



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL
SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada/o en Administración de Empresas

AUTORES:

Espín Jiménez Ana Paola
Jiménez Masache Richard Stiven

TUTOR:

Mg. Pablo Herrera

**LATACUNGA - ECUADOR
AGOSTO 2024**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo, **Espín Jiménez Ana Paola**, con cédula de ciudadanía No. **0550220883**, **Jiménez Masache Richard Stiven**, con cédula de ciudadanía No. **101007645** declaramos ser autores del presente “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35**”, siendo el Mgs Pablo Gilberto Herrera Soria, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, agosto 22 del 2024



Espín Jiménez Ana Paola
C.C: 0550220883




Jiménez Masache Richard Stiven
C.C:2101007645

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Trabajo de Emprendimiento sobre el título: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35”** de Espín Jiménez Ana Paola y Jiménez Masache Richard Stiven, de la carrera Administración de Empresas considero que dicho Informe proyecto de emprendimiento cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 22 Agosto del
2024



Mg. Pablo Gilberto Herrera Soria
CC. 0501690259
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: Espín Jiménez Ana Paola y Jiménez Masache Richard Stiven con el título de Proyecto de Emprendimiento: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 22 Agosto del 2024

Para constancia firman:


Mg. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz
0501810337
LECTOR 1 (PRESIDENTE)


Mg. Angelita Azúcona Falconi Tapia
0502037674
LECTOR 2 (MIEMBRO)


Dra. Nelly Germanía Salguero Barba
0501461107
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi madre. Su amor incondicional, apoyo inquebrantable y sacrificios han sido la base sobre la cual he construido mis logros. A lo largo de mi vida, me has enseñado el valor de la perseverancia y la dedicación, y has sido mi mayor fuente de inspiración. Sin tus consejos, tu paciencia y tu fe en mí, este logro no habría sido posible. Gracias por ser mi pilar de fortaleza y por creer en mí cuando más lo necesitaba.

También a mi novio, por todo su amor y apoyo han sido una fuente constante de fuerza y motivación. Gracias por estar a mi lado en cada paso de este viaje, por tus palabras de aliento, por tu paciencia infinita y por creer en mí cuando más lo necesitaba. Tu presencia ha hecho que los desafíos sean más llevaderos y los logros más significativos.

Espín Jiménez Ana Paola

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios, fuente de sabiduría y fuerza, quien me ha guiado en este camino académico, iluminando mi mente y fortaleciendo mi espíritu en momentos de dudas y dificultad.

A mi madre, el pilar fundamental en este camino estudiantil, quien me ha enseñado a luchar, a perseverar y a seguir adelante con valentía. La mujer más fuerte y amorosa que conozco, que ha sido padre y madre para mí .Su amor incondicional y sacrificio han sido mi guía y inspiración en cada paso del camino. Gracias por ser mi roca, mi apoyo y mi ejemplo a seguir.

Espín Jiménez Ana Paola

AGRADECIMIENTO

A mis padres, quienes han sido mi guía y mi fortaleza en cada paso de este camino. Cada sacrificio que han hecho, cada consejo y abrazo, ha sido un paso más en este camino que hoy culmina. Su confianza en mí ha sido la base sobre la que he construido mis sueños. Este logro es tanto mío como suyo, y lo dedico con todo mi corazón a las dos personas que más amo y respeto en este mundo por su fe inquebrantable y de su apoyo constante.

También quiero extender mi sincero agradecimiento a mi tío cuya sabiduría y consejos han sido un faro en mi vida. Gracias por tu apoyo incondicional y por ser un ejemplo de integridad y esfuerzo. Tus palabras han guiado mi camino y han sido un pilar en mi formación profesional académica.

Jiménez Masache Richard Stiven

DEDICATORIA

Con mucho cariño se lo dedico a mis padres, por el amor y apoyo incondicional han sido la base sobre la que he construido mis sueños. Gracias, papá, por ser el pilar de mi fortaleza, y mamá, por ser el refugio de mi alma. Juntos, me han mostrado el verdadero significado de la dedicación, el esfuerzo, y la fe en uno mismo. Sus sacrificios han sido el motor que me impulsa a seguir adelante, y cada logro en mi vida lleva su marca.

Este trabajo es un reflejo de todo lo que me han dado, una pequeña muestra de mi gratitud infinita por ser los mejores padres que podría haber deseado. Cada palabra aquí escrita, cada logro alcanzado, está dedicado a ustedes, con todo mi amor y admiración. Que este logro les devuelva, al menos en parte, la alegría y el orgullo que me han brindado a lo largo de mi vida.

Jiménez Masache Richard Stiven

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35”

Autores:

Espín Jiménez Ana Paola
Jiménez Masache Richard Stiven

RESUMEN

El presente proyecto de emprendimiento se centró en evaluar la factibilidad, para la creación de una empresa de helados, empleando frutas amazónicas, en el sector Panzaleo, panamericana E 35. El objetivo principal es ofertar nuevos sabores que atraigan a los consumidores, empleando frutas como: uva de monte, pomarroja y chonta. Como propuesta innovadora se planteó utilizar empaques biodegradables y frutas que usualmente no se encuentran en el sector sierra, promoviendo la comercialización de estos frutos, así se puede contribuir al desarrollo sostenible de la región amazónica, se realizó un estudio de mercado, determinando la oferta y demanda de estos nuevos productos, a través de la aplicación de encuestas se obtuvo datos cuantitativos, que miden preferencias y gustos de los potenciales consumidores, teniendo a favor un 96.1% de los encuestados, están dispuestos a consumir sabores distintos a los tradicionales. El estudio financiero permitió conocer los valores monetarios que incurre en la manufactura, resumido en una hoja de costos para obtener el valor unitario del helado estimado en \$0.75 ctv, de una unidad de 150g, los indicadores financieros fueron positivos, con un valor actual neto Van de (\$4.350,70) y una tasa interna de retorno TIR de (23%), confirmando la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración de helados con frutas amazónicas.

Palabras clave: Factibilidad, Evaluación financiera, Estudio de mercado, Regulaciones.

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES FACULTY

TOPIC: "

Author/s:

Espín Jiménez Ana Paola

Jiménez Masache Richard Stiven

ABSTRACT

The present entrepreneurial project is focused on evaluating the feasibility of creating an ice cream company using Amazonian fruits in the Panzaleo sector, Panamericana E 35. The main objective is to offer new flavors that attract consumers, using fruits such as uva de monte, pomarrosa, and chonta. As an innovative proposal, biodegradable packaging will be used and fruits that are usually not found in the highland region, promoting the commercialization of these fruits, thus contributing to the sustainable development of the region. To get a clear idea of the costs in the manufacture of ice cream, a commercial and financial study was conducted, investigating the supply and demand of these new products. Through the application of surveys, quantitative data were obtained, measuring the preferences and tastes of potential consumers, with 96.1% of respondents willing to consume flavors different from the traditional ones. The financial study allows the company to know the monetary values involved in the manufacture, summarized in a cost sheet to obtain the unit value of the ice cream estimated at \$0.75 per 150g unit. The financial indicators were positive, with a net present value (NPV) of \$4,350.70 and an internal rate of return (IRR) of 23%, confirming the feasibility of creating a company dedicated to the production of ice cream with Amazonian fruits.

Keywords: Feasibility, Financial Evaluation, Market Study, Regulations.

