería Bugatti	Av. 19 de mayo y Eugenio Espejo
Heladería Green Frost	Av. 19 de mayo y Eugenio Espejo
Heladería Rey Paletas	Gonzalo Albarracín y Carlos Lozada
Heladería Car Vik	Sigchos y Velasco Ibarra
Heladería Mily	Av. 19 de mayo y Eugenio Espejo
Helados de Queso	Av. 19 de mayo y Jaime Roldós
Heladería las Cascadas	Av. 19 de mayo y Medardo Ángel Silva
Heladería Antojitos	Av. Amazonas y Calabí
Heladería Fruits Coffe	Av. 19 de mayo y Eugenio Espejo
Heladería Dulce crepes	Av. Quito y Manabí
Heladería Dubái	Av. La pista
Soda bar Josselyn	Av. Amazonas y Eugenio Espejo
Heladería Carmita	El Carmen, San Pablo y Otto Arosemena
Heladería Rinconcito del Sabor	Héroes del Cenepa
Heladería Adelita	El Carmen, San Pablo y Diego de Almagro
Heladería y Panadería Adonay	El Carmen, San Pablo y Colombia

Elaborado por: Los autores

10.5.2. Población de los consumidores de helados o clientes

La población es colección de elementos, personas o entidades en una parte particular de la investigación. La población está constituida por los habitantes del cantón La Maná provincia de Cotopaxi.

10.5.3. Tamaño de la muestra de los consumidores o clientes

El tamaño de la muestra de los potenciales clientes se obtuvo tomando como referencia los datos proyectados por el INEC hasta el año 2020, a continuación, se realizó una proyección de la población al año 2022, por medio del Método Exponencial (ver anexo 6), que dio como resultado 59.895 habitantes para luego convertir este resultado en número por familias obteniendo un resultado de 14.974 familias. La fórmula utilizada para determinar el número de familias a encuestar es la siguiente:

DATOS:

n = Tamaño de la muestra =?

N = Población a investigarse = 14974

E = Índice de error máximo admisible = 0.05

FÓRMULA

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

Cálculo de la muestra de los consumidores de helados o clientes

$$n = \frac{14974}{(0.05)^2(14974 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{14974}{(0.0025)(14973) + 1}$$

$$n = \frac{14974}{(0.0025)(14973) + 1}$$

$$n = \frac{14974}{(37.4325) + 1}$$

$$n = \frac{14974}{38.4325} =$$

$$n = 389.6191617$$

$n = 390$ familias a encuestar.

10.5.3.1. Tamaño de la muestra de los comerciantes o vendedores

La aplicación de la fórmula para obtener el tamaño de la muestra no fue necesaria en este caso debido a que el grupo de comerciantes o vendedores de helados en el cantón La Maná no es muy numeroso, por tanto, se aplicó la encuestas a todos los Comerciantes de Helados del cantón La Maná.

10.5.3.2. Tratamiento de la información, procesamiento y análisis.

Se realizó la investigación mediante encuestas realizadas a los comerciantes o vendedores y a los consumidores o clientes de helados del cantón La Maná, con la información obtenida los datos se tabularon y graficaron en el programa Excel para posteriormente ser analizados.

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1. Resultados de la encuesta dirigida a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná

1.- ¿Cuál es la ubicación o sector en el que usted comercializa los helados?

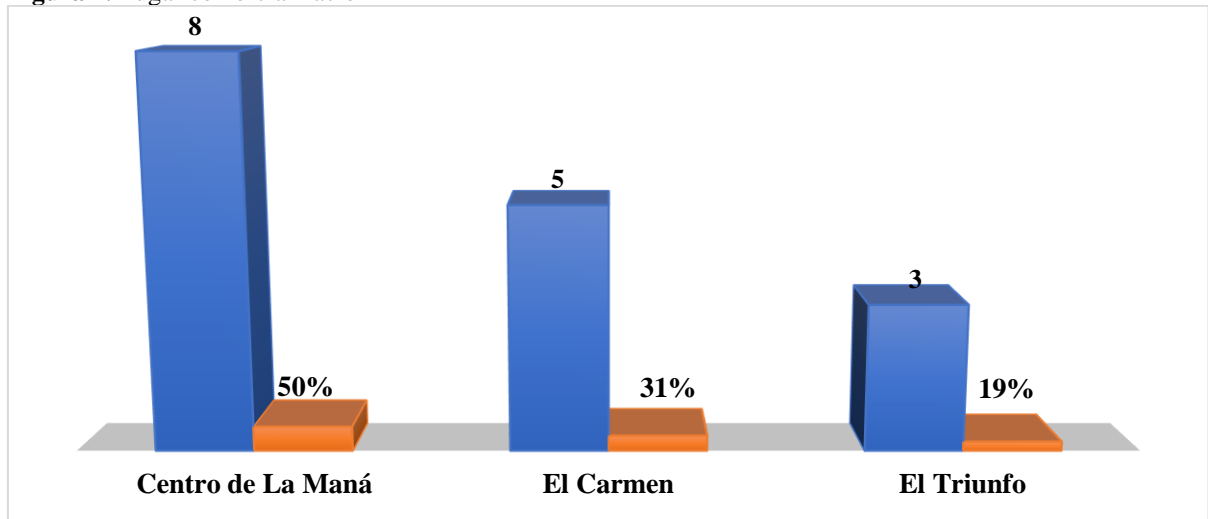
Tabla 4. Lugar comercialización

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Centro La Maná	8	50
El Carmen	5	31
El Triunfo	3	19
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores.

Figura 2. Lugar comercialización



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores.

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta con relación a la ubicación o sector en el que se comercializan los helados el 50% manifiesta que, en el centro de La Maná, en la parroquia el Carmen se encuentra el 31% en la parroquia el triunfo un 19%. Los resultados de la aplicación de la encuesta permiten determinar la ubicación donde se comercializan los helados la misma que es muy variable y presta la posibilidad de expandir este tipo de negocios dentro de la comunidad.

2.- ¿Cuánto tiempo tiene comercializando helados?

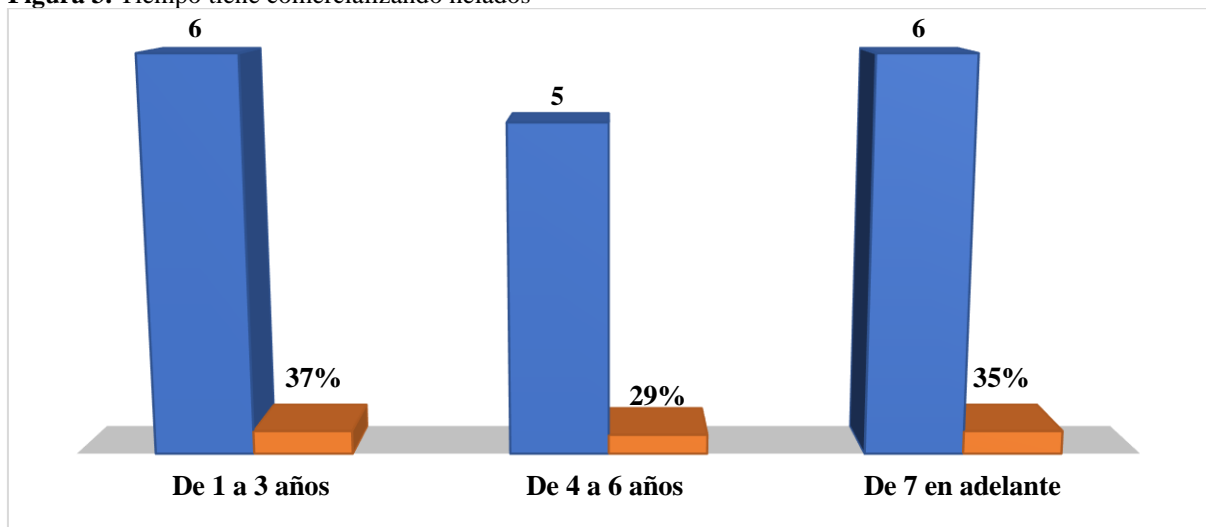
Tabla 5. Tiempo tiene comercializando helados

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
De 1 a 3 años	6	37
De 4 a 6 años	4	25
De 7 e adelante	6	38
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 3. Tiempo tiene comercializando helados



Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores.

Análisis e interpretación

A través de los resultados de la encuesta se puede determinar que el 25% de la población encuestada tiene aproximadamente de cuatro a 6 años brindando este tipo de servicio en el mercado, mientras que el 37% apenas lleva en el servicio de uno a 3 años y el 38% tiene estabilidad de 7 años en la comercialización de este tipo de producto. A través de los resultados se puede determinar que los productores tienen ya establecido un nivel comercial dentro de la comunidad por cuanto es rentable y duradero la implementación de este tipo de negocios dentro del cantón La Maná.

3.- ¿Indique cuál es la cantidad (unidades) de helados que vende semanalmente en su negocio según el tipo?

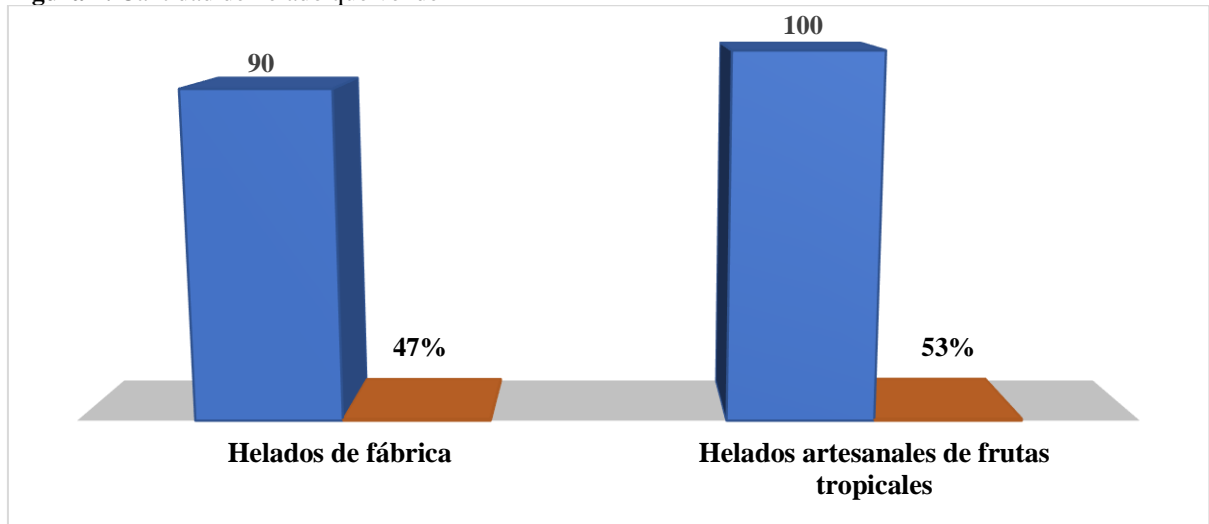
Tabla 6. Cantidad de helado que vende

Opciones	Valor absoluto (unidades)	Valor relativo %
Helados de fábrica	90	47
Helados artesanales de frutas tropicales	100	53
Total	190	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

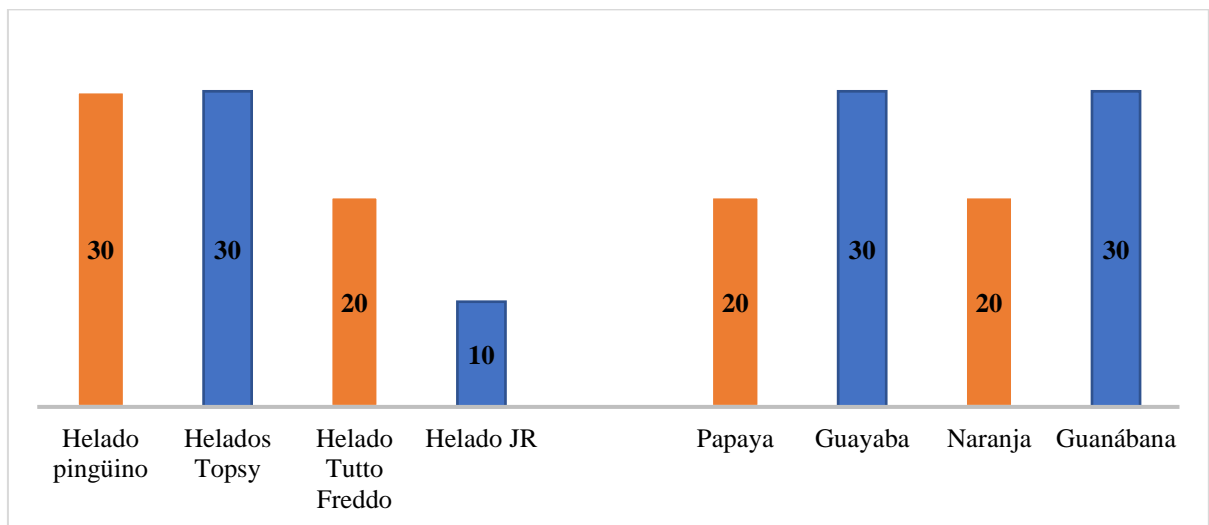
Elaborado por: Los Autores

Figura 4. Cantidad de helado que vende



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores



Elaborado por: los Autores

Análisis e interpretación

Tomando en consideración la encuesta realizada se establece que en 53% de la población encuestada prefiere los helados de frutas tropicales mientras que un 47% de la misma considera mayor atractivo los helados de fábrica en la gráfica siguiente se muestra la cantidad de helados que consume la población tanto de frutas tropicales como de fábrica un número no mayor de 30 helados por empresa o al analizar de manera detenida los resultados se puede dejar entre ver que el consumo de los mismos es importante por cuanto la aplicación y desarrollo de la propuesta serán básicas para determinar la posibilidad de implementar el desarrollo de una microempresa dedicada a la fabricación de helados.

4.- ¿Cuál es el precio de compra y precio de venta según el tipo de los helados que oferta?

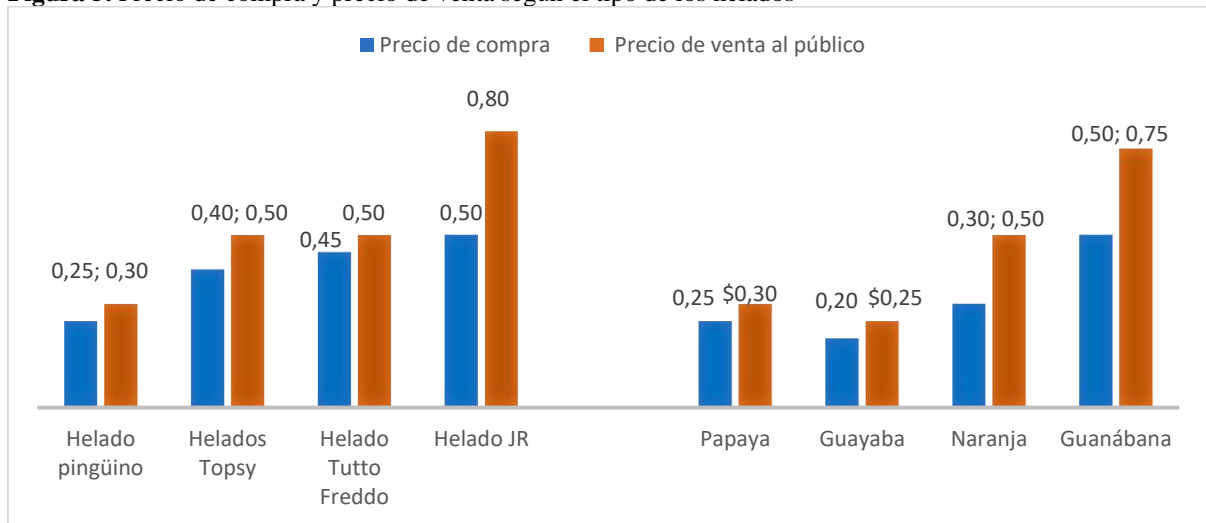
Tabla 7. Precio de compra y precio de venta según el tipo de los helados

Helados de fabrica	Precio de compra	Precio de venta al público
Helado Pingüino	\$ 0,25	\$ 0,30
Helados Topsy	\$ 0,40	\$ 0,50
Helado Tutto Freddo	\$ 0,45	\$ 0,50
Helado JR	\$ 0,50	\$ 0,80
Helados artesanales de frutas tropicales	Precio de compra	Precio de venta al público
Papaya	\$ 0,25	\$ 0,30
Guayaba	\$ 0,20	\$ 0,25
Naranja	\$ 0,30	\$ 0,50
Guanábana	\$ 0,50	\$ 0,75

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 5. Precio de compra y precio de venta según el tipo de los helados



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta nos permite conocer el precio que el comerciante adquiere que el comerciante adquiere el producto y el precio que lo distribuye fijando la utilidad de cada uno de cada uno de los productos de la siguiente forma los helados fabricados dejan una ganancia aproximada de 0.05 centavos de dólar por cada uno de los helados vendidos los helados de frutas tropicales tienen un margen de ganancia que va desde los 0.5 centavos hasta los 0.75 centavos lo que brinda una mayor producción mejor ganancia y facilidades de crecimiento empresarial.

5.- ¿Quiénes son los principales consumidores de helados?

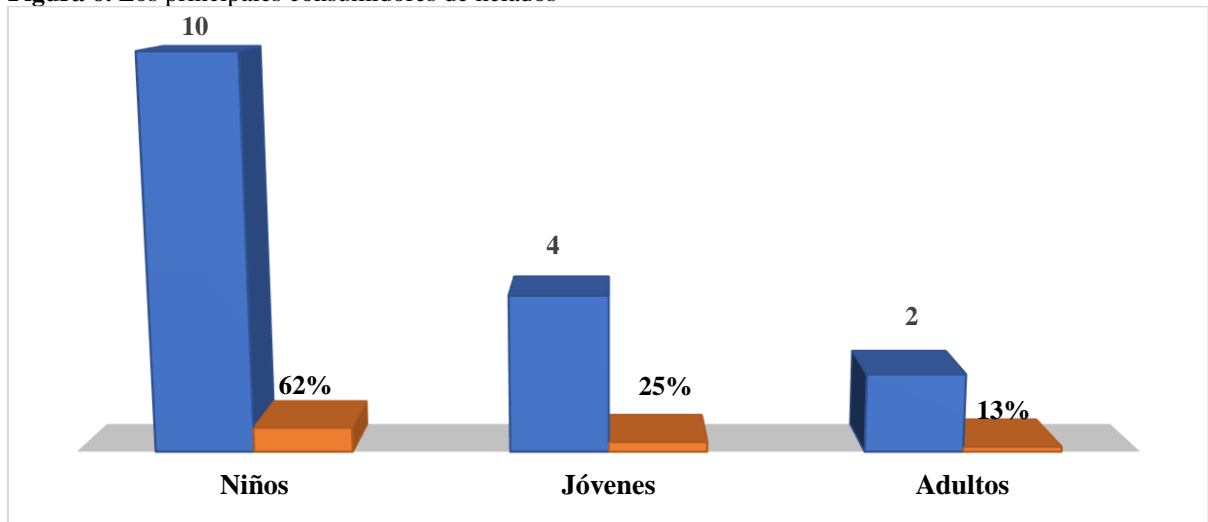
Tabla 8. Los principales consumidores de helados

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Niños	10	62
Jóvenes	4	25
Adultos	2	13
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 6. Los principales consumidores de helados



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al preguntar a las encuestados quiénes son los principales consumidores de Helado el 62% reconoce que los consumidores principales son los niños, mientras que el 25% considera que son los jóvenes y un 13% manifiesta que son los adultos. Analizando los resultados se puede entrever que la comercialización de helados capta la atención de todo público de diferente edad por ello se convierte en un producto cotizado el mismo que favorece la venta y comercialización.

6.- ¿De dónde se abastece los helados que comercializa en su negocio?

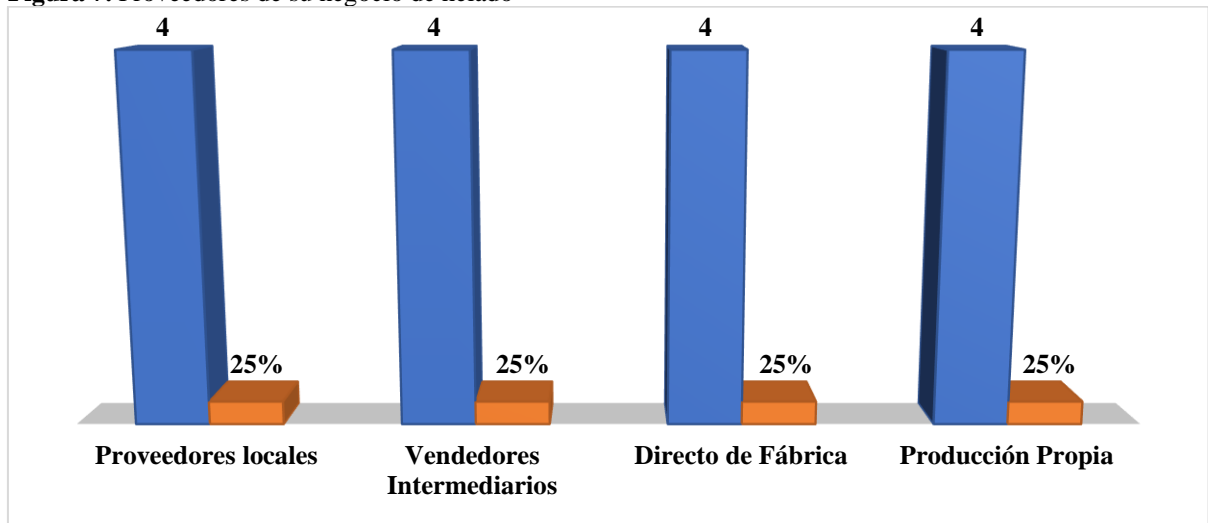
Tabla 9. Proveedores de su negocio de helado

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Proveedores locales	4	25
Producción propia	4	25
Vendedores Intermediarios	4	25
Directo de fábrica	4	25
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 7. Proveedores de su negocio de helado



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al preguntarle a los encuestados sobre los proveedores de su negocio se encuentra variedad de resultados un 25% a la producción propia, un 25% de los proveedores locales un 25% en a la compra directa de la fábrica y un 25% a los vendedores intermediarios. La obtención de la materia prima a través de método directo de fábrica permite ahorrar los costos y brinda mayor rentabilidad a la empresa al comercializar el producto.

7.- ¿Cuál es la presentación de los helados que ofrece para la venta?

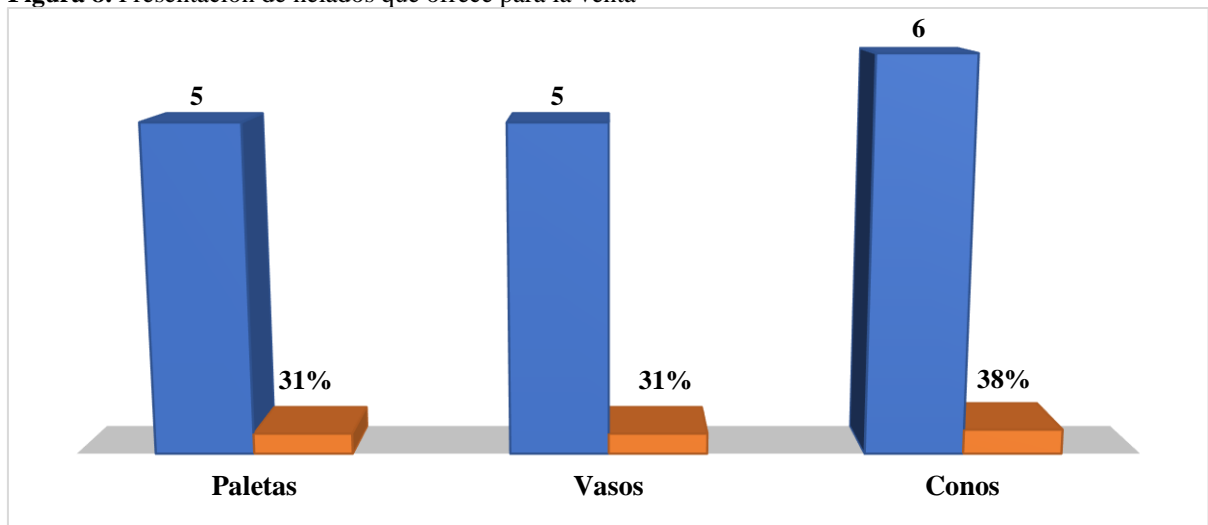
Tabla 10. Presentación de helados que ofrece para la venta

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Paletas	5	31
Vasos	5	31
Conos	6	38
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 8. Presentación de helados que ofrece para la venta



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al consultarle a los encuestados sobre la presentación de los helados que se ofrece para la venta el 31% manifestó que los vasos son la mejor opción mientras que el otro 38% considera que los conos son mucho más factibles y el 31% considera que las paletas son la mejor opción de acuerdo a la demanda de helados. Tomando en consideración los resultados de la encuesta se puede entrever que existe variedad en la selección de los productos o presentación del helado este factor facilita la promoción del mismo.

8.- ¿Qué tipo de publicidad utiliza para promocionar su negocio de helados?

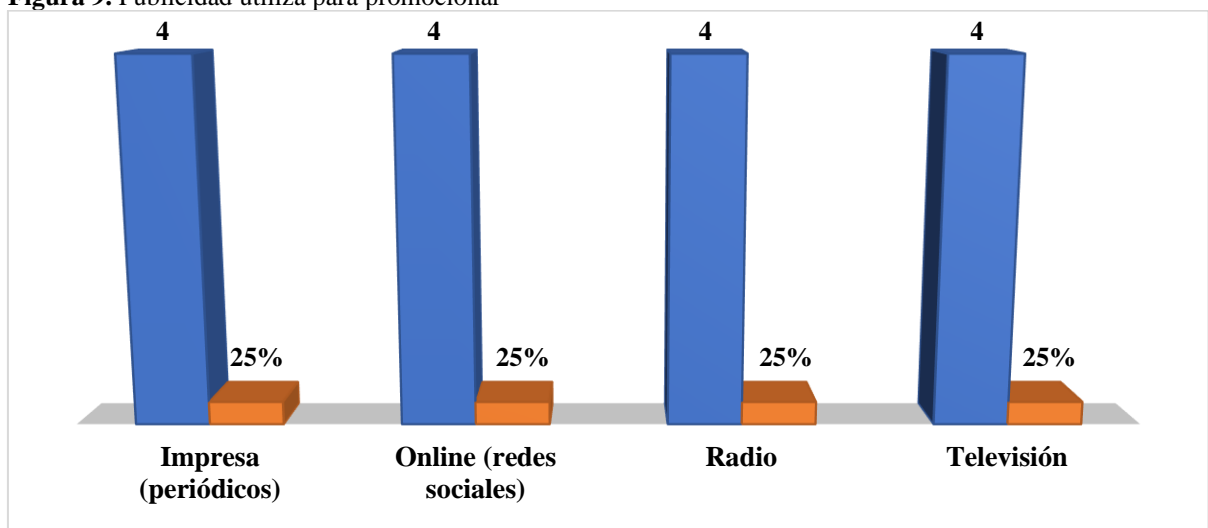
Tabla 11. Publicidad utiliza para promocionar

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Impresa (periódicos)	4	25
Online (redes sociales)	4	25
Radio	4	25
Televisión	4	25
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 9. Publicidad utiliza para promocionar



Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al consultar con los encuestados qué tipo de publicidad utilizan para su negocio versiones variadas y equitativas con respecto a las mismas por ejemplo el 25% manifiesta que utilizan las redes sociales, otro 25% utiliza como medio de propaganda la radio, otro 25% considera que la televisión es mucho más efectiva y un último 25% utiliza los volantes o publicidad escrita. La diversidad de respuestas deja entrever la capacidad que tiene la población para adaptarse a la publicidad la misma que es variada y que tiene la captación precisa para poder ejercer una función óptima dentro de la propaganda del producto a distribuir.

9.- ¿Tiene personal Capacitado para atender su negocio?

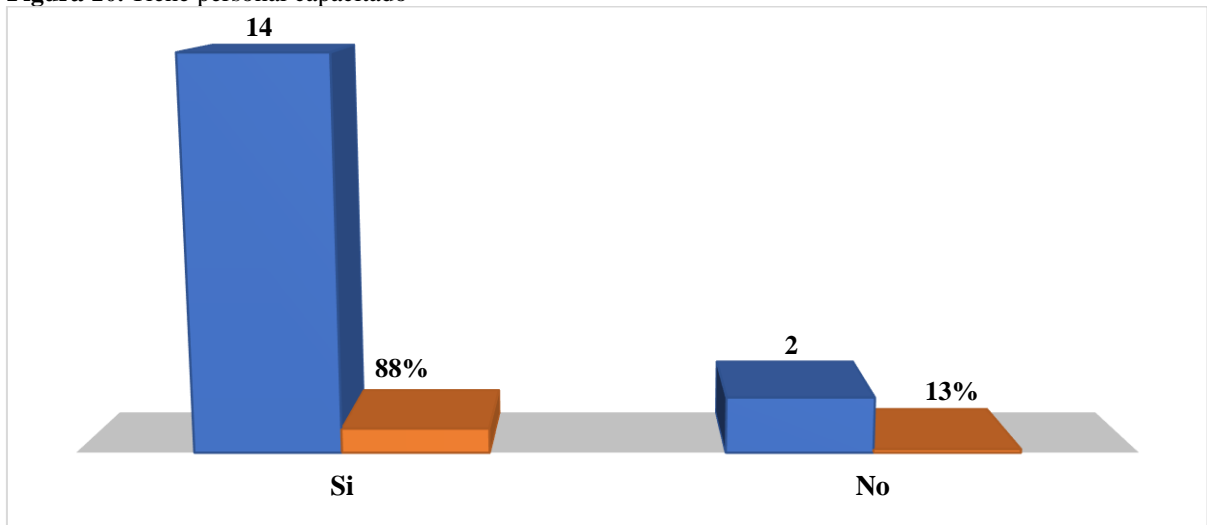
Tabla 12. Tiene personal capacitado

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Si	14	87
No	2	13
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 10. Tiene personal capacitado



Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis de interpretación

Al preguntar a los dueños de locales de heladería han manifestado que sí tiene personal capacitado para atender su negocio la respuesta fue del 87% sí lo tiene y apenas el 13% no. Este factor deja entrever que si dan capacitaciones al personal esto es bueno ya que va atender a los clientes de mejor manera y un trato especial a los clientes.

10.- ¿En qué área están capacitados sus personales de trabajo?

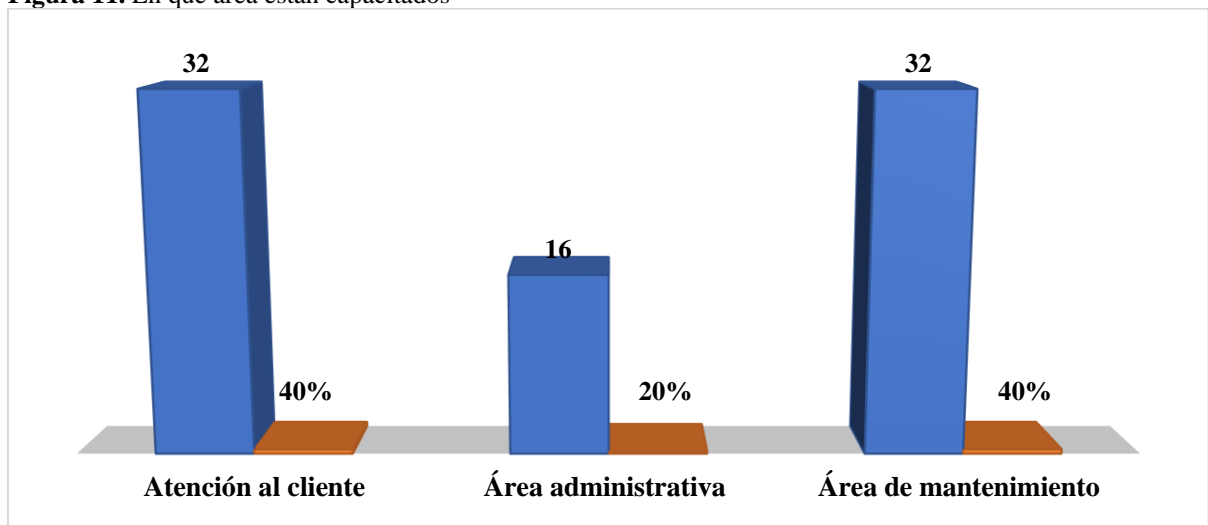
Tabla 13. En qué área están capacitados

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Atención al cliente	32	40
Área administrativa	16	20
Área de mantenimiento	32	40
Total	80	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 11. En qué área están capacitados



Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis de interpretación

Sobre esta pregunta, acerca de qué área están capacitados sus personales de trabajo de acuerdo a los dueños de las heladerías han manifestado que el 40% están capacitado para atención a cliente y el 20% está en área administrativa y el otro que es el 40% en área de mantenimiento. Al analizar los resultados de la encuesta se deja apreciar que si tienen personal capacitado en diferentes áreas como el de atención al cliente.