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 Emprendimiento cuyo título versa: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35”** presentado por: **Espin Jiménez Ana Paola y Jiménez Masache Richard Stiven**, egresados de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, 22 agosto del 2024

Atentamente,



Mg. Bolívar Maximiliano Cevallos
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI:0910821669



TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iii
<i>AGRADECIMIENTO I</i>	v
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	xi
INFORMACIÓN GENERAL	1
CAPITULO I.....	2
INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 Idea de negocio	2
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.3 Formulación del problema	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 El modelo de negocios.....	5
1.4.1 Matriz FODA.....	5
1.4.2 Matriz Canva	6
1.4.3 Propuesta de Valor.....	6
1.4.4 Relación con el cliente.....	8
1.4.5 Canales.....	8
1.4.6 Fuentes de Ingresos	9
1.4.7 Segmentación de clientes.....	9
1.4.8 Alianzas estratégicas.....	9
1.4.9 Actividades Claves	10
1.4.10 Recursos claves.....	10
1.4.11 Estructura de Costos	10
CAPÍTULO II.....	11
2. MARCO REFERENCIAL	11
2.1 Emprendimiento	11
2.2 Estudio de factibilidad.....	11

2.3	Importancia del proyecto de factibilidad.....	12
2.4	Tipos de Factibilidad.....	12
2.5	Naturaleza del Proyecto	13
2.5.1	Análisis de la industria	13
2.5.2	Ventaja competitiva.....	15
2.6	Estudio de Mercado	16
2.6.1	Segmentación de mercado.....	16
2.6.2	Demanda potencial	17
2.6.3	Sistema de distribución.....	17
2.6.4	Acciones para introducir el producto en el mercado.....	18
2.7	Estudio Técnico	18
2.7.1	Diagramas de flujo.....	18
2.7.2	Capacidad instalada	19
2.7.3	Distribución de la planta.....	19
2.7.4	Plan agregado de producción.....	20
2.7.5	Materia prima	20
2.7.6	Manejo de inventarios	21
2.8	Organización	22
2.8.1	Organigrama de la empresa	22
2.8.2	Mano de obra.....	22
2.8.3	Aspectos fiscales.....	23
2.8.4	Aspectos legales	23
2.9	Estudio Financiero	24
2.9.1	Estados financieros.....	24
2.9.2	Capital de trabajo.....	25
2.9.3	VAN Y TIR	25
2.10	Metodología.....	26
2.10.1	Tipo de investigación.....	26
CAPITULO III		27
3	Desarrollo del Estudio de Factibilidad.....	27
3.1	Naturaleza del Proyecto	27
3.1.1	Nombre de la empresa	27
3.1.2	Giro de la empresa.....	27

3.1.3	Descripción de productos o servicios	27
3.1.4	Ubicación de la empresa.....	28
3.1.5	Análisis de la industria	28
3.2	Estudio de Mercado	29
3.2.1	Características del segmento del mercado.....	29
3.2.2	Demanda potencial	30
3.2.3	Estudio de la competencia	33
3.2.4	Conclusión del Estudio de Mercado.....	37
3.2.5	Selección del Sistema de Distribución	37
3.2.6	Diseño del empaque.....	38
3.2.7	Acciones para introducir el producto en el mercado	39
3.3	Estudio Técnico	39
3.3.1	Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.....	40
3.3.2	Diagrama de flujo del proceso.....	42
3.3.3	Ubicación de la empresa.....	43
3.3.4	Equipo e instalaciones	44
3.3.5	Distribución de la planta.....	47
3.3.6	Materia prima	48
3.4	Organización	53
3.4.1	Organigrama de la empresa	53
3.4.2	Mano de obra requerida.....	54
3.4.3	Perfiles y descripción del puesto	54
3.4.4	Aspectos fiscales para considerar	60
3.4.5	Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa	60
3.5	Estudio Financiero	61
3.5.1	Manejo de inventarios	61
3.5.2	Costeo del producto o servicio	61
3.5.3	Precio del producto.....	63
3.5.4	Depreciaciones.....	63
3.5.5	Detalle de Costos y Gastos Anuales	64
3.5.6	Estados financieros proyectados.....	64
3.5.7	Punto de equilibrio.....	66
3.5.8	Capital de trabajo.....	67

3.5.9	Inversión Inicial.....	67
3.5.10	Sistema de financiamiento.....	68
3.5.11	Evaluación económica.....	69
3.5.12	Análisis de riesgo.....	71
4.	CONCLUSIONES	72
5.	RECOMENDACIONES	73
6.	REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA	74
7.	ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	5
Tabla 2	9
Tabla 3	30
Tabla 4	31
Tabla 5	32
Tabla 6	33
Tabla 7	33
Tabla 8	34
Tabla 9	35
Tabla 10	36
Tabla 11	42
Tabla 12	44
Tabla 13	47
Tabla 14	49
Tabla 15	54
Tabla 16	54
Tabla 17	56
Tabla 18	58
Tabla 19	61
Tabla 20	61
Tabla 21	62
Tabla 22	62
Tabla 23	63
Tabla 24	63
Tabla 25	64
Tabla 26	64
Tabla 27	65
Tabla 28	66
Tabla 29	66
Tabla 30	67
Tabla 31	67
Tabla 32	68

Tabla 33	68
Tabla 34	69
Tabla 35	70
Tabla 36	71
Tabla 37	79
Tabla 38 Resultados pregunta N°2	79
Tabla 39 Resultados de la pregunta N°3.....	80
Tabla 40 Resultados de la pregunta N°4	80
Tabla 41 Resultados de la pregunta N°5	81
Tabla 42 Resultados de la pregunta N°6	82
Tabla 43 Resultados de la pregunta N°7.....	82
Tabla 44 Resultados de la pregunta N°8	83
Tabla 45 Resultados de la pregunta N°9	83
Tabla 46 Resultados de la pregunta N°10	84
Tabla 47 Resultados de la pregunta N°11	84
Tabla 48 Resultados de la pregunta N°12	85
Tabla 49	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Matriz Canva	6
Ilustración 2 Simbolos Diagrama de flujo	19
Ilustración 3 Logo de la empresa.....	27
Ilustración 4 Gráfico de la demanda proyectada	32
Ilustración 5 Oferta Proyectada	35
Ilustración 6 Demanda Insatisfecha	36
Ilustración 7 Diseño del Empaque	38
Ilustración 8 Diagrama de flujo de procesos.....	42
Ilustración 9 Macro localización	43
Ilustración 10 Micro Localización “Exotic Fruit”	43
Ilustración 11 Distribución de la planta	48
Ilustración 12 Uva de monte	49
Ilustración 13 Pomarrosa	50
Ilustración 14 Chonta	50
Ilustración 15 Leche.....	51
Ilustración 16 Azúcar	51
Ilustración 17 Conservante	52
Ilustración 18 Estabilizante.....	52
Ilustración 19 Organigrama de la empresa “Exotic Fruit”	53
Ilustración 20 Punto de equilibrio	66

Índice de Resultados de la encuesta Aplicada

Pregunta 1 ¿Cuál es su origen étnico?	79
Pregunta 2 ¿Usted a que genero pertenece?.....	79
Pregunta 3 ¿Usted está en un rango de edad de?	80
Pregunta 4 ¿A qué provincia pertenece?	80

Pregunta 5 ¿Consume usted helado?	81
Pregunta 6 ¿Con que frecuencia compra usted helado?.....	82
Pregunta 7 ¿Cuál es el horario más conveniente para consumir helados?	82
Pregunta 8 ¿De cuántos gramos le gustaría el helado?.....	83
Pregunta 9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?	83
Pregunta 10 ¿Estaría dispuesto a probar helados de frutas exóticas de la amazonia?.....	84
Pregunta 11 ¿Qué considera importante al momento de comprar el helado?	84
Pregunta 12 ¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?	85

ANEXOS

Anexos 1	76
Anexos 2	79

INFORMACIÓN GENERAL

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“Proyecto de factibilidad para creación de una empresa de helados a base de frutas amazónicas en el Sector de Panzaleo en la vía E-35”

Fecha de inicio: 07 de mayo del 2024

Fecha de finalización: 02 de agosto de 2024

Lugar de ejecución: Parroquia Panzaleo perteneciente al Cantón Salcedo

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Administración de Empresas

Grupo de investigación:**Tutor:**

Mg. Pablo Gilberto Herrera Soria CC. 0501690259

Equipo de Trabajo:

Ana Paola Espín Jiménez CC. 0550220883

Richard Stiven Jiménez Masache CC. 2101007645

Área de Conocimiento: Administración.