11.- El establecimiento que funciona su negocio es:

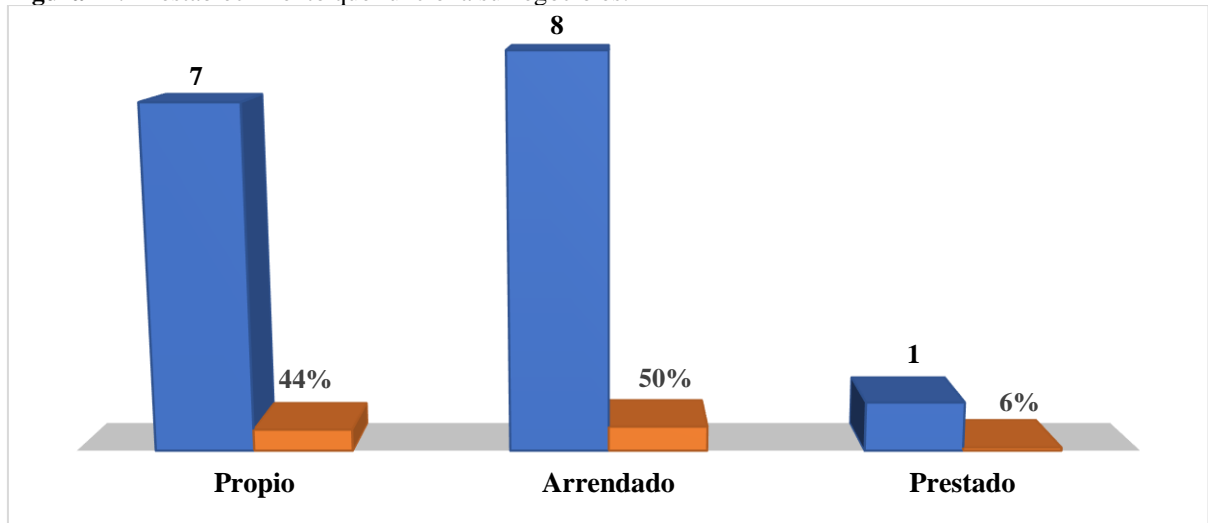
Tabla 14. El establecimiento que funciona su negocio es:

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Propio	7	44
Arrendado	8	50
Prestado	1	6
Total	16	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 12. El establecimiento que funciona su negocio es:



Fuente: Encuestas aplicadas a los Comerciantes de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis de Interpretación

El consultarle a los encuestados acerca del establecimiento que funciona su negocio es nos manifestaron que el 44% es propio su local de negocio mientras el 50% es arrendado y el otro 6% es prestado. Al analizar los resultados de la encuesta se deja apreciar que algunos establecimientos de negocio son arrendados.

11.2. Resultados de la encuesta dirigida a los Consumidores de Helados del cantón La Maná.

1.- ¿De los siguientes tipos de helados indique cuál es que más consume?

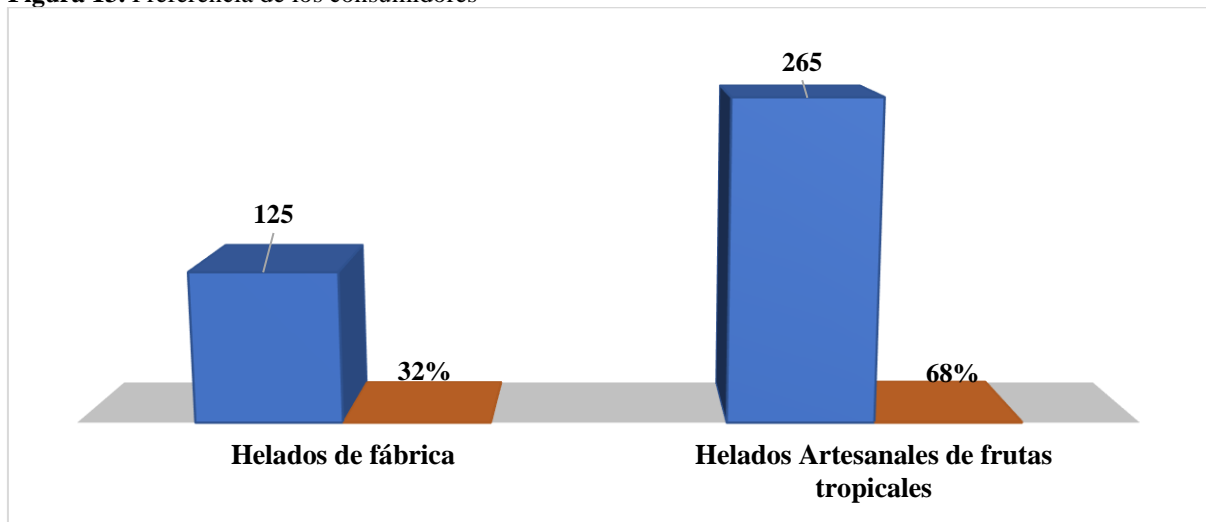
Tabla 15. Preferencia de los consumidores

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Helados de fábrica	125	32
Helados artesanales de frutas tropicales	265	68
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 13. Preferencia de los consumidores



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

El consultarle a los encuestados acerca de las preferencias de los consumidores el 32% manifiesta agrado por el consumo de helados de fábrica mientras que el 68% considera que los helados artesanales de frutas tropicales son la mejor opción. Al analizar los resultados de la encuesta se deja apreciar que los helados artesanales tienen muy buena captación dentro de la clientela y los consumidores por cuanto es viable el desarrollo de la aplicación del proyecto para realizar el estudio de factibilidad.

2.- Indique la frecuencia con la que consume helados?

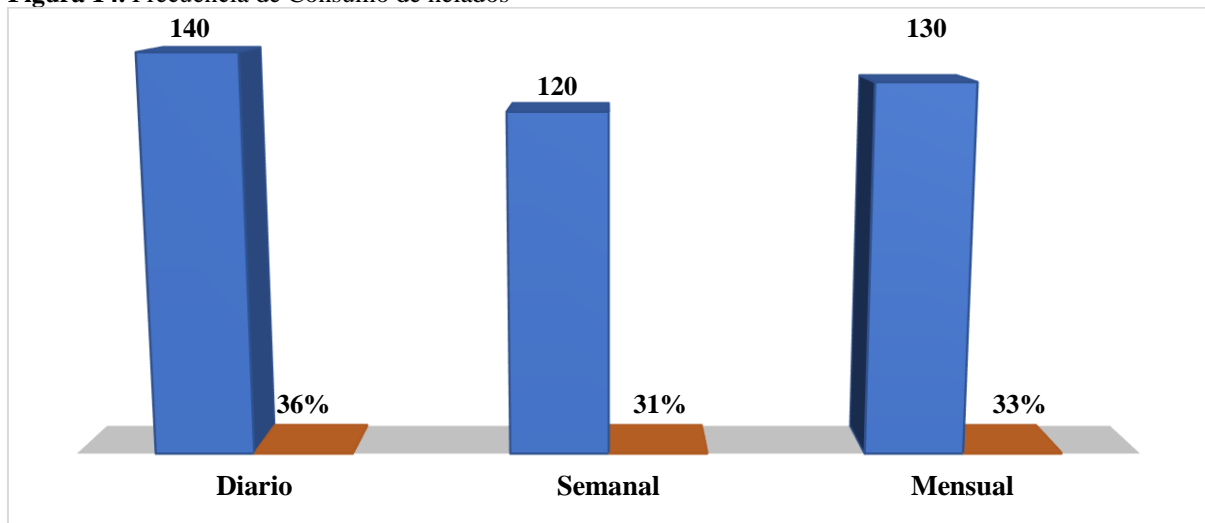
Tabla 16. Frecuencia de Consumo de helados

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Diario	145	36
Semanal	120	31
Mensual	130	33
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 14. Frecuencia de Consumo de helados



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al consultar a los encuestados sobre la frecuencia del consumo de helados su respuesta fue la siguiente el 36% manifiesta consumir helados de manera semanal, el 33% lo realiza de forma mensual y un 36% manifiesta que el consumo de helados lo realiza de manera diaria. Analizando esos aspectos se deja entrever que el consumo semanal es el que marcará el promedio de ventas dentro del negocio él mismo permite el crecimiento del emprendimiento brindándole la posibilidad de manejarse de una manera activa dentro del mercado.

3.- Indique la cantidad de helados que consume

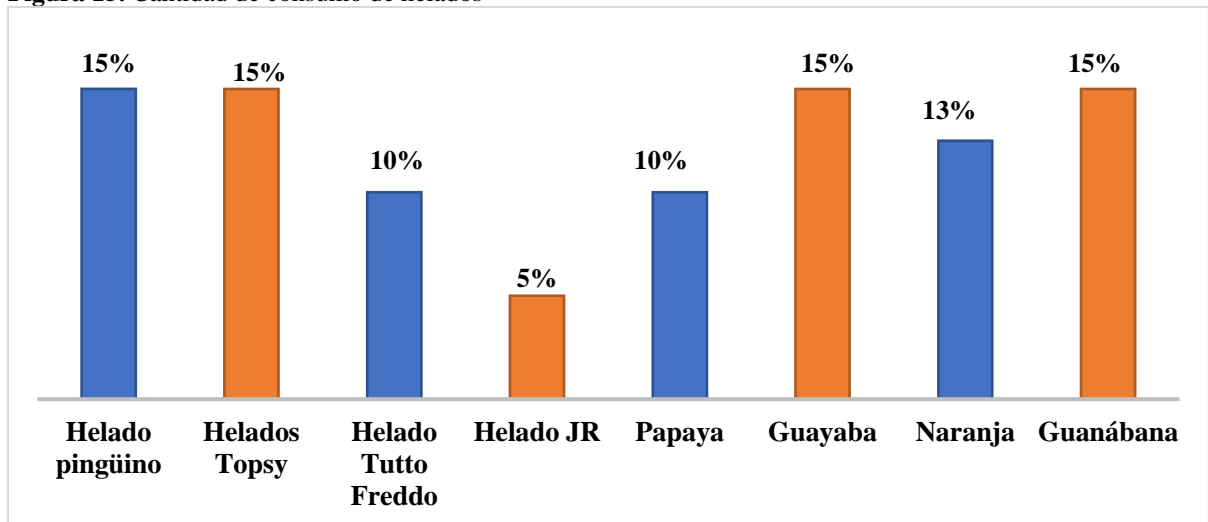
Tabla 17. Cantidad de consumo de helados

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Helado pingüino	60	15%
Helados Topsy	60	15%
Helado Tutto Freddo	40	10%
Helado JR	20	5%
Papaya	40	10%
Guayaba	60	15%
Naranja	50	13%
Guanábana	60	15%
Total	390	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 15. Cantidad de consumo de helados



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Los datos que refleja la encuesta permiten conocer que el 210% de los consumidores encuestados consumen helado artesanal de frutas tropicales mientras que el 180% consume helados que provienen de diferentes fábricas. Los resultados permiten determinar el consumo de los helados artesanales tiene gran acogida dentro de la comunidad por cuanto su venta comercialización o distribución es de buen impacto y puede generar un recurso económico importante para el emprendedor.

4.- Indique el precio que paga actualmente por el producto (helados) según el tipo?

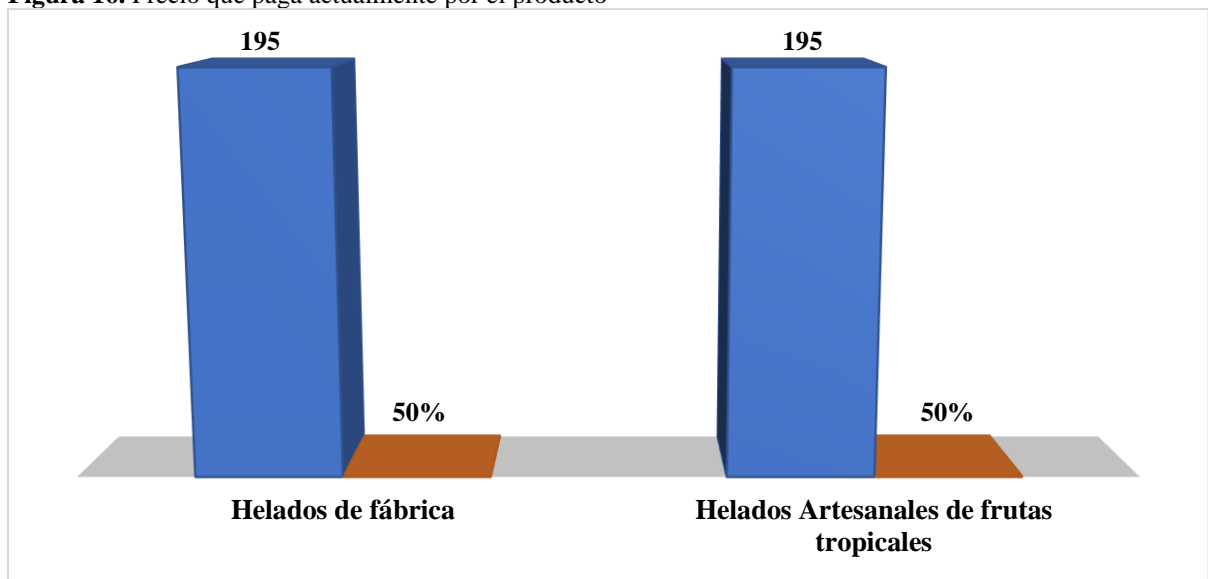
Tabla 18. Precio que paga actualmente por el producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Helados de fábrica	195	50
Helados artesanales de frutas tropicales	195	50
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 16. Precio que paga actualmente por el producto



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al consultar al consultar con los encuestados acerca del precio que se paga actualmente por los helados el 50% manifiesta que el helado artesanal tiene un costo promedio de 50 centavos y los helados provenientes de las fábricas el otro 50% considera que tiene el mismo valor. Los resultados permiten establecer una comparación acerca de los precios que se pagan actualmente por el producto los mismos que resultan ser equitativos partiendo de un valor promedio.

5.- Indique el precio que le gustaría pagar por el producto (helados)?

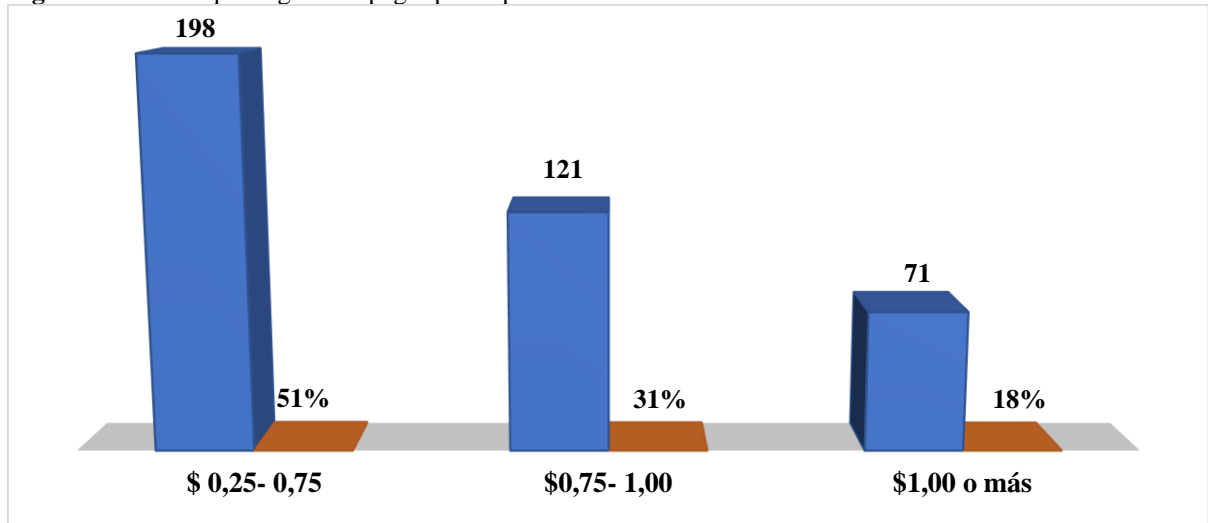
Tabla 19. Precio que le gustaría pagar por el producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
\$ 0,25 – 0.75	198	51
\$ 0,75 - 1,00	121	31
\$ 1,00 o más	71	18
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 17. Precio que le gustaría pagar por el producto



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que el precio que le gustaría pagar al consumir el helado el 51% manifiesta que le gustaría pagar entre 0,25 centavos a 0,75 y el 18% mientras que el 31% está dispuesto a pagar de 0,75 centavo a 1 dólar y el otro que es el 18% desea pagar de 1 dólar en adelante sería el valor óptimo a pagar por un helado de frutas tropicales. Tomando en consideración la diversidad de criterios todos permiten obtener ganancias de las ventas que se estima un proyecto por cuanto los valores a pagar están dentro del rango de lo determinado para poder realizar el emprendimiento.

6.- Indique el lugar en el que prefiere comprar el producto (helados).

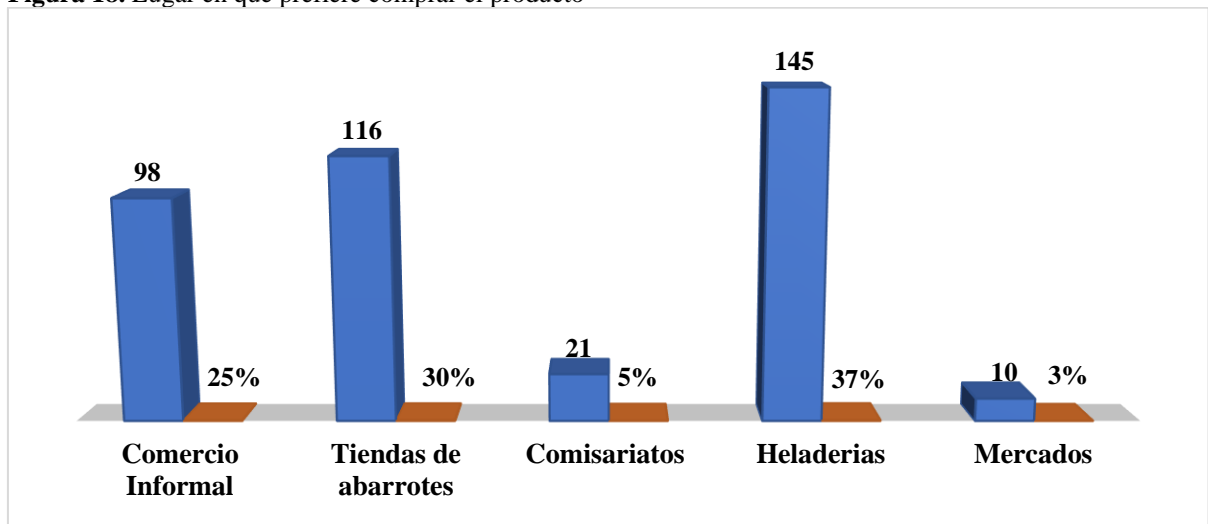
Tabla 20. Lugar en que prefiere comprar el producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Comercio informal	98	25
Tienda de abarrotes	116	30
Comisariatos	21	5
Heladerías	145	37
Mercados	10	3
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 18. Lugar en que prefiere comprar el producto



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al preguntar por el lugar en el que prefiere comprar el producto el 3% manifiesta que, en el mercado, el 25% considera que el comercio informal es un buen lugar para consumir el producto el 37% coincide con que las heladerías son el lugar perfecto para la compra de este tipo de productos y el 30% prefiere en tiendas y abarrotes es un buen lugar considera y por último el 5% compra los helados en los comisarios. Aunque existen diferentes tipos de comercio del producto la implementación de una heladería es una buena opción ya que está dentro de las que tienen mayor acogida.

7.- Indique el factor decisivo al momento de comprar el producto (helados).

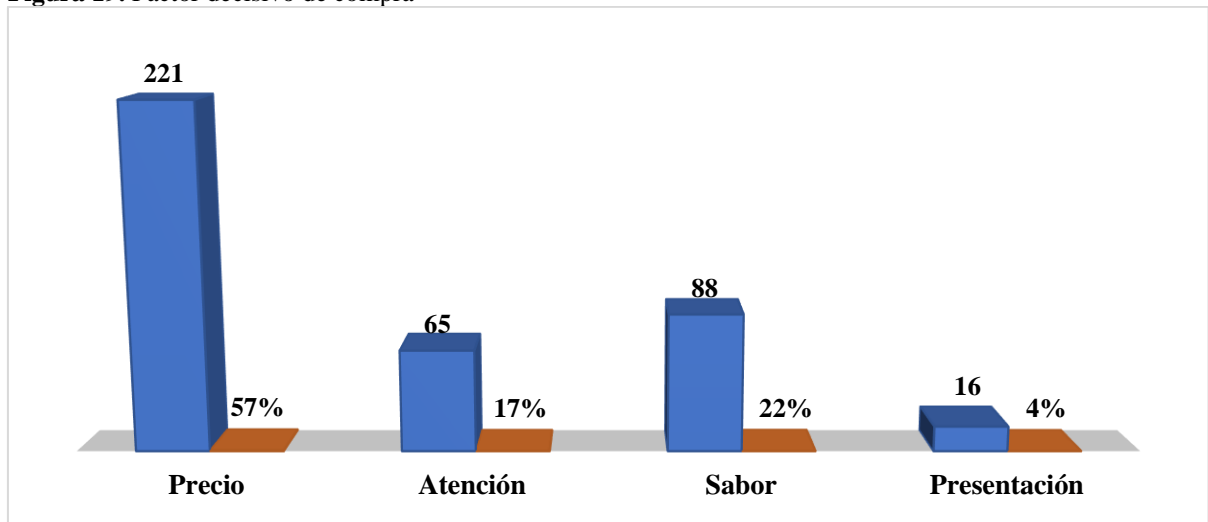
Tabla 21. Factor decisivo de compra

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Precio	221	57
Atención	65	17
Sabor	88	22
Presentación	16	4
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 19. Factor decisivo de compra



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al consultarle a los encuestados cuál sería el factor decisivo para la compra del producto el 57% manifestó que el precio, el 17% manifestó que la atención es prioritaria como el 22% considera que el factor decisivo es el sabor que tenga el producto y el 4% manifiesta que la presentación también tiene mucho que ver. Todos los factores expuestos dejan ver una necesidad que hay que tomar en cuenta a la hora de expedir los productos para poder cumplir con cada uno de los requisitos que tiene la comunidad como expectativas de compra y venta.

8.- Indique en que presentación prefiere el producto (helados) al momento de comprarlo.

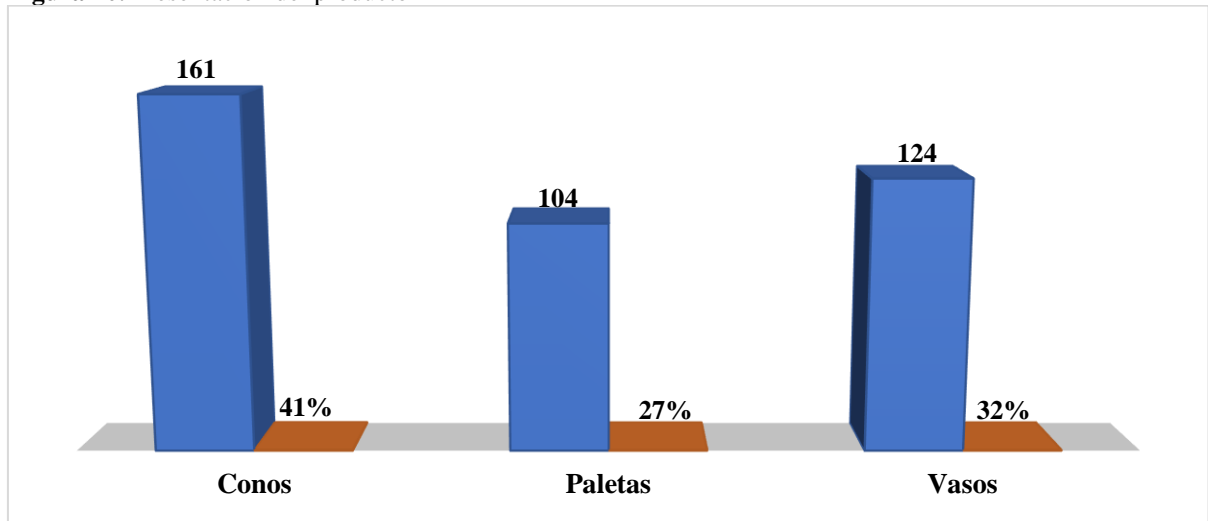
Tabla 22. Presentación del producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Conos	162	41
Paletas	104	27
Vasos	124	32
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 20. Presentación del producto



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Los encuestados consideran que la presentación del producto debe establecida de la siguiente manera el 27% paletas como el 41% considera que los conos son una presentación más atractiva y el 32% manifiesta que los vasos son mucho más cómodos. Analizando los resultados de la encuesta y se puede definir que las 3 presentaciones son importantes y necesarias para tomar en consideración dentro de la venta y el expendio del producto ya que facilitará la comercialización del mismo llenando las expectativas del cliente.

9.- Le gustaría que se implemente un negocio de venta de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná.

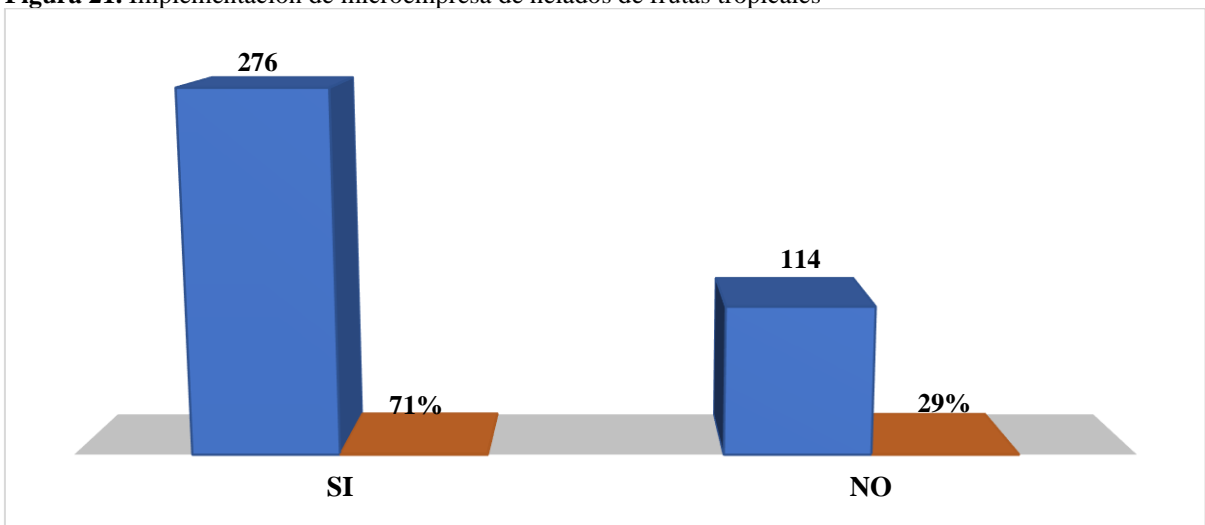
Tabla 23. Implementación de microempresa de helados de frutas tropicales

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Si	276	71
No	114	29
Total	390	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Figura 21. Implementación de microempresa de helados de frutas tropicales



Fuente: Encuestas aplicadas a los Consumidores de Helados del cantón La Maná, diciembre 2022

Elaborado por: Los Autores

Análisis e interpretación

Al preguntar a los encuestados si consideran importante la implementación de una microempresa productora de helados de frutas tropicales manifestaron que el 71% sí considera importante y el 29% no desean. Este factor deja entrever la necesidad que existe de cubrir la demanda del mercado en lo que corresponde a la comercialización ventas de los helados de frutas tropicales, así como también la podamos expandir nuestro negocio.

11.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.3.1. Conclusiones

- En la aplicación de las encuestas realizadas a los consumidores de helados de la pregunta N°1 que sabor de helados le gustaría consumir se pudo evidenciar que un 68% prefieren probar helados de frutas tropicales (Grafico N°12), lo que ayudo a obtener información útil para la creación del producto y así poder competir en el mercado de manera exitoso.
- Las encuestas realizadas a las los propietarios de 16 heladerías del cantón la Maná se pudo constatar que el 38% tiene de 7 a más años (ver gráfico 2), dentro del mercado cubriendo las necesidades de las familias Lamanense.
- De acuerdo a la encuesta aplicada a los consumidores del cantón La Maná se analiza la pregunta N°9 si se crea una microempresa productora de helados de frutas tropicales usted consumirá este producto teniendo como resultado que un 71% respondieron que definitivamente si le gustaría, lo que refleja que esta idea de emprendimiento sea aceptable.

11.3.2. Recomendaciones

- Con la respuesta anterior a las encuestas aplicadas recomendamos satisfacer las necesidades y expectativas que el consumidor espera a través de nuevo producto helados de frutas tropicales para así dar las preferencias a los consumidores potenciales y poder competir en el mercado.
- Recomendamos elaborar un plan estratégico para ello primero debemos conocer la trayectoria de la competencia. Una vez investigado aplicar distintas estrategias para que nuestro producto tenga una diferencia que lo haga destacar entre los consumidores
- Recomendamos enfocar en la presentación del producto de manera llamativa que impulse a las familias lamanense a consumirlas priorizando siempre la calidad y el servicio.

11.4. Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de helados en el cantón La Maná, año 2023.”

11.4.1. Estudio de mercado

11.4.2. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y la demanda de la producción de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná.

11.4.3. Objetivos específicos

- Conocer la oferta actual y proyectada que tiene la producción de helados de frutas tropicales dentro del cantón La Maná.
- Determinar la demanda actual y proyectada para conocer el índice referencial de la misma dentro del cantón La Maná.
- Conocer mediante el cálculo respectivo la demanda insatisfecha en lo que corresponde a la producción de helados de frutas tropicales dentro del cantón.

11.4.4. Oferta actual

Para determinar de manera eficiente la oferta actual del producto se realizó una encuesta dirigida a los productores y a la población que realiza el consumo de la misma tomando en consideración estos valores se establecieron los siguientes resultados:

Tabla 24. Oferta actual

Opciones	Unidades semanales	Unidades mensuales	Unidades anuales
Helado Pingüino	30	120	1,440
Helados Topsy	30	120	1,440
Helado Tutto Freddo	20	80	960
Helado JR	10	40	480
Papaya	20	80	960
Guayaba	30	120	1,440
Naranja	20	80	960
Guanábana	30	120	1,440
Total	190	760	9,120

Fuente: Encuesta los propietarios de negocios de venta de helado del cantón

Elaborado por: Los Autores

11.4.5. Oferta proyectada

La oferta proyectada parte del resultado obtenido por la encuesta inicial y una tasa de crecimiento del 0.032 % los resultados fueron los siguientes:

Tabla 25. Oferta proyectada

Opciones	Unidades anuales actuales	Tasa de crecimiento %	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Helado pingüino	1,440	0.032	1,486	1,534	1,583	1,633
Helados Topsy	1,440	0.032	1,486	1,534	1,583	1,633
Helado Tutto Freddo	960	0.032	991	1,022	1,055	1,089
Helado JR	480	0.032	495	511	528	544
Papaya	960	0.032	991	1,022	1,055	1,089
Guayaba	1,440	0.032	1,486	1,534	1,583	1,633
Naranja	960	0.032	991	1,022	1,055	1,089
Guanábana	1,440	0.032	1,486	1,534	1,583	1,633
Total	9,120		9,412	9,713	10,024	10,345

Fuente: encuesta a los propietarios de negocios de venta de helado del cantón

Elaborado por: Los Autores

11.4.6. Demanda Actual

Para poder determinar la demanda actual de la producción de Helados de frutas tropicales en el cantón se tomaron como base los datos reflejados en la encuesta realizada a los consumidores la misma que denoto los siguientes resultados:

Tabla 26. Demanda actual

Opciones	Unidades semanales	Unidades mensuales	Unidades anuales
Helado pingüino	60	240	2,304
Helados Topsy	60	240	2,304
Helado Tutto Freddo	40	160	1,536
Helado JR	20	80	768
Papaya	40	160	1,536
Guayaba	60	240	2,304
Naranja	50	200	1,920
Guanábana	60	240	2,304
Total	390	1,560	14,974

Fuente: encuesta a los consumidores de helado del cantón

Elaborado por: Los Autores

Tabla 27. Demanda proyectada

Opciones	Demanda Actual	Tasa de crecimiento %	Demanda Proyectada			
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Helado Pingüino	2,304	0.032	2,373	2,444	2,517	2,593
Helados Topsy	2,304	0.032	2,373	2,444	2,517	2,593
Helado Tutto Freddo	1,536	0.032	1,582	1,629	1,678	1,729
Helado JR	768	0.032	791	815	839	864
Papaya	1,536	0.032	1,582	1,629	1,678	1,729
Guayaba	2,304	0.032	2,373	2,444	2,517	2,593
Naranja	1,920	0.032	1,977	2,037	2,098	2,161
Guanábana	2,304	0.032	2,373	2,444	2,517	2,593
Total	14,974		15,423	15,886	16,362	16,853

Fuente: encuesta a los consumidores de helado del cantón

Elaborado por: Los Autores

11.4.7. Demanda insatisfecha

Para la realización del cálculo de la demanda insatisfecha es importante tener los dos valores tanto de la oferta como la demanda la operación consiste en la resta de la oferta proyectada y de la demanda proyectada con toda la población que se encuentra dentro del cantón en la zona urbana teniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 28. Demanda Insatisfecha

PRODUCTO	DEMANDA	OFERTA	DI = D - O
Helado Pingüino	2,304	1,440	864
Helados Topsy	2,304	1,440	864
Helado Tutto Freddo	1,536	960	576
Helado JR	768	480	288
Papaya	1,536	960	576
Guayaba	2,304	1,440	864
Naranja	1,920	960	960
Guanábana	2,304	1,440	864
Total	14,974	9,120	5,854

Fuente: encuesta a los consumidores de helado del cantón

Elaborado por: Los Autores

11.4.8. Análisis de precios de los helados en el Cantón La Maná

Tabla 29. Análisis de precio

Descripción	Producto	Precio
Heladería Bugatti	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	x
Heladería Green Frost	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	X
Heladería Rey Paletas	Cono	X
	Vaso	X
	Paleta	1.00
Heladería Car Vik	Cono	0.50
	Vaso	1.00
	Paleta	0.75
Heladería Mily	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	X
Helados de queso	Cono	1.50
	Vaso	2.00
	Paleta	X
Heladería las cascadas	Cono	1.00
	Vaso	2.00
	Paleta	1.00
Heladería Antojitos	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	0.50
Heladería fruits coffe	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	0.50
Heladería Dulce crepes	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	X
Heladería Dubái	Cono	1.00
	Vaso	1.25
	Paleta	0.50
Soda bar Josselyn	Cono	1.00
	Vaso	1.50
	Paleta	X
Heladería Carmita	Cono	X
	Vaso	0.50
	Paleta	0.50
Heladería Rinconcito del Sabor	Cono	X
	Vaso	X
	Paleta	0.50
Heladería Adelita	Cono	0.50
	Vaso	0.75
	Paleta	0.50
Heladería y panadería Adonay	Cono	X
	Vaso	X
	Paleta	0.50

Elaborado por: Los Autores

11.5. Estudio técnico para la creación de una microempresa de productora de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná.