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Gestión e Innovación Empresarial

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Idea de negocio

En un mundo donde la innovación y la sostenibilidad se entrelazan cada vez más con las preferencias de los consumidores, surge la oportunidad de transformar industrias tradicionales mediante la incorporación de elementos naturales y únicos. La heladería, un sector con un atractivo universal, no es la excepción. Este proyecto se centra en el establecimiento de una empresa de heladería en el Sector de Panzaleo, Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi, que se distingue por su uso exclusivo de frutas amazónicas. La elección de estos ingredientes no solo responde a una tendencia global hacia lo exótico y saludable, sino que también tiene como objetivo resaltar y valorar la riqueza biodiversa de la amazonía ecuatoriana. De esta manera, la empresa no solo busca posicionarse como líder de nuevos sabores en el mercado local, sino también contribuir de manera tangible al desarrollo sostenible y al bienestar socioeconómico de la región amazónica y sus habitantes.

En el Sector de Panzaleo Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi, ubicado en la vía E-35, existe una oportunidad única para establecer una empresa productora de helados con ingredientes amazónicos cuidadosamente seleccionados. Esta iniciativa surge como respuesta a la creciente demanda de frutas exóticas en el mercado, así como para promover la producción y comercialización de los productos naturales de la región amazónica.

La empresa ofrecerá helados exclusivos y deliciosos con productos naturales, la idea es de introducir frutas amazónicas, en el mercado de los helados, para fomentar un mayor aprecio por la biodiversidad y los recursos naturales de la región Amazónica donde cada helado cuente una historia de la selva amazónica y las personas que la habitan.

Con este proyecto, no solo aspiramos a crear una empresa rentable, sino también a contribuir positivamente al bienestar de nuestro entorno y al desarrollo sostenible de la región. Creemos firmemente en el potencial de los productos amazónicos para transformar la industria alimentaria y promover un futuro más equitativo y sostenible para todos.

1.2 Planteamiento del problema

El desperdicio de frutas de la región representa un problema significativo que afecta directamente la economía de los agricultores locales. Estos cultivos, a menudo subutilizados, generan pérdidas económicas sustanciales debido a la falta de mercados adecuados y la baja demanda. Esta situación no solo reduce los ingresos potenciales de los agricultores, sino que también provoca un uso ineficiente de recursos valiosos como el agua, fertilizantes y mano de obra. La falta de comercialización efectiva y la ausencia de estrategias para aprovechar estas frutas agravan el problema, impactando negativamente tanto en la economía local como en la sostenibilidad del medio ambiente. (FAO, 2013)

Además del impacto económico, el desperdicio de estas frutas contribuye al problema ambiental de la acumulación de desechos orgánicos. Las frutas no vendidas o no cosechadas se descomponen, liberando gases de efecto invernadero y contribuyendo al cambio climático. Este desperdicio también representa una oportunidad perdida para desarrollar productos derivados que podrían generar ingresos adicionales para los agricultores. La falta de infraestructura adecuada y de conocimientos técnicos sobre la conservación y procesamiento de frutas son factores clave que limitan el aprovechamiento de estos recursos. (Gustavsson, 2011)

Para abordar estos problemas, es fundamental mejorar la comercialización de frutas, esto incluye crear nuevos canales de mercado y promocionar estos productos tanto a nivel nacional como internacional. La implementación de políticas gubernamentales de apoyo, como subsidios y programas de financiamiento, puede incentivar la producción y el desarrollo de la agroindustria local. Además, la capacitación técnica y el acceso a tecnologías de conservación y procesamiento son esenciales para reducir las pérdidas post-cosecha y aumentar la rentabilidad de estos cultivos. (Parfitt, 2010)

El desarrollo de productos derivados, como mermeladas, jugos y helados, puede diversificar la economía local y generar nuevas fuentes de ingreso para los agricultores. La colaboración con universidades e instituciones de investigación es crucial para innovar y encontrar nuevas aplicaciones para estas frutas. Establecer ferias y mercados locales puede facilitar la venta directa de productos agrícolas, mejorando así los ingresos de los productores y fomentando el consumo de productos locales. Estas estrategias no solo benefician a los agricultores, sino que también promueven la sostenibilidad y el desarrollo económico de las comunidades rurales. (Hodges, 2011)

A pesar del creciente interés por la sostenibilidad ambiental y la conservación de la biodiversidad en la región amazónica, el impulso por promover el consumo de productos locales y naturales, es escaso y poco conocido en las otras regiones del Ecuador, en especial en la zona sierra, la oferta de heladerías que utilicen ingredientes amazónicos en el Sector de Panzaleo en la vía E-35 es limitada. Esta situación refleja una falta de opciones para los consumidores que buscan experiencias únicas y sostenibles, así como una oportunidad, para promover la valorización de los productos amazónicos y apoyar a las comunidades locales de la Amazonia.

En resumen, abordar el desperdicio de frutas como la pomarrosa, uva de monte y chonta mediante la mejora de la comercialización, el desarrollo de productos derivados y el apoyo gubernamental puede tener un impacto significativo en la economía de los agricultores. Estas acciones pueden aumentar los ingresos, reducir las pérdidas y generar empleo, contribuyendo al desarrollo sostenible de las regiones agrícolas.

1.3 Formulación del problema

¿Es viable la creación de la Heladería a base de frutas amazónicas en el Sector de Panzaleo en la vía E-35?

1.3.1 Objetivo general

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de helados a base de frutas amazónicas en el Sector de Panzaleo E-35.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación de mercado para conocer gustos y preferencias de los potenciales consumidores.
- Elaborar un estudio técnico que permita una gestión efectiva de recursos y una producción excelente permite determinar la capacidad instalada de la empresa.
- Establecer la viabilidad y rentabilidad para la creación de una empresa de helados a base de frutas amazónicas realizando un estudio financiero, que permita arrojar datos cuantitativos.

1.4 El modelo de negocios.

Los turistas y trasportistas que circulan por el Sector de Panzaleo, constituyen la base de nuestros clientes. Estos consumidores pueden ser de diversas edades y perfiles socioeconómicos, incluyendo familias, jóvenes, adultos y personas mayores. Tienen la ventaja de estar cerca y de convertirse en clientes habituales si se les ofrece un producto de calidad que satisfaga sus gustos y preferencias. Dado que la vía E-35 es una ruta muy transitada por los diferentes conductores que utilizan esa carretera para desplazarse a sus diferentes destinos, la heladería podría atraer a este público en busca de una experiencia única y auténtica. Los turistas podrían estar interesados en probar helados con sabores e ingredientes típicos de la región amazónica, lo que podría convertirse en una atracción adicional para quienes visitan la zona.

1.4.1 Matriz FODA

Tabla 1

Matriz FODA

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Frutas exóticas de la amazonia, uva de monte, pomarrosa, chonta • Conocimiento de la tecnología de la elaboración de helados • Disponibilidad del local en la zona de mayor comercialización de los helados de salcedo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No contar con la maquinaria para la elaboración de los helados • Falta de capital de trabajo • Falta de mano de obra
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Gran número de personas que circulan por la ruta E- 35 • Disponibilidad de las frutas a bajo precio • Aprovechar que panzaleo cuenta con muchos locales de expendio de helados lo cual es conocido por clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelidad de los consumidores a sabores tradicionales • Estacionalidad de producción de las frutas • Difícil acceso a las zonas de las frutas

Fuente: Elaborado por los investigadores.

1.4.2 Matriz Canva

Ilustración 1

Matriz Canva



Fuente: Elaborado por los investigadores.