11.5.1. Objetivo General

Elaborar un estudio técnico que permita la creación de una microempresa dedicada a la producción de helados en el cantón La Maná.

11.5.2. Objetivos Específicos

- Establecer el tamaño del proyecto
- Establecer la ubicación y la disponibilidad de los recursos, así como la localización del mismo.
- Determinar la ingeniería del proyecto.
- Establecer recursos como inversión, equipos, mano de obra del proyecto.
- Determinar de manera específica la estructura organizativa y legal de la microempresa a constituirse.

11.5.3. Tamaño del proyecto

Tabla 30. Tamaño del proyecto

DEMANDA	OFERTA	DI = O-D	capacidad Instalada	Tamaño del proyecto
2,304	1,440	-864	143.98	4.80
2,304	1,440	-864	143.98	4.80
1,536	960	-576	95.99	3.20
768	480	-288	47.99	1.60
1,536	960	-576	95.99	3.20
2,304	1,440	-864	143.98	4.80
1,920	960	-960	119.98	4.00
2,304	1,440	-864	143.98	4.80

Elaborado por: Los Autores

11.5.4. Ubicación y disponibilidad del recurso

Localización:

El emprendimiento se ubicará en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi ya que el mismo constituye una fuente importante para la producción del producto determinado tomando en cuenta la población y los rubros que genera la demanda insatisfecha del producto.



Figura 22: Localización
Fuente: Google maps

11.5.5. Croquis de la microempresa

La Ganga	Av. 19 de mayo	Farmacia Comunitaria
Av. San pablo		Av. los Álamos
Heladería ●		Parque
Librería Quevedo		AV. Manabí
		Farmacia San Vicente

Figura 23: Ubicación
Fuente: Croquis de la microempresa

11.5.6. Disponibilidad de recursos

11.5.6.1. Proveedores

Al tratarse de producción artesanal el cantón La Maná cuenta con los suficientes productores para satisfacer de manera eficiente la oferta y demanda de la producción, de esta manera se convierte en un punto que suma a favor de la micro empresa.

11.5.6.2. Disponibilidad de servicios básicos

Las instalaciones donde se da el funcionamiento de la micro empresa cuentan con todos los servicios básicos adecuados para la producción y ventas del producto además de brindar una calidad de atención al cliente que cumpla con las expectativas y mejore las ventas en comparación con la competencia.

11.5.6.3. Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra es importante ya que la persona encargada debe tener experiencia en la elaboración de helados, así como en la atención al cliente.

11.5.6.4. Requerimiento del proyecto

Tabla 31. Mano de obra necesaria para la comercialización de helados

Detalle	Cantidad	Sueldo Mensual
Mano de Obra Directa		
Vendedor	1	450.00
Preparador	1	450.00
Mano de Obra Indirecta		
Cajero	1	450.00
Total	3	1350.00

Elaborado por: Los autores

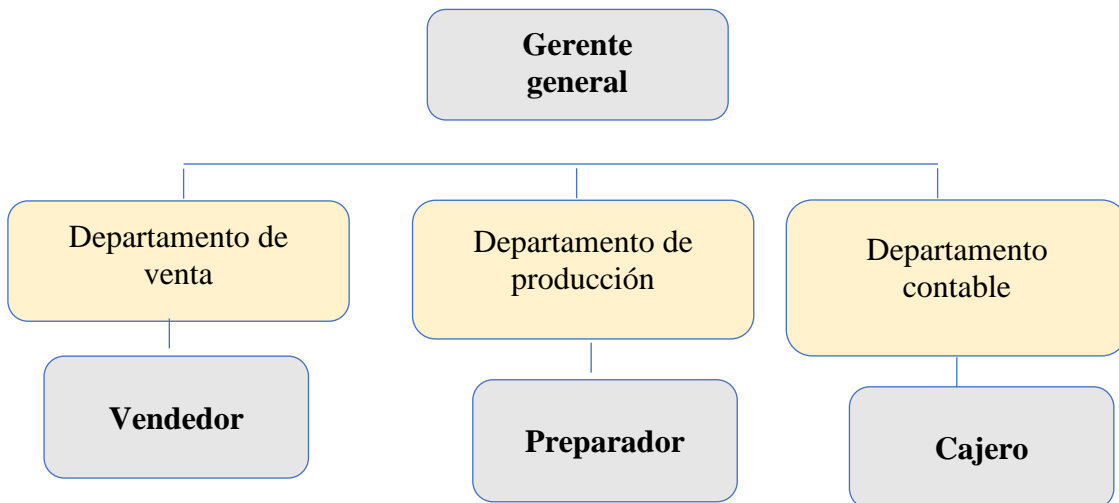
Tabla 32. Presupuesto para la adquisición de activos fijos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Licuadora Industrial	2	\$ 225.00	\$ 450.00
Batidora	2	\$ 75.00	\$ 150.00
Congelador	1	\$1700.00	\$ 1700.00
Vitrina de helados	1	\$2200.00	\$2200.00
Cuchara de helados	5	\$ 10.00	\$ 50.00
Estanterías	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Total		\$4,235.00	\$4,600.00

Elaborado por: Los autores

11.5.6.5. Organización y marco legal

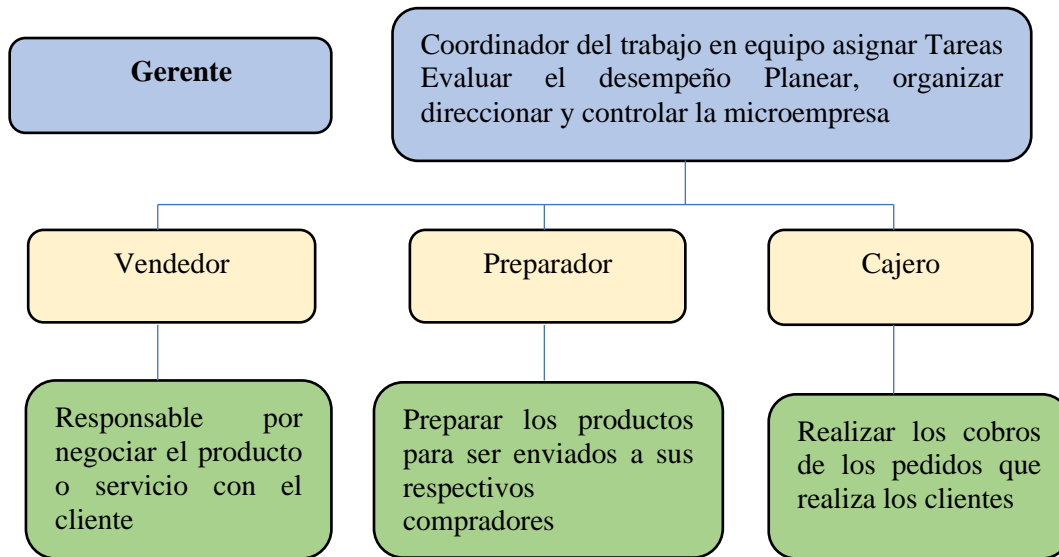
A continuación, se muestra la estructura organizacional de la empresa

Figura 24. Organigrama

Elaborado por: Los autores

11.5.7. Manual de funciones

Figura 25. Organigrama Funcional



Elaborado por: los autores

11.5.7.1. Ingeniería del producto

11.5.7.2. Características del producto

Dentro de la elaboración de los helados de frutas tropicales, en primer punto se extrae la pulpa de los frutos a realizarle el helado hasta que se consiga una masa espesa, posteriormente se procede a retirar los sólidos que no aportan nada a la producción y se deja únicamente el líquido, a este se le agrega leche de preferencia que no contenga lactosa teniendo en cuenta la cantidad que se va a preparar, se agrega azúcar Stevia al gusto, vainillina, y una vez ya preparado nuestra base para helado se vierte la mezcla en un recipiente de aluminio denominada paila, mismo que fuera de él se encontrará otro recipiente este contendrá sal en grano y hielo picado, y con movimientos constantes y de forma circular se logrará que este se congele y se forme el helado listo para el consumo.

11.5.7.3. Ingredientes a utilizar para la elaboración de los helados

- Frutas tropicales
- Leche deslactosada
- Azúcar Stevia
- Vainillina

- Omogel

11.5.7.4. Diseño del proceso

El producto que se ofrece en este proyecto es un producto de frutas tropicales se denominado como helado, buscando ofrecer en este producto, uno que reúna todas las características que el consumidor y potencial cliente necesite o demande, esto para lograr una completa satisfacción de su necesidad para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y diferencias de los demandantes.

11.5.7.5. Proceso de producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, aquí se indica las fases del proceso.

Tabla 33. Proceso de producción

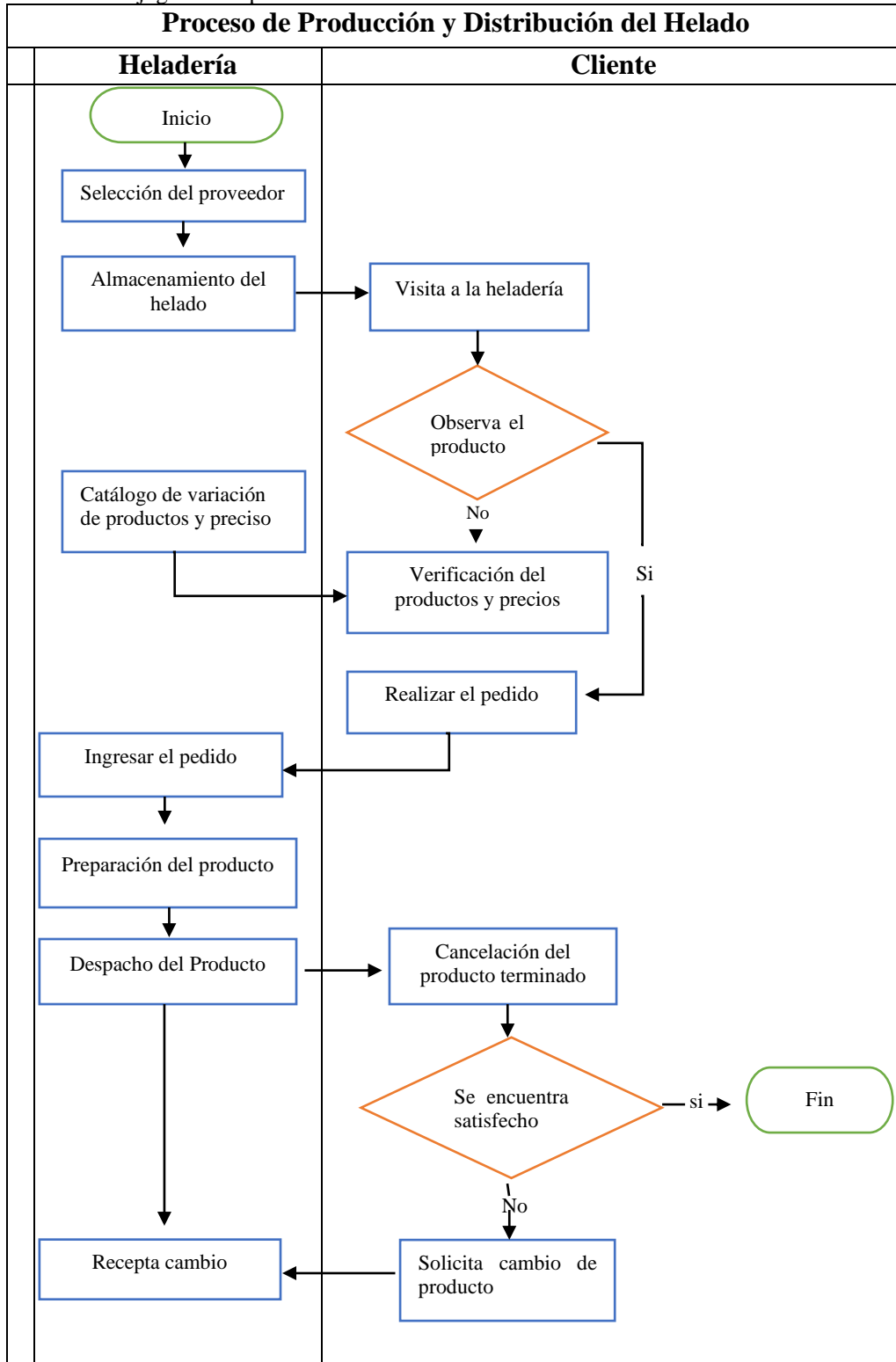
Proceso de Producción	1. Recibir la mezcla pasteurizada, frutas tropicales homogenizada y mantecada (Materia Prima)
	2. Envasado
	3. Conservación
	4. Exposición en vitrina
Servir	5. Servir en conos, vasos etc.
	6. Decoración
	7. Despacho del Helado

Elaborado por: Los autores

11.5.8. Especificación del proceso de producción y distribución

A continuación, se presenta el flujograma con el proceso de producción y distribución del helado.

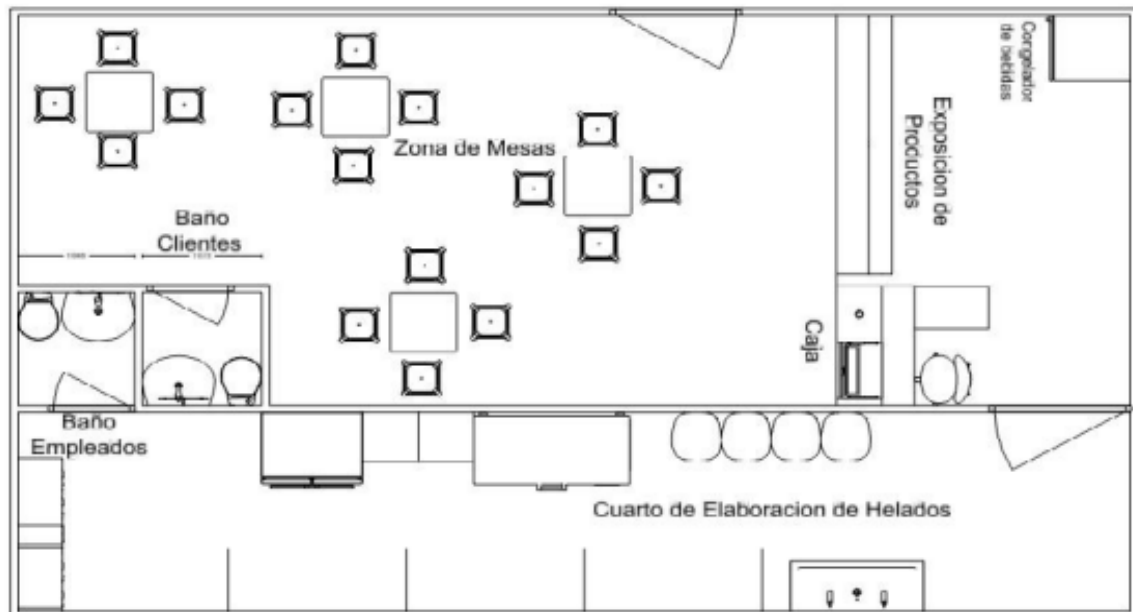
Tabla 34. Flujograma de proceso



Elaborado por: Los autores

11.5.8.1. Distribución de planta de producción

Para la distribución de la planta del local requerido para la microempresa tiene una extensión de 10 m de profundidad por 6 m de ancho la misma que cuenta con espacio para atención al cliente baños para hombres y mujeres y un cuarto especialmente destinado a la elaboración del producto.



11.5.8.2. Razón social

Nombre: Heladería Tropicana

Logo tipo



Figura 26. Heladería Tropicana

Slogan: Dale sabor a tus momentos

11.5.8.3. Principios y valores

La amabilidad: Cada vez que un cliente nos visite lo trataremos como si fuera la primera vez, es decir siempre lo haremos sentir de una manera agradable mientras disfruta de nuestros servicios.

La cortesía: ser cortés con nuestros clientes, darles un buen trato basado en el respeto.

La Confiabilidad: Tenemos la capacidad de prestar el servicio prometido con seguridad y correctamente.

La calidad de nuestros productos y servicios siempre será la mejor con el fin de que nuestros clientes siempre disfruten al máximo de estos.

Sostener y promover permanentemente relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas con los clientes proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo.