1.4.3 Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor se basa en ofrecer helados con sabores exóticos de la región amazónica, envasado en novedosas presentaciones y con la incorporación de palillos a partir de nuevas materias primas vegetales.

Los helados serán elaborados con la uva de monte, pomarrosa y la chonta:

Uva de monte

La Caimarona es una fruta amazónica silvestre que se halla en la cuenca superior del río Amazonas en el centro-occidente, pertenece a la familia Urticaceae y es un fruto ovoide-esférico similar a la uva común, pero más grande (2-4 cm de diámetro) y con un peso promedio de 15 g. Posee un epicarpio grueso y rugoso que es verde al principio y morado oscuro al madurar; su pulpa es blanquecina, mucilaginoso, con un sabor suave, dulce, agradable, poco ácido y fragante, donde se encuentra la semilla. La pulpa representa el 61% del peso, el

epicarpio 18% y la semilla 21%. Debido a sus agradables características organolépticas, como sabor y textura, la pulpa se consume fresca, se elabora un licor y las semillas se muelen para hacer una bebida infusionada similar al café (Constanza, 2010).

La pomarrosa

Se le llama pomarrosa o manzana rosa. Pertenece a la familia de las myrtaceas y su nombre científico es *Syzygium jambos*.

Esta planta es un árbol que puede medir entre 10 y 16 metros, por lo que se clasifica como árbol pequeño. Sus ramas son estrechas y crecen de forma retorcida, mientras su tronco es delgado con corteza suave, de tono gris castaño.

Las hojas del pomarrosa son simples, alargadas, miden 25 cm de largo, 5 cm de ancho, son verde brillante y tienen nervaduras muy marcadas. En cuanto a las flores, son grandes y su color varía entre blanco y un tono amarillento. Se presentan en grupos de 2 a 8 flores, cada una compuesta de 4 pétalos redondeados y cóncavos y 4 sépalos, igualmente redondeados, situados en un cáliz turbinado.

Los frutos del pomarrosa surgen 4 meses tras la floración. Estos frutos tienen una forma parecida a la de una manzana o una pera pequeña. Su tono es un amarillo claro con brillos rosados. Este fruto tiene mucha pulpa. Tiene un perfume y un gusto parecido al de las rosas, por eso su nombre. (D'Alessandro, 2016)

Chonta

La chonta es la única palma que crece en América. El proceso de domesticación parece haber iniciado con una o más variedades salvajes, denominadas *Bactris gasipaes* var.

Es una palmera que llega a 20 metros de altura, se encuentra en bosques tropicales desde el nivel del mar hasta 1.200 metros, siendo 800 metros el límite ideal. Sus frutos son redondos o alargados, miden entre 2.5 y 6 cm, y tienen colores que varían entre anaranjado, rojo y amarillo. La pulpa es espesa, fibrosa, almidonada y rodea una semilla dura de 2 centímetros, rica en vitaminas B2 y A, además de fósforo e hierro. Debido a su densidad, es uno de los alimentos más ricos y abundantes en zonas tropicales.

Cada planta produce frutos durante 70 años; la recolección se realiza con una vara larga y/o escaleras, evitando que caigan y se dañen. Hoy en día, el uso de chonta ha disminuido considerablemente por el desconocimiento de la cultura occidental (Carrera, 2020).

Envase

El envase de nuestro producto será de cartón revestido ya que tiene un revestimiento interno de polietileno o cera para evitar la absorción de humedad y mantener la integridad estructural del envase.

Palillo de Bambú

Los helados tendrán un palillo de un material propio de la amazonia ecuatoriana lo que permitirá aprovechar materiales vegetales que en la actualidad no han sido industrializados adecuadamente el bambú es una planta de rápido crecimiento, sostenible y biodegradable es una innovación que aporta múltiples beneficios tanto para el consumidor como para el medio ambiente. Utilizar palos de bambú diferencia a la heladería de la competencia, mostrando un compromiso con la innovación y la sostenibilidad. Atrae a un segmento de consumidores que valora productos eco-amigables y está dispuesto a apoyar marcas que adopten prácticas sostenibles.

1.4.4 Relación con el cliente

La relación con nuestros clientes en “Exotic Fruit” se caracterizará por la satisfacción del consumidor ya que se le brindará una atención personalizada brindando una experiencia única de sabores exóticos dando a conocer la diversidad de las frutas que podemos adquirir en nuestra Amazonía.

Para conseguirlo, “Exotic Fruit” asegura que sus canales de comunicación sean abiertos y accesibles, tanto en locales físicos como en redes sociales. Esto permite a los clientes conocer el producto de manera detallada para que así puedan compartir sus opiniones y sugerencias.

El vínculo con el cliente no termina ahí. “Exotic Fruit” se mantienen en contacto a través de programas de fidelización como promociones en navidad ya que ofrecerá un 20% de descuento en todos los helados durante las semanas previas a Navidad.

1.4.5 Canales

Los canales que utilizaremos para llegar a nuestros clientes a través de las redes sociales serán: TikTok, Instagram, Facebook ya que tienen un gran alcance, donde permite conectarnos con diferente audiencia que se maximizará la visibilidad de los helados, se atraerá a nuevos clientes y mantener a los actuales comprometidos con tu marca.

1.4.6 Fuentes de Ingresos

- **Venta directa al consumidor.** - Sistema de pedidos mediante las redes sociales o aplicaciones móviles con entrega a domicilio.
- **Estrategia de fijación de precios.** - Determinar los costos de producción y venta para cubrir gastos y generar utilidades. Analizar la competencia y la solicitud del mercado para establecer precios atractivos y competitivos para los clientes.

Segmentación de clientes

La segmentación de nuestros clientes son los turistas y trasportistas que circulan por el Sector de Panzaleo, que constituyen la base de nuestros clientes. Estos consumidores pueden ser de diversas edades y perfiles socioeconómicos, incluyendo familias, jóvenes, adultos y personas mayores.

1.4.7 Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas incluyen el desarrollo y comercialización de helados que beneficiara tanto a la industria local de helados como para el desarrollo económico y social de la región con el objetivo de alcanzar beneficios mutuos, contamos con el apoyo de:

Tabla 2

Socios claves

Socios claves	Descripción
Convenios con agricultores de las frutas	Los convenios con agricultores de frutas amazónicas son acuerdos estratégicos que benefician a ambas partes al establecer términos claros que aseguran un suministro fiable y de calidad de frutas, sino que también contribuyen al desarrollo económico.
Proveedores de Palillos biodegradables	Las alianzas con los proveedores de palos biodegradables son esenciales para asegurar un suministro constante y de alta calidad los productos.
Proveedores de envases	Las alianzas con estos proveedores nos

permiten tener envases a precios cómodos y accesibles.

Fuente: Elaborado por los investigadores.

1.4.8 Actividades Claves

- **Producción:** Elaboración de helados cumpliendo con altos estándares de calidad.
- **Control de calidad:** Inspecciones y pruebas para la seguridad alimentaria del helado.
- **Distribución y logística:** Gestión eficiente del transporte y almacenamiento.
- **Investigación y desarrollo:** Innovación constante en nuevos sabores y productos.
- **Marketing y ventas:** Estrategias para promocionar productos y captar nuevos clientes.