11.5.8.4. Aspecto Legal

Para poder implementar de manera adecuada una microempresa dedicada a cualquier actividad económica es importante cumplir con los requisitos establecidos dentro de la ley vigente que rige nuestro país dentro de este contexto la inscripción y el funcionamiento de la microempresa debe regirse a toda la documentación y permisos exigidos por la ley con el único propósito de normar su funcionamiento y actividades hora lo cual sus representantes legales deben incurrir con la siguiente documentación:

- Plantilla de revisión por el cuerpo de bomberos
- Permiso de funcionamiento respectivo
- Cédula de identidad de los propietarios o representantes
- RUC vigente

11.6. Estudio económico y financiero

El estudio económico se realizó con la finalidad de determinar la existencia de la factibilidad económica en el desarrollo de un proceso de inversión para la creación de una microempresa dedicada a la producción de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná la misma que

fue elaborada con un esquema sencillo para ver la estimación de gastos ventas y costos de inversión.

11.6.1. Objetivo General

- Realizar un estudio económico que permita conocer la factibilidad de la creación de una Microempresa dedicada a la producción de helados.

11.6.2. Objetivos específicos

- Determinar la inversión total requerida para la implementación de una microempresa dedicada a la producción de las mejores frutas tropicales.
- Realizar el cálculo de los ingresos costos fijos y variables gastos administrativos financieros para la ejecución del proyecto y desarrollo de los ejercicios contables

11.6.3. Inversión Inicial

Al hablar de inversión inicial comprende la adquisición de todos los gastos y costos que influyen en la inversión del proyecto en este acápite se presentan los montos de inversión los mismos que ascienden a la cantidad de \$16,173.35 la misma que está dividida dentro de los siguientes rubros.

11.6.4. Activos fijos

Tabla 35. Equipo de cocina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Licuada Industrial	2	\$225.00	450.00
Batidora	2	\$75.00	150.00
Congelador	1	\$1,700.00	1700.00
Vitrina de helados	1	\$2,200.00	2200.00
Cuchara de helados	5	\$10.00	50.00
Estanterías	2	\$25.00	50.00
DEVOLUCIÓN:		SUBTOTAL	4600.00
Total		4600.00	

Elaborado por: Los autores

Tabla 36. Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesas	6	\$45.00	\$270.00
Televisor	1	\$350.00	\$350.00
Sillas	20	\$8.00	\$160.00
Total			\$780.00

Elaborado por: Los autores

Tabla 37. Equipo de computo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computador	1	\$683.00	\$683.00
Impresora	1	\$60.00	\$60.00
Caja registradora	1	\$220.00	\$220.00
Total			\$ 963.00

Elaborado por: Los autores

Tabla 38. Depreciación

Descripción	Valor	Vida útil	V. desecho	Depreciación anual	Depreciación Mensual
Equipos de cocina					
Licuadaora industrial	\$225.00	5	\$22.50	\$40.50	\$3.38
Batidora	\$75.00	5	\$7.50	\$13.50	\$1.13
Congelador	\$1,700.00	5	\$170.00	\$306.00	\$25.50
Vitrina de helados	\$2,200.00	5	\$220.00	\$396.00	\$33.00
Estanterías	\$25.00	5	\$2.50	\$4.50	\$0.38
Muebles y enseres					
Mesas	\$45.00	5	\$4.50	\$8.10	\$0.68
Televisor	\$350.00	5	\$35.00	\$63.00	\$5.25
Sillas	\$8.00	5	\$0.80	\$1.44	\$0.12
Equipo de cómputo					
Computador	\$683.00	3	\$68.30	\$204.90	\$17.08
Impresora	\$60.00	3	\$6.00	\$18.00	\$1.50
Caja registradora	\$220.00	3	\$22.00	\$66.00	\$5.50
TOTAL				\$1,121.94	\$93.50

Elaborado por: Los autores

11.6.5. Gastos

11.6.6. Gatos de constitución

A continuación, se detallan los valores de los gastos que se toman en cuenta para la creación de la microempresa dedicado a la producción de helados de frutas tropicales en el cantón La Maná

Tabla 39. Tramites de constitución

Descripción	Valor
Trámites de inscripción	\$ 250.00
Trámites SRI	\$ 10.00
Inscripción cámara de comercio	\$ 25.00
Patente municipal	\$ 85.00
Permiso de cuerpo de bomberos	\$ 40.00
TOTAL	\$410.00

Elaborado por: Los autores

11.6.7. Mano de obra

La mano de obra está constituida por el personal que trabaja dentro de las instalaciones de la microempresa en este caso tenemos 3 operarios que trabajarán en diferentes funciones como la principal la gerencia que es la base de la instalación del negocio, por otro lado la preparación de los alimentos que es importante para cubrir con las necesidades y requerimientos de la microempresa y de la población y por último la cajero que es la encargada y la responsable de todo movimiento contable que realice en la microempresa.

Tabla 40. Mano de obra

Personal	Sueldo básico	Aporte patronal IESS 11.15%	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Fondo de reserva	Total, a recibir
Administrativo							
Gerente	\$ 500.00	\$ 55.75	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 20.83	\$ 41.67	\$ 695.33
Cajero	\$ 450.00	\$ 50.18	\$ 37.50	\$ 35.42	\$ 18.75	\$ 37.50	\$ 629.34
	\$ 950.00	\$ 105.93	\$ 79.17	\$ 70.83	\$ 39.58	\$ 79.17	\$ 1,324.68
Producción							
Preparador	\$ 450.00	\$ 50.18	\$ 37.50	\$ 35.42	\$ 18.75	\$ 37.50	\$ 629.34
Vendedor	\$ 450.00	\$ 50.18	\$ 37.50	\$ 35.42	\$ 18.75	\$ 37.50	\$ 629.34
Total	\$ 900.00	\$ 100.35	\$ 75.00	\$ 70.83	\$ 37.50	\$ 75.00	\$ 1,258.68

Elaborado por: Los autores

11.6.8. Gastos de publicidad

A continuación, se detallan los gastos que se realizarán por publicidad para el mejoramiento de la rentabilidad del negocio.

Tabla 41. Publicidad

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual
Radial	10	15	150	1800
Total				\$1,800.00

Elaborado por: Los autores

11.6.9. Servicio básico

El siguiente cuadro estipula los gastos que se realizarán para los servicios básicos para los servicios básicos del negocio en funcionamiento.

Tabla 42. Servicio básico

Descripción	Mensual	Anual
Servicios de luz	\$70.00	\$840.00
Servicio de agua	\$25.00	\$300.00
Internet y teléfono	\$27.34	\$328.08
Consumo de gas	\$30.00	\$360.00
Total	\$152.34	\$1,828.08

Elaborado por: Los autores

11.6.10. Insumos de limpieza

El cuadro a continuación muestra la descripción de los insumos de limpieza, así como su cálculo mensual la descripción de los insumos de limpieza, así como su cálculo mensual y anual el mismo que el mismo que permitirá conocer y calcular los gastos operacionales.

Tabla 43. Insumo de limpieza

Descripción	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Escoba	3	\$1.25	\$3.75	\$45.00
Desinfectante	2	\$3.50	\$7.00	\$84.00
Ambiental	1	\$7.00	\$7.00	\$84.00
Papel higiénico	2	\$7.75	\$15.50	\$186.00
Fundas de basura	1	\$5.00	\$5.00	\$60.00
Tachos de basura	1	\$5.00	\$5.00	\$60.00
TOTAL			\$43.25	\$519.00

Elaborado por: Los autores

11.6.10.1. Capital de trabajo

En el cuadro continuación se muestra el capital de trabajo del establecimiento el mismo que permite y detalla a cada uno de los respectivos costos.

Tabla 44. Capital de trabajo

Detalle	Valor	Valor trimestral
Costos de producción		
Mano de obra	\$629.34	\$1,888.03
Materiales directos	\$127.00	\$381.00
CIF	\$195.59	\$586.77
Gastos administrativos		
Suministros de oficina	\$50.00	\$150.00
Sueldos	\$1,324.68	\$3,974.03
Amortizaciones	\$34.17	\$102.50
Gastos de ventas		
Sueldos	\$629.34	\$1,888.03
Publicidad	\$150.00	\$450.00
Total	\$3,140.12	\$9,420.35

Elaborado por: Los autores

11.6.10.2. Financiamiento

Es importante considerar para la inversión para la creación de esta microempresa es a través de un crédito que los propietarios adquieren en una entidad bancaria el mismo que tiene el valor de 10000 USD y está proyectado a 36 meses pago con una tasa de interés del 12%, el monto restante será financiado con recursos propios.

Tabla 45. Financiamiento

Valor del préstamo	\$10,000
Tasa de interés anual	0.12
Tiempo (años)	3
Periodos (mensualidades)	36
Cuota nivelada	\$458.04

N.º	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
0				10,000
1	\$458.04	\$158.04	300	\$9,841.96
2	\$458.04	\$162.78	295.26	\$9,679.18
3	\$458.04	\$167.66	290.38	\$9,511.52
4	\$458.04	\$172.69	285.35	\$9,338.83
5	\$458.04	\$177.87	280.16	\$9,160.96
6	\$458.04	\$183.21	274.83	\$8,977.75
7	\$458.04	\$188.71	269.33	\$8,789.04
8	\$458.04	\$194.37	263.67	\$8,594.67
9	\$458.04	\$200.20	257.84	\$8,394.48
10	\$458.04	\$206.20	251.83	\$8,188.27
11	\$458.04	\$212.39	245.65	\$7,975.88
12	\$458.04	\$218.76	239.28	\$7,757.12
13	\$458.04	\$225.32	232.71	\$7,531.80
14	\$458.04	\$232.08	225.95	\$7,299.71
15	\$458.04	\$239.05	218.99	\$7,060.67
16	\$458.04	\$246.22	211.82	\$6,814.45
17	\$458.04	\$253.60	204.43	\$6,560.84
18	\$458.04	\$261.21	196.83	\$6,299.63
19	\$458.04	\$269.05	188.99	\$6,030.58
20	\$458.04	\$277.12	180.92	\$5,753.46
21	\$458.04	\$285.43	172.60	\$5,468.03
22	\$458.04	\$294.00	164.04	\$5,174.03
23	\$458.04	\$302.82	155.22	\$4,871.21
24	\$458.04	\$311.90	146.14	\$4,559.31
25	\$458.04	\$321.26	136.78	\$4,238.05
26	\$458.04	\$330.90	127.14	\$3,907.16
27	\$458.04	\$340.82	117.21	\$3,566.33
28	\$458.04	\$351.05	106.99	\$3,215.29
29	\$458.04	\$361.58	96.46	\$2,853.71
30	\$458.04	\$372.43	85.61	\$2,481.28
31	\$458.04	\$383.60	74.44	\$2,097.68
32	\$458.04	\$395.11	62.93	\$1,702.57
33	\$458.04	\$406.96	51.08	\$1,295.61
34	\$458.04	\$419.17	38.87	\$876.44
35	\$458.04	\$431.74	26.29	\$444.70
36	\$458.04	\$444.70	13.34	\$0.00
Total	\$9,160.76	\$4,246.54	\$4,914.22	

Elaborado por: Los autores

11.6.10.3. Materia prima

Las materias primas principales para la producción de helados de fruta se detallan a continuación:

Tabla 46 Helado de papaya

Producto	Unidad de medida	V. unitario	Cantidad mensual	Valor mensual	Valor anual
Leche	Litro	\$0.75	30	\$22.50	\$270.00
Papaya	unidades	\$1.00	10	\$10.00	\$120.00
Azúcar	Kg	\$0.90	10	\$9.00	\$108.00
Total				\$41.50	\$498.00

Elaborado por: Los autores

Tabla 47. Helado de guayaba

Producto	Unidad de medida	V. unitario	Cantidad mensual	Valor mensual	Valor anual
Leche	Litro	\$0.75	30	\$22.50	\$270.00
Pulpa Guayaba	Kg	\$1.00	10	\$10.00	\$120.00
Azúcar	Kg	\$0.90	10	\$9.00	\$108.00
Total				\$41.50	\$498.00

Elaborado por: Los autores

Tabla 48. Helado de naranja

Producto	Unidad de medida	V. unitario	Cantidad mensual	Valor mensual	Valor anual
Leche	Litro	\$0.75	30	\$22.50	\$270.00
Pulpa Naranja	Kg	\$1.25	10	\$12.50	\$150.00
Azúcar	Kg	\$0.90	10	\$9.00	\$108.00
Total				\$44.00	\$528.00

Elaborado por: Los autores

Tabla 49. Helado de guanábana

Producto	Unidad de medida	V. unitario	Cantidad mensual	Valor mensual	Valor anual
Leche	Litro	\$0.75	30	\$22.50	\$270.00
Pulpa guanábana	Kg	\$1.25	10	\$12.50	\$150.00
Azúcar	Kg	\$0.90	10	\$9.00	\$108.00
Total				\$44.00	\$528.00

Elaborado por: Los autores

11.6.10.4. Materia prima indirecta

Tabla 50. Tabla precio unitario helados

Producto	Unidad de medida	V. unitario	Cantidad mensual	Valor mensual	Valor anual
Cono	Unidades	\$ 0.08	1240	\$ 95.09	\$ 1,141.09
Vasos	Unidades	\$ 0.17	1012	\$ 172.01	\$ 2,064.15
Palos de helado	Unidades	\$ 0.01	1012	\$ 12.14	\$ 145.70
Total					\$ 3,350.95

Elaborado por: Los autores

11.6.10.5. Costos totales de producción

Los costos directos e indirectos incluyen los materiales directos y la mano de obra todo lo expuesto se detalla a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla 51. Costos directos e indirectos

Descripción	AÑOS				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos directos					
Mano de obra directa	\$7,552.10	7552.10	7552.10	7552.10	7552.10
Materia prima directa	\$2,052.00	\$2,195.64	\$2,349.33	\$2,513.79	\$2,689.75
SUBTOTAL	\$9,604.10	9747.74	9901.43	10065.89	10241.85
Costos indirectos					
Mano de obra indirecta	\$23,448.20	\$23,448.20	\$23,448.20	\$23,448.20	\$23,448.20
Materia prima indirecta	\$3,350.95	\$3,585.52	\$3,836.51	\$4,105.06	\$4,392.42
Gastos de permisos	\$410.00	\$410.00	\$410.00	\$410.00	\$410.00
Gastos publicidad	\$1,800.00	\$1,926.00	\$2,060.82	\$2,205.08	\$2,359.43
CIF	\$2,347.08	\$2,511.38	\$2,687.17	\$2,875.27	\$3,076.54
Intereses financieros	\$3,253.58	\$2,298.65	\$937.14		
Intereses financieros	\$23,448.20	\$23,448.20	\$23,448.20	\$23,448.20	\$23,448.20
Subtotal	\$34,609.81	\$34,179.74	\$33,379.84	\$33,043.61	\$33,686.59
Total	\$44,213.91	\$43,927.48	\$43,281.28	\$43,109.50	\$43,928.45

Elaborado por: Los autores

11.6.10.6. Ventas

Para la estimación de las ventas, se consideró la demanda insatisfecha de los productos que se van a ofertar, como son helados de papaya, guayaba, naranja y guanábana. Se consideró la

preferencia de los usuarios al momento de elegir la presentación para la venta de los productos, los cuales son cono, vaso y paletas.

Tabla 52. Ventas

Producto	Unidades	Mensual			Anual		
		Cono 38%	Vasos 31%	Paletas 31%	Cono 38%	Vasos 31%	Paletas 31%
Papaya	576	219	179	179	2627	2143	2143
Guayaba	864	328	268	268	3940	3214	3214
Naranja	960	365	298	298	4378	3571	3571
Guanabana	864	328	268	268	3940	3214	3214
Total	3264	1240	1012	1012	14884	12142	12142

Elaborado por: Los autores

Una vez realizado el cálculo de las unidades consumida por la población con una frecuencia de compra semanal, se procede a la determinación del volumen de ventas que tendría la heladería durante el periodo.

Tabla 53. Determinar el volumen de ventas

Presentación	Cantidad anual	Precio de venta	Total, de volumen
Cono	14884	\$ 1.50	\$22,325.76
Vaso	12142	\$ 2.00	\$24,284.16
Paleta	12142	\$ 0.75	\$9,106.56
Total			\$55,716.48

Elaborado por: Los autores

El volumen total de ventas que la microempresa tendría en el primer periodo es de \$55,716.48, considerando que el precio unitario de cada presentación para la venta de helado, y para la proyección de las ventas de consideró una tasa de crecimiento del 7%.

Tabla 54. Determinación del volumen de ventas

Producto	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Cono	\$22,325.76	\$23,888.56	\$25,560.76	\$27,350.02	\$29,264.52
Vaso	\$24,284.16	\$25,984.05	\$27,802.93	\$29,749.14	\$31,831.58
Paleta	\$9,106.56	\$9,744.02	\$10,426.10	\$11,155.93	\$11,936.84
Total	\$55,716.48	\$59,616.63	\$63,789.80	\$68,255.08	\$73,032.94

Elaborado por: Los autores

El volumen total de ventas que la microempresa tendría en el primer periodo es de \$24583.40, considerando que el precio unitario de cada helado es de \$0.50, y para la proyección de las ventas se consideró una tasa de crecimiento del 7%.