1.4.9 Recursos claves

- Infraestructura y Equipos
- Materia prima
- Tecnología
- Logística y distribución
- Financiamiento

1.4.10 Estructura de Costos

- **Materia Prima:** Costo de las frutas amazónicas, leche, azúcar, y otros ingredientes.
- **Mano de Obra:** Salarios del personal de producción, ventas y administración.
- **Infraestructura y Equipos:** Costo de compra o alquiler de locales, equipos de refrigeración, máquinas de helado, etc.
- **Servicios Básicos:** Precio a pagar por el consumo del servicio de agua y la luz.
- **Transporte y Logística:** Costos asociados al transporte de materias primas y productos terminado.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 *Emprendimiento*

El emprendimiento suele presentar ciertas características comunes que indican que implica planear y comenzar un negocio, aprovechar oportunidades comerciales, asumir riesgos empresariales y ofrecer algún tipo de innovación. Estas características se relacionan frecuentemente con emprendedores y sus negocios. Aunque la discusión inicial caracterizó a los emprendedores como inconformistas que crearon sus propias empresas por satisfacción personal, la perspectiva actual los considera empresarios que inician negocios innovadores para formar empresas significativas que generen beneficios para ellos y sus inversores. Asimismo, el emprendimiento se ha profesionalizado desde que las escuelas de negocios ofrecen numerosos cursos sobre habilidades empresariales y emprendimiento. (Cruzito, 2021)

El emprendimiento nos ayuda a encontrar oportunidades, enfrentar riesgos y crear nuevos negocios. Los emprendedores son individuos que buscan independencia y satisfacción personal, se les consideran fundadores de empresas innovadoras y rentables gracias a la formación en negocio.

2.2 *Estudio de factibilidad*

Es clave para evaluar la viabilidad económica y financiera de un proyecto o idea. Este estudio incluye examinar varios factores como la demanda del mercado, los costos de producción, la competencia, los recursos necesarios, y más. (Ruiz, 2023)

2.3 *Importancia del proyecto de factibilidad*

Los análisis de viabilidad son claves para el crecimiento empresarial. Autoriza a una empresa a decidir dónde y cómo funcionará.

Asimismo, puede detectar obstáculos que limiten sus operaciones y determinar la cantidad de capital necesaria para iniciar el negocio.

Estos estudios apoyan tácticas de marketing que pueden persuadir a los inversores sobre la viabilidad de invertir en un proyecto específico. (*Corvo, 2024*)

2.4 *Tipos de Factibilidad*

Al realizar un adecuado análisis de factibilidad se deben tener en cuenta los siguientes tipos de factibilidad:

Factibilidad operativa

Por un lado, la viabilidad operativa está vinculada al equipo que debe llevar a cabo el proyecto. Por ello se evalúa si el personal cuenta con las habilidades laborales requeridas para realizarlo y ejecutarlo.

La viabilidad operativa se basa principalmente en los recursos humanos de la organización. Debido a que son quienes deben realizar las actividades en los diversos procesos del sistema para alcanzar los objetivos planteados. Es fundamental verificar si poseen los requisitos esenciales para concluir exitosamente el proyecto.

De hecho, al crear un proyecto o empresa es necesario establecer un sistema. En cualquier nuevo sistema que se adopte se debe tener en cuenta lo siguiente:

Si no resulta muy difícil para los operarios que lo manejarán.

Verificar si los empleados evitan su uso por temor u otra causa.

Evaluar si el equipo puede ajustarse a los cambios, especialmente si son muy rápidos.

Valorar si puede volverse obsoleto rápidamente y elaborar planes de contingencia.

Factibilidad técnica

De igual manera, este punto examina si la infraestructura técnica de la empresa puede reaccionar de manera efectiva y eficiente para ejecutar el proyecto o negocio proyectado. Es esencial verificar si las personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para utilizar el equipo y el software.

Factibilidad económica

En cuanto a la viabilidad económica, se requiere un análisis exhaustivo de la relación costo-beneficio del proyecto y la evaluación de ambos factores. Si los costos superan los beneficios, sería mejor no realizarlo. Cuando los beneficios superan los costos, implementar el proyecto se torna menos arriesgado, aunque permanecen los riesgos.

Factibilidad comercial

En el área comercial se determina si existe la posibilidad de tener un número adecuado de clientes. Estos clientes deben estar preparados para consumir o utilizar los productos que el negocio venderá en el mercado.

Asimismo, se analiza la logística de distribución y venta para verificar su adecuación a las demandas del mercado.

Factibilidad política y legal

Por supuesto, en este segmento se comprueba que el tipo de negocio a desarrollar no infringe alguna ley o norma municipal, estatal o global. Si no se hace, no se puede implementar, pues violaría las disposiciones legales y no sería viable.

Factibilidad de tiempo

Finalmente, la viabilidad temporal determina si el tiempo previsto para realizar el proyecto se alinea con el tiempo real necesario para su implementación. (Quiroa, 2020)

El análisis de factibilidad es un estudio esencial que se lleva a cabo antes de iniciar un proyecto con el fin de decidir si es viable y rentable. Se examinan aspectos fundamentales tales como la viabilidad técnica, económica y legal, a fin de detectar posibles obstáculos y asegurar que los recursos disponibles sean suficientes para alcanzar los objetivos establecidos.

2.5 Naturaleza del Proyecto

2.5.1 *Análisis de la industria*

Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter

El poder de negociación de los clientes: El consumidor es una de las principales fuerzas que influyen en muchas estrategias empresariales. Los clientes pueden hoy demandar mayor calidad, presionar para precios más bajos o solicitar servicios y extras. Normalmente, podemos concluir que los clientes poseen un gran poder cuando: Son escasos, pero adquirir en elevadas cantidades.

Cuando los productos son similares y hay una gran cantidad.

Asimismo, cuando para el cliente, sustituir proveedor o marca no implica un gasto.

La influencia de los proveedores: Tienen un papel vital en la competencia de nuestra organización ya que afectan directamente el precio y la clase de nuestro producto o servicio. Tener una sólida cartera de proveedores que analicemos regularmente es clave para elevar el posicionamiento en un sector. El dominio de los proveedores en nuestra industria dependerá de:

- El nivel de concentración de los proveedores
- Cambiar de proveedor tiene un alto coste.
- Son pocos los proveedores que brindan un servicio o producto específico.

La amenaza de los productos sustitutos: Conocidos como sustitutos, son productos que satisfacen necesidades semejantes a las de nuestro producto. De acuerdo al análisis de las 5 fuerzas de Porter, los productos sustitutos son una amenaza significativa cuando:

- Ofrecen mejor calidad
- El costo de la modificación no es alto.
- El precio es inferior

La amenaza de los nuevos competidores: Pueden presentarse en nuestro mercado y buscarán rápidamente captar cuota de mercado. Algunos pueden aportar un valor extra que no habíamos considerado. Identificar nuevos competidores y evaluar su potencial amenaza nos permitirá salvaguardar nuestra participación en el mercado. Para evaluar si la amenaza de nuevos competidores es grande, debemos considerar varios factores:

Barrera de entrada de la industria. Esta expresión, empleada en estrategia empresarial, indica el grado de dificultad que enfrenta una empresa para entrar en esa industria. A menudo, estas barreras de entrada están vinculadas al capital necesario, aunque hay otras barreras legales, fiscales, etcétera.

Economías de escala. Cuando las economías de escala son bajas, es más fácil para otros entrar a nuestro sector.

La rivalidad entre los competidores existentes: La rivalidad entre empresas de una industria se manifestará, entre otros factores, en la constante necesidad de modificar o bajar

precios para mantener la participación de mercado, o en la demanda de innovación continua. El modelo de las 5 fuerzas de Porter analiza la competencia en función de:

- Bajadas de precios
- Plan de marketing y promociones publicitarias
- Introducción de nuevos productos (Alonso, 2023).

2.5.2 *Ventaja competitiva*

Desarrollado en 1980 por Michael Porter, reconocido como el padre de la estrategia empresarial. Porter sostiene que para que una empresa genere valor a largo plazo, debe enfocar su estrategia en desarrollar una ventaja duradera. De acuerdo a Porter, las diversas estrategias de ventajas competitivas que hay son:

Liderazgo en costes: Esta clase de ventaja busca que una empresa sea la que produce con el menor costo. Su ventaja radica en su habilidad para lograr costes de producción más bajos que los de sus competidores.

El fin es implementar un plan que ayude a bajar los gastos sin afectar la calidad mínima del producto en el mercado.

La compañía que consigue los costos de producción más reducidos que sus rivales, según su estrategia de marketing, puede lograr un mayor margen de ganancia para reinversión, y ante acciones de los competidores en el mercado tendrá espacio suficiente para modificar precios o simplemente ofrecer la tarifa más baja del mercado.

La diferenciación: Logra que el mercado identifique en sus productos características únicas que le den un valor más alto.

Tener características que los productos rivales no tienen te permite incrementar el precio de venta frente a la competencia, si esas características son valoradas por los clientes. No tendrá sentido añadir características únicas a nuestros productos si no hay clientes dispuestos a pagarlas.

El enfoque: Comúnmente se le llama “nicho”, “concentración” o “alta segmentación”. El método consiste en aplicar cualquiera de las dos estrategias previas (liderazgo en costes o diferenciación) enfocándose en segmentos de mercado más reducidos.

La compañía, al enfocarse en un segmento de mercado particular, se dedica a desarrollar productos y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de ese público específico (Espinosa, 2023).

El análisis de la naturaleza del proyecto ayuda a entender su propósito, alcance, viabilidad y desafíos. Este análisis es fundamental para garantizar que el proyecto esté bien planificado, que los recursos estén adecuadamente asignados, y que se anticipen y gestionen los riesgos. Una comprensión clara del proyecto facilita la comunicación con los stakeholders y mejora las probabilidades de éxito a largo plazo.

2.6 Estudio de Mercado

2.6.1 Segmentación de mercado

Es una estrategia de marketing que segmenta un mercado grande en grupos más pequeños con similitudes o características compartidas.

Al segmentar el público objetivo, será más fácil crear estrategias de marketing efectivas para cada grupo. Así, se concentra el esfuerzo y el trabajo, reduciendo el costo frente a una campaña dirigida a un público más amplio y diverso. Asimismo, el resultado tiende a ser más veloz y gratificante.

Debido a este gran número de criterios, las empresas desean entender cómo la gente consume productos o servicios. Con esto, el próximo paso consistirá en agrupar a las personas en segmentos de audiencia que respondan de manera similar al producto ofrecido. Una clasificación de los principales tipos de segmentación de mercado podría ser la siguiente:

Características demográficas: Que podrían enfocarse en aspectos como edad, clase social, género, cultura o religión.

Zona geográfica: Contesta preguntas sobre su región, áreas de compra, país de residencia o el paisaje de su vivienda.

Comportamiento del consumidor: Se centra en comprender la idea del consumidor final, es decir, investigar qué motiva sus compras y qué desea al hacerlo. Por ejemplo, podría buscar eficacia, coste-beneficio o la imagen que muestra a otros.

Rasgos psicológicos: Se relaciona con las preferencias, tendencias, estilos, personalidad.

Factores económicos: Empleo, seguridad en el trabajo o la cantidad de dinero.

Así, entender con precisión los detalles y comportamientos de cada segmento será fundamental para crear un marketing mix eficaz que venda de forma eficiente (Galán, 2015).

2.6.2 Demanda potencial

Representación la máxima demanda alcanzable para uno o varios productos en un mercado específico. Determinar la demanda potencial del producto o servicio que ofrecemos nos ayuda a prever el nivel de ventas de nuestro negocio (Flores, 2017).

Es una expresión empleada en economía, finanzas y seguros para indicar la cantidad máxima de bienes o servicios que los consumidores desean comprar en un mercado particular en un tiempo específico. Se piensa que esta demanda potencial depende de factores como el ingreso de los individuos, sus preferencias y gustos, y las condiciones económicas y sociales que enfrentan (Ramon, 2023).

2.6.3 Sistema de distribución

Canales de distribución

Se pueden ver los canales de distribución como circuitos establecidos cuyo fin es permitir que los productores ofrezcan el producto a los clientes para que lo adquieran. Además, la distribución se clasifica según el objeto principal del canal: productos de consumo, productos industriales o servicios.

Una clasificación adicional divide los canales en distribución directa, sin intermediarios entre el productor y el cliente, o indirecta, si hay intermediarios en la cadena. La selección de una opción u otra estará influenciada por varios elementos como el costo del artículo, el mercado objetivo o la dimensión de la empresa.

Se suelen incluir entre los factores de un canal a las empresas que intervienen activamente en el proceso y tienen el producto en algún momento. Por ello, los bancos que

financian muchos de estos negocios no se consideran parte del canal de distribución (Javier, 2015).

2.6.4 Acciones para introducir el producto en el mercado

Estrategias

Una estrategia consiste en decisiones y acciones que permiten a los empresarios lograr metas comerciales concretas. Es una estrategia clave que aplica la administración empresarial para mantener una ventaja competitiva, llevar a cabo operaciones, complacer a los clientes y lograr los objetivos comerciales. Es una visión a largo plazo de la imagen, rumbo y objetivo anhelado de la organización. Busca alcanzar eficiencia, detectar y aprovechar oportunidades, movilizar recursos, garantizar ventaja competitiva, enfrentar desafíos del mercado, realizar esfuerzos concretos y gestionar adecuadamente situaciones problemáticas (López A. , 2022).

Es importante analizar el mercado para ver si un proyecto o negocio es exitoso y diseñar estrategias para lograrlo. Este análisis ayuda a la empresa a comprender el entorno competitivo, las necesidades del mercado, y las oportunidades disponibles, permitiendo a la empresa tomar decisiones informadas y alineadas con la realidad del mercado. Sin un estudio de mercado sólido, el riesgo de fracaso es mayor porque se tomarían decisiones basadas en suposiciones en lugar de datos concretos.

2.7 Estudio Técnico










2.7.1 Diagramas de flujo

Un diagrama de flujo es una ilustración gráfica de procesos, sistemas o algoritmos mediante formas geométricas y flechas. Las ilustraciones generalmente representan fases del proceso o alternativas de desarrollo. Las flechas indican el orden de las tareas y la conexión entre los pasos.

Las organizaciones emplean la visualización para simplificar sus procesos. Cada etapa del diagrama señala qué acción siguiente realizar. Al estar organizados cronológicamente, son sencillos de seguir y valiosos para tomar decisiones, estructurar procesos e identificar errores (Cantarero, 2023)

Ilustración 2

Símbolos Diagrama de Flujo

Símbolo	Utilidad o significado
	Línea de flujo o flecha, usado para mostrar la continuidad y orden del proceso.
	Usado para indicar el inicio o fin del proceso o subproceso.
	Indica una actividad del procesos en el diagrama.
	Usado para indicar un decisión de dos opciones (si, no o verdadero, falso).
	Entrada y salida de datos al proceso.
	Documentos del proceso.
	Usado para representar un enlace dentro de otra parte del proceso, este lleva una letra o numero en el centro que es con que empieza el enlace.
	Usado para representar demora en la secuencia de una actividad.
	Usado para representar dos partes del diagrama en diferentes paginas.

Fuente: Elaborado por los investigadores.

2.7.2 Capacidad instalada

La capacidad instalada, según (Gálan, 2020) es una idea clave en la administración de operaciones y producción, ya que indica el nivel máximo de producción que una empresa puede lograr con sus recursos disponibles, que incluyen maquinaria, equipo, instalaciones y personal, de manera eficiente.

2.7.3 Distribución de la planta

La distribución en planta se refiere a la organización física de los elementos que componen una instalación, ya sea industrial o de servicios. Esta estructura contempla las áreas necesarias para movimientos, almacenamiento, colaboradores directos o indirectos y todas las actividades del lugar (López B. S., 2019)

2.7.4 Plan agregado de producción

El plan agregado de producción, según (Riveros, 2020), es una herramienta clave de gestión que se usa para equilibrar oferta y demanda en producción, teniendo en cuenta las restricciones de capacidad y recursos. Su meta principal es crear un plan que mejore el uso de los recursos disponibles y satisfaga las demandas del mercado de forma eficiente y rentable.