11.6.10.7. Punto de equilibrio

Tabla 55 Punto de equilibrio

Concepto	Valor USD.
Costos Fijos (CF)	\$ 24,036.80
Costos Variables (CV)	\$ 5,402.95
Total, egreso	\$ 29,439.75
Ventas (V)	\$ 55,716.48
Punto de Equilibrio Monetario (PE)	\$ 26,618.00
Punto de equilibrio unitario	\$0.48

Elaborado por: Los autores

11.7. Estudio financiero

11.7.1. Objetivo General

Elaborar un estudio financiero que ayude a determinar la incidencia y la viabilidad financiera, así como los índices de rentabilidad de la microempresa.

11.7.2. Objetivos Específicos

- Establecer la toda situación inicial de la microempresa
- Ejecutar un estudio de flujo de caja neto
- Describir el estado de la inversión mediante el cálculo del VAN y el TIR
- Analizar los principales financieros para medir la rentabilidad de la microempresa

11.7.3. Estado de situación inicial

Tabla 56. Estado de situación inicial

Estado se situación inicial	
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja	\$4,000.00
Caja Chica	\$700.00
Bancos	\$2,000.00
ACTIVOS FIJOS	
Equipos de cocina	4235,00
Muebles y enseres	780
Otros activos	\$963
TOTAL, DE ACTIVOS	\$16,173.35
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTE	
Cuentas por cobrar	1200
PASIVOS NO CORRIENTES	1200
Préstamo Bancario a largo Plazo	\$10,000.00
TOTAL, DEL PASIVO	\$11,200.00
PATRIMONIO	
Capital Social	\$3,145.58
Utilidad del Ejercicio	\$1,773.24
TOTAL, DE PATRIMONIO	\$4,918.82
TOTAL, DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$16,173.35

Elaborado por: Los autores

11.7.4. Flujo de caja

El flujo de caja del efectivo es muy utilizado para cualquier evaluación financiera ya que a través del mismo se permite el cálculo actual, así como proyectado de los ingresos y de los ingresos estimados dentro de la producción de determinado producto además conocer el flujo de caja es importante para determinar la rentabilidad del negocio a futuro y fundamental para calcular la tasa interna de retorno y el valor actual neto.

Tabla 57. Flujo de caja

	2022	2023	2024	2025	2026
Cuentas					
Ventas	\$ 55,716.48	\$ 59,616.63	\$ 63,789.80	\$ 68,255.08	\$ 73,032.94
Total de ventas	\$ 55,716.48	\$ 59,616.63	\$ 63,789.80	\$ 68,255.08	\$ 73,032.94
Costos de producción	\$ 11,951.18	\$ 12,259.12	\$ 12,588.61	\$ 12,941.16	\$ 13,318.40
Costos de venta	\$ 9,352.10	\$ 9,478.10	\$ 9,612.92	\$ 9,757.18	\$ 9,911.53
Gastos administrativos	\$ 16,906.10	\$ 16,948.10	\$ 16,993.04	\$ 17,041.13	\$ 17,092.58
Amortización	\$ 5,496.46	\$ 5,496.46	\$ 5,496.46	\$ 5,496.46	\$ 5,496.46
Depreciación	\$ 1,121.94	\$ 1,121.94	\$ 1,121.94	\$ 1,121.94	\$ 1,121.94
Utilidad Antes de Particip. e Impto.	\$ 10,888.70	\$ 14,312.92	\$ 17,976.84	\$ 21,897.22	\$ 26,092.04
Participación de trabajadores – 15%	\$ 1,633.31	\$ 2,146.94	\$ 2,696.53	\$ 3,284.58	\$ 3,913.81
Utilidad antes de impuestos	\$ 9,255.40	\$ 12,165.98	\$ 15,280.31	\$ 18,612.64	\$ 22,178.23
Impuesto a la renta – 25%	\$ 2,313.85	\$ 3,041.50	\$ 3,820.08	\$ 4,653.16	\$ 5,544.56
Utilidad neta	\$ 6,941.55	\$ 9,124.49	\$ 11,460.23	\$ 13,959.48	\$ 16,633.67

Elaborado por: Los autores

11.7.5. Valor actual neto VAN

El cálculo del valor actual neto se realizó con un descuento del 10% y se proyectó a 5 años este cálculo permite conocer la viabilidad del proyecto ya que nos brinda un porcentaje bastante adecuado con buenas expectativas de progreso y estima una buena rentabilidad para el negocio.

Tabla 58. Valor actual neto VAN

Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión inicial	\$ -16,173.35				
Flujo de caja	\$ 6,941.55	\$ 9,124.49	\$ 11,460.23	\$ 13,959.48	\$ 16,633.67
Tasa de descuento	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Factor de descuento	1.1	1.21	1.33	1.46	1.6
Flujo de caja descontado y acumulado	\$ 6,872.13	\$ 9,033.24	\$ 11,345.63	\$ 13,819.88	\$ 16,467.34
VAN:	\$ 58,074.46				

Elaborado por: Los autores

11.7.6. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno permite calcular como su nombre lo indica el retorno de la inversión proyectada hasta 5 años de regreso en este ejercicio se puede observar un TIR que permite el retorno de la inversión de manera eficiente y oportuna.

Tabla 59. Tasa interna de retorno

AÑOS					
0	2022	2023	2024	2025	2026
\$-16,173.35	\$6,872.13	\$9,033.24	\$11,345.63	\$13,819.88	\$16,467.34
					52%

Elaborado Por: Los autores

11.7.7. Relación Costo Beneficio

Tabla 60. Relación costo beneficio

Año	Ingresos	Egresos	Factor De Actualizacion	Ingresos Actualizado	Egresos Actualizados
			1.00		
1	\$ 55,716.48	\$ 38,209.38	0.89	\$ 49,746.86	\$ 34,115.52
2	\$ 59,616.63	\$ 38,685.32	0.80	\$ 47,526.02	\$ 30,839.70
3	\$ 63,789.80	\$ 39,194.57	0.71	\$ 45,404.32	\$ 27,897.92
4	\$ 68,255.08	\$ 39,739.47	0.64	\$ 43,377.34	\$ 25,255.15
5	\$ 73,032.94	\$ 40,322.51	0.57	\$ 41,440.85	\$ 22,880.07
			Total	\$ 227,495.38	\$ 140,988.35

Elaborado por: Los autores

$$RCB = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos}}{\text{Sumatoria de Egresos}}$$

$$RCB = \frac{\$ 227,495.38}{\$ 140,988.35}$$

$$RCB = 1.61$$

Weighted Average Cost of Capital (WACC)

$$WACC = Kd * \frac{D}{D + C} * (1 - tc) + Kc * \frac{C}{C + D}$$

Dónde:

$$Kd = 12\%$$

$$Kc = 10\%$$

$$D = \$ 10000$$

$$C = \$6,305.35$$

$$WACC = 0.12 * \frac{10000}{10000 + 6305.34} * (1 - 0) + 0.10 * \frac{6305.34}{10000 + 6305.34}$$

$$WACC = 0.12 * 0.613 + 0.10 * 0.386$$

$$WACC = 11.2\%$$

12. IMPACTOS

12.1. Impacto Social

Los habitantes del cantón La Maná se benefician con el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa Productora de helados, él mismo que favorece el desarrollo empresarial del cantón y también se convierte en una fuente de empleo y de ingresos para los emprendedores procurando siempre la satisfacción del cliente y procurar un servicio de calidad.

12.2. Impacto Económico

Con la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa Productora de helados, se pretende crear un espacio para el emprendimiento que genere recursos económicos al emprendedor y a su vez permita ser una fuente de empleo que contratara mano de obra local aproximadamente el 5% de la comunidad. Así también el proyecto busca beneficiar a los productores de frutas tropicales del sector rural del cantón La Maná lo cual busca dinamizar su economía y mejorando su estabilidad financiera.

12.3. Impacto Técnico

El impacto técnico se encuentra reflejado en la tecnología que se utilizara para poder desarrollar un proyecto, ya que nos ayudaría a contribuir y garantizar un proceso productivo eficiente por lo cual garantiza un producto final de calidad; así también el personal técnico contara el proyecto con altos conocimientos y experiencia necesaria.

13. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO:

Tabla 61. Presupuesto

Actividades	Cantidad	Valor unitario	Primer semestre Octubre - Febrero
Recursos humanos			
Investigadores	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Subtotal			\$ 200,00
Recursos materiales			
Lapiceros	5	\$ 0,40	\$ 2,00
Cuaderno	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Paca de hojas de papel bon	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Impresiones de encuestas	770	\$ 0,05	\$ 38,50
Anillados	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Subtotal			\$ 51,80
Recursos varios			
Gastos transporte	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Tricimoto	60	\$ 0,50	\$ 30,00
Alimentación	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Subtotal			\$ 120,00
Recursos tecnológicos y equipos			
Computadora portátil HP	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Internet (horas)	200	\$ 100,00	\$ 100,00
Pendrive	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Subtotal			\$ 515,00
Costo del proyecto de investigación			\$ 886,80
Imprevistos 10%		\$ 88,68	
Total		\$ 975,48	

Elaborado por: Los autores

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. Conclusiones

Con el estudio de del mercado se puede determinar que la oferta mensual alcanza más de 9120 unidades consumidos sin embargo el cálculo de la demanda establece que las unidades son 1560 mensuales este factor proyecta una demanda hasta el 2026 de 16853, el cálculo de la demanda insatisfecha es de 5854

El estudio técnico permitió el cálculo del tamaño del proyecto el mismo que varía dependiendo los ítems de los productos que se fabricarán y comercializarán los valores oscilan desde los 4.8, 3.20 y 1.60 de tomando en consideración cada uno de los aspectos, también permitió conocer la macro localización y la micro localización del proyecto tomando como énfasis los puestos que van a utilizar cada uno de los operarios lo que brindará realce y mejor funcionamiento a cada área de desempeño

Mediante el estudio económico se pudo evidenciar que se requiere una inversión de activos fijos de \$15387.38 los cuales serán financiados: 15,00% con capital propio y un 85,00% mediante un crédito bancario en Cacpeco a un plazo de 3 años. El estudio financiero permitió conocer el valor actual neto VAN de \$ 58,074.46 y una tasa interna de retorno TIR de 52%.

14.2. Recomendaciones

Se recomienda poner en marcha el presente proyecto ya que los resultados son positivos ya que se puede evidenciar la demanda insatisfecha en los productos de helados de frutas tropical, se debe realizar un adecuado monitoreo sobre la producción de este producto para obtener un resultado positivos que nos facilita posesionar la microempresa como en calidad y también en competencia en el plazo establecido.

Es importante que la infraestructura acorde a las sugerencias del estudio técnico La ubicación estratégica donde se proyecta la implementación del negocio es precisamente básica porque forma parte del nuevo proyecto de la comunidad como es el nuevo parque el mismo que faculta la interacción de habitantes por lo tanto la presencia de la comercialización de los productos será óptima oportuna y referente para futuros proyectos de inversión.

Con el propósito de incrementar la rentabilidad financiera es indispensable incrementar el tamaño del proyecto, innovando los productos para mantener en el mercado del cantón.

15. Bibliografía

- Abad, P. (2020). *Tipo de investigación→ exploratorios, diagnósticos, descriptivos*. Obtenido de <http://tesisymonograficos.blogspot.com/p/disenom-etodologico.html>
- Acosta. (2014). *Apuntes de Contabilidad de Costos I*. Lima: Editoriales de economía.
- Ander, E. (2018). *El diseño metodológico comprende toda la metodología que se usó para llevar a cabo la investigación*.
- Arévalo, A. (2018). Estudio de mercado y estrategias de marketing digital para Foodie 2.0. *Universidad de guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36158/1/TESIS%20FINAL%20ANGGIE%20ARVALO.pdf>
- Arias, C. (2019). *Gestion de materias en el área industrial*. Buenos Aires: conocimientos.
- Ayala, A. (2019). *Investigación bibliográfica técnicas, tipos, definición*.
- Baca. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F., México: McGraw-Hill.
- Balderas, J. (2021). Tipos de Investigación. En j. Balderas, *Control de proceso contables*. México: Universidad Abierta y a Distancia de México. Recuperado el 20 de 01 de 2019, de <https://jose-mario-balderas-reyes-unadm.blogspot.com/2017/08/tipos-de-investigacion.html>
- Barragan. (2018). *Contabilidad de costos*. Buenos Aires: Editex.
- Bellido, R. (2022). *Estudio legal y ambiental de un proyecto*. Mexico. Obtenido de https://www.academia.edu/36610251/Lectura_N_8_Estudio_Legal_y_Ambiental
- Berrío. (2019). *Profesores contables y educación financiera*. Santiago: editex.
- Bobadilla. (2019). *Economía y Finanzas aplicadas*. Asunción: Economías aplicadas.
- Bustamante, R. Y. (01 de Junio de 2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *Artículo científica de la investigación y el crecimiento*, 92-108. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1629>
- Castro. (2019). *Aplicaciones prácticas del análisis costo-volumen para la toma de decisiones en la empresa*. Quito: Universidad Internacional SEK.
- Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. 172-188. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604

El Universo. (16 de Febrero de 2021). El negocio de helados innova y busca recuperar consumos de Ecuatoriano. *Noticia relacionada con la economía del Ecuador*.

Eliana, R. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de helados de licor en ciudad de Ibarra*. ambato.

Fischer y Navarro. (2021). *Introducción a la investigación de mercado*.

Flower, E. (2019). *Cuestiones Fundamentales de Auditoría*. Buenos Aires: Ediciones Macchi,. Obtenido de <https://www.agapea.com/Alejandro-Menendez-Moreno/DERECHO-FINANCIERO-Y-TRIBUTARIO-2017-LECCIONES-DE-CATEDRA-9788491528531-i.htm>

Flower, Enrique. (2019). *Cuestiones Fundamentales de Auditoría*. Buenos Aires: Ediciones Macchi,.

Fonseca, L. (2018). *Control interna para empresas*. Bogota: Editorial Bolivar.

Gavilanes, A. F. (2019). Los canales de comercialización y el desarrollo económico local de los productores agropecuario de la parroquia Benítez, del cantón San Pedro de Pelileo. *Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoria, Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29925/1/T4569M.pdf>

Gitman. (2019). *Fuentes de Financiamiento*. México: Pearson addison Wesley.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación.

Hernandez, S. (2018). *Contabilidad bancaria: financiera, de gestión y auditoría*. Buenos aires: Editorial adventure.

Jiménez. (2017). *Gastos y costos de producción*. Quito: Trigamb.

Machay, N. P. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de helados de quinua en el barrio el pintado, sur de Quito*. Quito.

Martínez, M. L. (2017). *Sector lacteo, industrial de helado, un analisis del sector*.

Mejia, T. (2019). Investigación descriptiva: características, técnicas.

Menendez. (2018). *Cuentas contables*. Temuco: Temditoriales.

- Mirian, C. (2020). *Estudio de factibilidad para la creacion de una micro empresa productora y comercialización de helados en el canton Pimampiro*. Imbabura.
- Muñoz, J. J. (2019). *enciclopedia Contabilidad Financiera*. Prentice: Hall.
- Navarro, N. G. (2019). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. Obtenido de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf
- Orue Figueroa, A. R. (2019). *La auditoria tributaria y su influencia en la rentabilidad del estudio contable sea & palomino*. Bogota: Publicaciones andinas.
- Otmaro. (2021). *estudio financiero de ma pequeña y mediana empresa*. lima: Andina.
- Pacheco, M. (2019). *La contabilidad en el proceso adquisitivo empresarial*. Madris: Escuela contable.
- Padrini, F. y. (2020). *Asesoría tributaria Barcelona*. Barcelona: Asesoría tributaria Barcelona.
- Pastor, J. M. (2017). *Fundamentos científicos de la heladería*. Publicaciones de la Universidad de Alicante. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=700533>
- Perdomo, M. (2018). *Materias primas alimentarias*. Lima.
- Pino. (2019). *Estudio de Pre Factibilidad para la creación de una empresa productora y procesadora de fibra de cáñamo industrial en la Provincia de Pichincha para la exportación al Mercado Alemán en el periodo 2019-2029*. quito: PUCE.
- Polimeni, R. (2019). *Contabilidad de Costos. Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales*. Bogota: Mc Graw Hill Interamericana.
- Pulluquitin, G. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de “cobayas” microempresa productora y comercializadora quito ecuador*. Quito: Revista científica maestro y saber. Obtenido de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28242917/>
- Rayburn. (2019). *Contabilidad y Administración de Costos*. México, D.F.: Mc Graw Hill Interamericana.
- Rivero, P. (2018). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Medellin: Medellin editoriales.
- Rodriguez. (2019). *Costos variables e invariables*. Quintana Roo: MexEditions.

Rodriguez, F. A. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: Una propuesta metodologica*. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Romero Hidalgo, O. H. (2018). Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio. . *Universidad Técnica de Machala*, 60-83. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>

Romo, C. (2017). *Enseñanza aprendizaje de ciencia e investigación en educación basica en Mexico*. Revista electrón.

Salvador, H. (2018). *Contabilidad bancaria: financiera, de gestión y auditoría*. buenos aures: Editorial adventure.

Salvador, M. (2017). *Contabilidad financiera de gestión y auditoria ed. 3ra*. Madrid: Esparte.