2.7.5 Materia prima

Dicho de una manera más sencilla (Caballero, 2015) Las materias primas son los componentes esenciales para crear productos que utilizamos en nuestra vida diaria. Son parecidos a los elementos básicos de una receta.

Azúcar

El azúcar es bueno para la conservación de alimentos a través de un proceso de ósmosis, absorbe la humedad de los alimentos y detiene el crecimiento de bacterias. Además, el azúcar es capaz de mejorar el sabor de gran variedad de alimentos, haciéndolos más apetecibles.

Por otro lado, uno de los componentes del azúcar, la glucosa, es un compuesto de fácil absorción para el organismo, por lo que supone una fuente rápida de energía para el cerebro, músculos y el sistema nervioso.

Este ingrediente proporciona unas 4 calorías por gramo, consistiendo principalmente en sacarosa, lo que se podría describir como “calorías vacías” pero que igualmente aportan energía necesaria para el funcionamiento del cuerpo. (Valverde, 2023)

Leche

La leche ofrece varios beneficios para la salud que son difíciles de reemplazar con otros alimentos por su composición. De acuerdo con la FEN, una dieta que contenga suficiente lácteos ofrece hasta el 33% de las necesidades diarias de proteínas.

Su elevado nivel de calcio y vitamina D promueve el desarrollo y cuidado de los huesos, y estos nutrientes también benefician la salud dental. El alto contenido en proteínas influye favorablemente en el control del sobrepeso y la obesidad. Esto ocurre por la sensación de saciedad y reducción del apetito que genera la leche.

Además, el consumo de leche baja en grasa ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares. Asimismo, se ha observado una reducción en la incidencia de diabetes tipo 2 en quienes consumen regularmente productos lácteos (Escalante, 2018).

Conservante

Un conservante es una sustancia química que se utiliza para prolongar la vida útil de los alimentos y productos químicos, impidiendo o retrasando la putrefacción y la descomposición. Los conservantes se encuentran en una variedad de productos, desde alimentos procesados hasta productos de limpieza y cuidado personal. (Miñan, 2024)

Estabilizante

Los estabilizantes son macromoléculas, sobre todo polisacáridos (coloides, hidrocoloides y gomas), que conservan o optimizan la estructura de los alimentos y permiten la dispersión uniforme de partículas insolubles entre ellas. Son esenciales porque añaden propiedades físicas y elevan la calidad del helado.

Los estabilizantes son hidrófilos, su relación con el agua posibilita que ciertos compuestos interaccionen con proteínas y lípidos en la mezcla. Según la magnitud molecular, pueden crear partículas en suspensión y funcionan como coloides protectores. Varios de ellos interactúan con cargas iónicas de la mezcla para aumentar la viscosidad. Así se reduce el descremado (división de la emulsión en una fase grasa y otra escasa en grasa), mejorando la estabilidad de la emulsión (Jaimes, 2017).

2.7.6 Manejo de inventarios

La gestión de inventario según (Staff, 2023) es la gestión del inventario de una empresa, abarcando los procesos de producción, pedido, almacenamiento y venta de productos. Esto abarca la administración de almacenamiento y tratamiento de insumos, piezas y productos finales.

La adecuada gestión del inventario mantiene organizada a la empresa. Asimismo, ofrece información crucial para asistir a las empresas en la adaptación a tendencias, prevenir fallos en la gestión de la cadena de suministro y asegurar la rentabilidad.

Es importante analizar el estudio técnico para saber si el proyecto funciona bien. Incluye la evaluación de los aspectos técnicos, desde la producción y la maquinaria hasta la ubicación y el personal. Un estudio técnico bien realizado asegura que el proyecto sea factible y eficiente, minimizando los riesgos y maximizando la rentabilidad. Este análisis ayuda a detectar posibles problemas antes de que se conviertan en obstáculos, lo que ayuda a que el proyecto sea exitoso y sostenible.

2.8 Organización

2.8.1 Organigrama de la empresa

El organigrama según (Pérez Gregorio M. G., 2016) Es la ilustración visual de la organización, jerarquía o estructura formal de la empresa. Facilita la distinción de las unidades organizativas y de las relaciones entre ellas.

Resulta muy útil para la empresa, ya que facilita el análisis de la estructura actual y la identificación de fallos en la asignación de roles (superposiciones, duplicidades...). Sin embargo, también ofrece información valiosa hacia el exterior, pues clientes, instituciones, competidores, etc. pueden entender el funcionamiento interno de la empresa desde la perspectiva organizacional.

Antes de hacer un organigrama, se debe establecer la estructura organizativa que facilitará el proceso productivo.

La formación de la estructura organizativa puede dividirse en estas fases:

- Separar el trabajo en tareas basadas en su contenido.
- Clasificar las tareas en puestos de trabajo según su similitud.
- Asignar a cada tarea los recursos y medios necesarios, tanto humanos como materiales, para su ejecución.
- Definir las conexiones entre las diversas unidades organizativas.
- Otorgar a cada unidad la autoridad y la responsabilidad requeridas.

2.8.2 Mano de obra

Es la dedicación física y mental de un trabajador en la fabricación o mantenimiento de un producto y la compensación que debe recibir por su labor.

Según (Gutierrez, 2021). Se refiere al trabajo hecho por los miembros de una empresa para producir un bien o servicio. Es uno de los elementos de producción y implica un gasto para la empresa, ya que debe remunerarse el salario de todos los empleados que contribuyen directa o indirectamente en la creación de un producto.

La mano de obra se conoce como «trabajo» y es uno de los 3 factores económicos de producción, junto a la tierra y el capital. Todos ellos constituyen los elementos fundamentales requeridos para realizar el proceso productivo o industrial, en el que se convierten recursos en bienes y servicios finales, que se ofrecerán a los consumidores.

2.8.3 Aspectos fiscales

El pago de impuestos es esencial para sustentar y mejorar la política fiscal de cualquier Gobierno. Los ingresos fiscales financian los gastos de la administración estatal y la oferta de bienes y servicios públicos. El sistema fiscal enfocará los impuestos directos y progresivos. Sin embargo, en la estructura del sistema tributario ecuatoriano predominan los impuestos indirectos y regresivos: el IVA constituye más del 40% de los ingresos fiscales y el IR, el 30% (Grupo Faro, 2021)

2.8.4 Aspectos legales

Los negocios pueden realizarse a través de dos formas legales: como persona natural o como persona jurídica. Sin embargo, en ambos casos, se tienen responsabilidades formales con entidades de control que deben cumplirse desde el inicio del proyecto. (Mora, 2022) indica que comenzar un emprendimiento como individuo es la manera más veloz y fácil de hacerlo. Los extranjeros que deseen realizar actividades económicas en el país, a través de esta vía, necesitan una visa de residencia que les autorice a lucrar. Los procedimientos para operar así son:

- Contar con un local físico
- Conseguir el RUC o RISE de la persona natural en el SRI.
- Adquirir la licencia de la persona natural en el Municipio.

Imprimir facturas

Las entidades legales que desean iniciar negocios tienen la opción de hacerlo mediante dos clases de sociedades comerciales:

Compañía de responsabilidad limitada (Cía. Ltda.) Es la que se forma entre varias personas, que solo responden por las obligaciones sociales hasta sus aportaciones individuales, requiriendo un capital mínimo de cuatrocientos (\$ 400.00) dólares.

Compañía anónima (S.A.) Organización con capital distribuido en acciones transferibles, formada por aportes de socios que solo responden por el valor de sus acciones; requiere un capital mínimo de ochocientos (\$ 800.00) dólares.