SRI. (2017). *SERVIVIO DE RENTAS INTERNA* .

Tarazona, V. A. (2021). *Tamaño yLocalizacion de Proyectos Agroindustriales*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=IJI0zgEACAAJ&dq=inauthor:%22Vitelio+Asencios+Tarazona%22&hl=es&sa=X&redir_esc=y

Valdivieso, B. (2018). *Contabilidad general*. Quito, Ecuador: NUEVODIA.

Villagómez, L. E. (2018)., (pág. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31758/1/03%20ADE.pdf>).

Zorrilla, S. (2017). *Indicadores financieros como base estructural de la contabilidad*. México DF.

16. ANEXOS

Anexo 1. Datos informativos de la tutora del proyecto

DATOS PERSONALES	
Nombres y Apellidos:	Mayra Elizeth Valencia Neto
Fecha de Nacimiento:	La Maná, 19 de febrero de 1986.
Cedula de Ciudadanía:	0503124463
Estado Civil:	Casada
Teléfono Convencional:	032689675 / 032689212
Teléfono Celular:	0989297695
Email Institucional:	mayra.valencia@utc.edu.ec
ESTUDIOS	
Instrucción Secundaria:	Instituto Tecnológico Superior La Maná
Instrucción Superior:	Universidad Técnica de Cotopaxi Carrera de Ingeniería Comercial
Instrucción Pos-Grado:	Universidad Técnica Estatal de Quevedo Maestría en Administración de Empresas
TITULOS OBTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en Informática • Ingeniera Comercial • Magister en Administración de Empresas. 	



Anexo 2. Datos informativos del investigador

DATOS PERSONALES	
Nombres:	Selene Gissela
Apellido:	Ayala Chusin
Nacionalidad:	Ecuatoriana
Fecha de Nacimiento:	La Maná, 01 de septiembre de 200.
Lugar de Nacimiento:	La Maná
Cedula de Ciudadanía:	1250571526
Estado Civil:	Soltera
Teléfono Celular:	0992114881
Email Institucional:	selene.ayala1526@utc.edu.ec
ESTUDIOS	
Instrucción Secundaria:	Institución: Unidad Educativa Narciso Cerda Maldonado
TITULOS OBTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en Ciencias 	
CERTIFICAD OBTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Certificado del congreso iv jornadas administrativas; emprendimiento y gestión empresarial. ✚ Certificado del v congreso internacional de investigación científica. 	



Anexo 3. Datos informativos del investigador

DATOS PERSONALES	
Nombres y Apellidos:	Jorge Flavio Bonilla Logro
Cedula de Ciudadanía:	0504589078
Nacionalidad:	Ecuatoriano
Estado Civil:	Soltero
Teléfono Celular:	0995259798
Dirección:	Vía La Maná Latacunga
Cantón:	Pujilí
Email Institucional:	jorge.bonilla9078@utc.edu.ec
ESTUDIOS	
Formación Primaria	Escuela Mixta Benito Juárez
Instrucción Secundaria:	Unidad Educativa La Maná
TITULOS OBTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en Polivalente Informática 	
CERTIFICADO OBTENIDO	
<ul style="list-style-type: none"> 🚩 Certificado del congreso iv jornadas administrativas; emprendimiento y gestión empresarial. 🚩 Certificado del v congreso internacional de investigación científica. 	

Anexo 4. Formato de encuesta dirigido a comerciantes de helados



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI – EXTENCIÓN “LA MANÁ”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS - CARRERA LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Investigadores: Ayala Chusin Selene Gissela y Bonilla Logro Jorge Flavio

Encuesta dirigida a comerciantes de helados del cantón la maná

OBJETIVO: Recabar información de los comerciantes de helados del cantón La Maná, para implementarla en el proyecto: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2023”**.

Instructivo:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestar.
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas.
- Marque con una **X** (equis) la respuesta que usted crea conveniente.

1.- ¿Cuál es la localización o sector donde comercializa los helados?

Centro de La Maná	
El Carmen	
El Triunfo	

2.- ¿Cuánto tiempo tiene comercializando helados?

De 1 a 3 años	
De 4 a 6 años	
De 7 en adelante	

3- ¿Indique cuál es la cantidad (unidades) de helados que vende semanalmente en su negocio según el tipo?

Tipos de Helados			
Helados de fabrica		Cantidad	
Helado pingüino		10 – 20	
		20 – 30	
		30 – 40	
Helados Topsy		10 – 20	
		20 – 30	
		30 – 40	
Helado Tutto Freddo		10 – 20	
		20 – 30	
		30 -40	
Helado JR		10 – 20	
		20 – 30	
		30 – 40	
Helados artesanales de frutas tropicales		Cantidad	
Papaya		10 -20	
		20 – 30	
		30 – 40	
Guayaba		10 – 20	
		20 – 30	
		30 – 40	
Naranja		10 – 20	
		20 – 30	
		30 – 40	
Guanábana		10 – 20	
		20 – 30	
		30 – 40	

4.- ¿Cuál es el precio de compra y precio de venta según el tipo de los helados que oferta?

Helados de fabrica		Precio de compra		Precio de venta al público	
Helado Pinguino		\$ 0,25		\$ 0,30	
Helados Topsy		\$ 0,40		\$ 0,50	
Helado Tutto Freddo		\$ 0,45		\$ 0,50	
Helado JR		\$ 0,50		\$ 0,80	
Helados artesanales de frutas tropicales		Precio de compra		Precio de venta al público	
Papaya		\$ 0,25		\$ 0,30	
Guayaba		\$ 0,20		\$ 0,25	
Naranja		\$ 0,30		\$ 0,50	
Guanábana		\$ 0,50		\$ 0,75	

5.- ¿Quiénes son los principales consumidores de helados?

Niños	
Jóvenes	
Adultos	

6.- ¿De dónde se abastece en su negocio los helados que comercializa?

Proveedores locales	
Vendedores Intermediarios	
Directo de Fábrica	
Producción Propia	

7.- ¿Cuál es la presentación de helados que ofrece para la venta?

Conos	
Paletas	
Vasos	

8.- ¿Qué tipo de publicidad utiliza para promocionar su negocio de helados?

Impresa (periódicos)	
Online (redes sociales)	
Radio	
Televisión	

9.- ¿Tiene personal Capacitado para atender su negocio?

Si	
No	

10.- ¿En qué área están capacitados sus personales de trabajo?

Atención al cliente	
Área administrativa	
Área de mantenimiento	

11.- ¿El establecimiento que funciona su negocio es?

Propio	
Arrendado	
Prestado	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5. Formato de encuestas a consumidores de helados



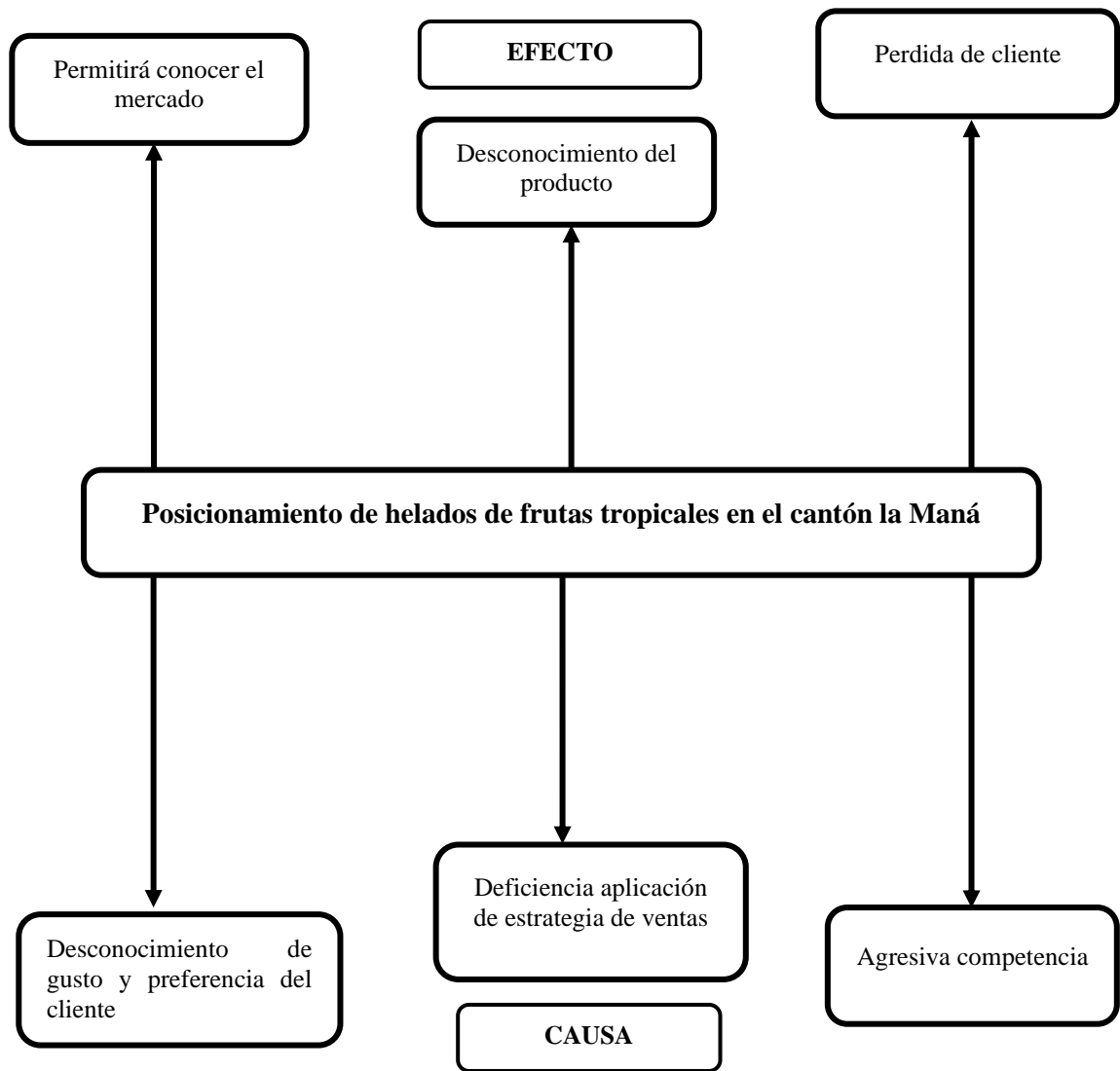
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI – EXTENCIÓN “LA MANÁ”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS - CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Investigadores: Ayala Chusin Selene Gissela y Bonilla Logro Jorge Flavio

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE HELADOS DEL CANTÓN LA MANÁ

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2023”.

Helados que consume	Frecuencia de consumo de helados		Cantidad de consumo según el tipo de helados	Precio del producto		Preferencia del lugar de compra del producto				
				Precio que paga por el producto	Precio que le gustaría pagar	Comercio Informal	Tiendas de abarrotes	Comisariatos	Heladerías	Mercados
Helados de fábrica (Pingüino, Topsy, Tutto Fredo, JR)	Diario				\$ 0,25- 0,75					
Helados Artesanales de frutas tropicales (Papaya, naranja, guanábana, guayaba)	Semanal				\$0,75- 1,00					
	Mensual				\$1,00 o más					

Anexo 6. Diagrama causa - efecto



Elaborado por: los Autores

Anexo 7. Validación por expertos (1) de cuestionario para encuesta a comerciantes y clientes

La Maná, 12 de diciembre del 2022

MBA. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras/o **Ayala Chusin Selene Gissela** con **Cl. 125057152-6** y **Bonilla Logro Jorge Flavio** con **Cl. 050458907-8**, nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de los cuestionarios en los formatos adjuntos, los cuáles serán aplicados para la realización del proyecto de investigación con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ”** previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

.....
Ayala Chusin Selene Gissela**Autora del proyecto**.....
Jorge Flavio Bonilla Logro**Autor del proyecto**

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		X		
Calidad de la redacción		X		
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Es aplicable sin cambio alguno; los factores considerados están acorde a las variables de estudio de la investigación y muestra que hubo una exhaustiva revisión de la literatura.

Observaciones:

Ninguno

Validado por:



MBA. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

C.I: 1712317195

Anexo 8. Validación por expertos (2) de cuestionario para encuesta a comerciantes y clientes

La Maná, 14 de diciembre del 2022

Mgr. Franco Coello Mauricio Rubén

DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras/o **Ayala Chusin Selene Gissela** con **Cl. 125057152-6** y **Bonilla Logro Jorge Flavio** con **Cl. 050458907-8**, nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de los cuestionarios en los formatos adjuntos, los cuáles serán aplicados para la realización del proyecto de investigación con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ”** previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

.....
Ayala Chusin Selene Gissela**Autora del proyecto**.....
Jorge Flavio Bonilla Logro**Autor del proyecto**

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		X		
Calidad de la redacción		X		
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Es aplicable sin cambio alguno; los factores considerados están acorde a las variables de estudio de la investigación y muestra que hubo una exhaustiva revisión de la literatura.

Observaciones:

Ninguno

Validado por:



Mgtr. Franco Cuello Mauricio Rubén

CC: 0501805444

Anexo 9. Validación por expertos (3) de cuestionario para encuesta a comerciantes y clientes

La Maná, 05 de enero del 2023

Mg.Sc Albarrasin Reinoso Marilin Vanessa

DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras/o **Ayala Chusin Selene Gissela** con **Cl. 125057152-6** y **Bonilla Logro Jorge Flavio** con **Cl. 050458907-8**, nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de los cuestionarios en los formatos adjuntos, los cuáles serán aplicados para la realización del proyecto de investigación con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ”** previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

.....
Ayala Chusin Selene Gissela**Autora del proyecto**.....
Jorge Flavio Bonilla Logro**Autor del proyecto**

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		X		
Calidad de la redacción		X		
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Es aplicable sin cambio alguno; los factores considerados están acorde a las variables de estudio de la investigación y muestra que hubo una exhaustiva revisión de la literatura.

Observaciones:

Ninguno

Validado por:



Mg.Sc Albarrasin Reinosa Marilyn Vanessa

CC. 1719715375

Anexo 10. Proyección de la población de La Maná

AÑO	POBLACIÓN		AÑO	POBLACIÓN
2016	51366		2016	51366
2017	52728	0,026170	2017	52728
2018	54104	0,025761	2018	54104
2019	55496	0,025403	2019	55496
2020	56905	0,025072	2020	56905
		0,026	2021	58381
FORMULA PARA CALCULAR TASA DE CRECIMIENTO			2022	59895
				POBLACIÓN PROYECTADA POR EL MÉTODO EXPONENCIAL

$$K = \frac{\ln P_{cp} - \ln P_{ca}}{T_{cp} - T_{ca}}$$

AÑO	POBLACIÓN		AÑO	POBLACIÓN
2016	51366		2016	51366
2017	52728	0,026170	2017	52728
2018	54104	0,025761	2018	54104
2019	55496	0,025403	2019	55496
		0,026	2020	56905

CÁLCULO POBLACIÓN POR FAMILIAS
14974

Anexo 11. Evidencias fotografías

Fotografía 1: Encuestas a los comerciantes de helados



Fotografía 2: Encuestas a los clientes de helados




Anexo 12. Reporte Original Urkund

Document Information

Analyzed document	CORRECCION 2 PLAGIO AYALA - BONILLA.docx (D158951362)
Submitted	2/18/2023 2:03:00 AM
Submitted by	Marilyn
Submitter email	marilin.albarrasin@utc.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	marilin.albarrasin.utc@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	ANA VERONICA SOLEDISPA FREIRE 3.pdf Document ANA VERONICA SOLEDISPA FREIRE 3.pdf (D13872609)	 1
SA	OBANDO ESTACIO, Betty María. UTELVT-2016.docx Document OBANDO ESTACIO, Betty María. UTELVT-2016.docx (D18147200)	 1
SA	TESISHELADOSOYAGABRIELACOELLO2014.docx Document TESISHELADOSOYAGABRIELACOELLO2014.docx (D11106656)	 2
SA	yASSSSMIIIIINNNNN.docx Document yASSSSMIIIIINNNNN.docx (D11290995)	 4
SA	ANA VERONICA SOLEDISPA FREIRE.pdf Document ANA VERONICA SOLEDISPA FREIRE.pdf (D13820562)	 2
SA	OBANDO ESTACIO, Betty María. UTELVT - 2016.pdf Document OBANDO ESTACIO, Betty María. UTELVT - 2016.pdf (D17195253)	 1
SA	tribunal2014 GABRIELACoello20Junio.docx Document tribunal2014 GABRIELACoello20Junio.docx (D11250459)	 1
SA	VERONICA SOLEDISPA.pdf Document VERONICA SOLEDISPA.pdf (D14954896)	 1

Anexo 13. Aval de traducción idioma ingles

UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE
COTOPAXI



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE HELADOS EN EL CANTÓN LA MANÁ”**, presentado por **Ayala Chusin Selene Gissela y Bonilla Logro Jorge Flavio**, egresados de la Carrera de: **Licenciatura en Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

La Maná, febrero del 2022

Atentamente,

Mg. Fernando Toaquiza

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-

UTCCI: 0502229677