Regulaciones

Las regulaciones pueden versar sobre el tipo de compañía que se quiera implantar. Sin embargo, existen ciertas obligaciones tributarias, laborales y de informes financieros que aplican para todas las compañías. A las empresas, dependiendo del rubro, se les pueden aplicar diferentes obligaciones tributarias. Sin embargo, algunas de las más comunes y que aplican a la mayoría de empresas son:

- Impuesto a la Renta (IR).
- Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- Retenciones de impuestos.
- Contribución al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- Impuestos municipales dependiendo de dónde esté ubicada.

También el crecimiento empresarial ecuatoriano se está dando exponencialmente y eso solo se puede lograr llevando a cabo las regulaciones nacionales. Así como tener un conocimiento claro de empleados, socios y proveedores a la hora de establecer una compañía. (Tusdatos.com, 2023)

Cada uno de estos aspectos es importante para la operación y el éxito de una empresa. La mano de obra representa un costo y un recurso vital, los aspectos fiscales aseguran el cumplimiento tributario y la sostenibilidad financiera, y los aspectos legales garantizan el cumplimiento normativo y la protección jurídica. Un análisis detallado de estos elementos ayuda a mejorar la empresa, mejorar la eficiencia y evitar riesgos.

2.9 Estudio Financiero

2.9.1 Estados financieros

Según la investigación de (Escobar, 2023) Los estados financieros son documentos contables elaborados periódicamente, generalmente anualmente, que reflejan la actividad operativa y económica de una empresa en diversos contextos. También se les conoce como informes anuales, estados contables o partidas financieras.

En las previsiones de una compañía, los informes financieros implican un análisis de la rentabilidad de las actividades comerciales y productivas, además de un reconocimiento de lo que tiene, efectivamente, el negocio en un instante específico.

2.9.2 Capital de trabajo

En un sistema contable básico, el capital de trabajo se enfoca en los recursos financieros disponibles a corto plazo para el funcionamiento de una empresa. Esto significa los fondos frecuentemente empleados en la actividad económica diaria que la compañía lleva a cabo.

Por eso, el capital de trabajo se asocia comúnmente al concepto de activo corriente en el balance general. Asimismo, es común que el capital de trabajo se asocie con la liquidez de una empresa (Westreicher, 2020)

2.9.3 VAN Y TIR

Según (Arcoya, 2021), El VAN y el TIR son poderosas herramientas financieras que permiten evaluar la rentabilidad de diversos proyectos de inversión. En numerosas ocasiones, invertir en un proyecto se presenta no como inversión, sino como oportunidad de iniciar otro negocio por su rentabilidad.

El VAN es una herramienta financiera que mide la diferencia entre ingresos y la inversión en un producto, para determinar si este ofrece ventajas a la empresa. Además, tiene una tasa de interés denominada tasa de corte que se utiliza para su actualización continua. La persona que evaluará el proyecto determina esa tasa de corte en colaboración con los inversores.

La tasa de descuento del VAN puede ser:

El interés que exista en el mercado. Se obtiene una tasa de interés a largo plazo que es fácil de extraer del mercado actual.

El índice de retorno de una compañía. La tasa de interés que se establezca entonces dependerá de cómo se financie la inversión. Si se utiliza capital de otra persona, la tasa de corte indica el costo del capital externo. Al usar capital propio, la empresa incurre en un coste directo, pero ofrece rentabilidad al accionista.

El TIR, o tasa interna de retorno, es el descuento en un proyecto que asegura que el BNA sea al menos igual a la inversión. Al mencionar el TIR, se refiere a la mayor TD que un proyecto puede tener para ser considerado viable.

El estudio financiero proporciona una visión integral de la viabilidad económica del proyecto o empresa. La evaluación de la inversión inicial, la proyección de los estados financieros, la rentabilidad, la liquidez, la solvencia, el retorno sobre la inversión, los costos y precios, el punto de equilibrio, y los escenarios financieros. Un análisis financiero exhaustivo ayuda a tomar

decisiones informadas, planificar estratégicamente y asegurar la estabilidad y el crecimiento de la empresa en el futuro.

2.10 Metodología

Se utilizará un enfoque cuantitativo, esto se desarrollará a través de la aplicación de una encuesta que constará de preguntas cerradas, la cual nos facilita la recolección de datos para la elaboración de nuestro helado destinado a la comercialización, Asegurando su aceptación entre los compradores.

2.10.1 Tipo de investigación

Enfoque cuantitativo

Estudios descriptivos: Son investigaciones que se enfocan en caracterizar fenómenos, situaciones o variables tal como se presentan en su entorno, sin realizar manipulación ni intervención deliberada por parte del investigador, se puede usar encuesta para recolectar la información necesaria, es la forma más efectiva para obtener información y presentar al mundo como es.

El enfoque metodológico es adecuado para obtener datos objetivos sobre la aceptación del helado en el mercado. Las encuestas con preguntas cerradas permiten recolectar y analizar datos de manera estructurada y eficiente. La metodología descriptiva es útil para obtener una visión detallada del mercado sin intervención, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones sobre la comercialización del helado.

CAPITULO III

DESARROLLO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 Naturaleza del Proyecto

3.1.1 Nombre de la empresa

‘‘Exotic Fruit’’ es el nombre de nuestra empresa, como su nombre lo indica busca brindar una experiencia única y auténtica desde el fondo de la Amazonia elaborando helados con frutas exóticas y frescas.

3.1.2 Giro de la empresa

El giro de nuestra empresa es la fabricación y comercialización de helados artesanales con frutas exóticas que se caracterizan por ofrecer sabores únicos y deliciosos.

Ilustración 3

Logo de la empresa



Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.1.3 Descripción de productos o servicios

Disfruta de un viaje de sabores exóticos y frescura natural con nuestra selección única de helados artesanales. En nuestra heladería, te ofrecemos una experiencia de sabor sin igual, destacando los deliciosos y auténticos sabores de la uva de monte, la pomarrosa y la chonta.

Cada helado que servimos está cuidadosamente elaborado con ingredientes frescos y de la más alta calidad, directamente de la rica biodiversidad de la Amazonia. Desde el refrescante sabor de uva de monte hasta el helado de pomarrosa y la sorprendente chonta, cada sabor te transportará a las profundidades de la selva amazónica con su autenticidad y frescura incomparables.

Además de deleitar tu paladar, nuestros helados ofrecen beneficios nutricionales gracias a las propiedades saludables de las frutas amazónicas. La uva de monte, la pomarrosa y la chonta

están llenas de vitaminas, minerales y antioxidantes, proporcionándote una indulgencia deliciosa y nutritiva.

En la Heladería “Exotic Fruit”, te invitamos a explorar los tesoros de la selva a través de nuestros helados únicos y deliciosos. Ya sea que busques un momento de frescura en un día caluroso o simplemente quieras disfrutar de la auténtica experiencia amazónica en cada bocado, estamos aquí para llevarte en un viaje de sabores que nunca olvidarás.

3.1.4 Ubicación de la empresa

Nuestra empresa esta ubica en la vía E-35, en el sector de Panzaleo ya que es una vía principal y muy transitada por los trasportistas.

La heladería “Exotic Fruit” se distingue por sus sabores exóticos y naturales que cautivan a los clientes. Este establecimiento cuenta con un amplio espacio de 100 m2, diseñado para crear una atmósfera acogedora y vibrante que refleje la riqueza de la selva tropical. Equipado con máquinas especializadas en la elaboración de helados artesanales, nuestro local cuenta con un congelador de última generación diseñado para mantener los helados a la temperatura óptima, preservando su frescura y sabor.

Nuestra heladería, invita a los clientes a explorar la variedad de sabores únicos inspirados en frutas exóticas desde la biodiversidad de la Amazonia como la uva de monte, la pomarrosa y la chonta. Con una capacidad de producción abastecible, podemos satisfacer la demanda de nuestros consumidores y garantizar una oferta fresca y variada en todo momento.

Además, para ofrecer una experiencia conveniente y moderna, hemos implementado un sistema en línea que permite a los clientes explorar nuestro helado. Esto asegura que nuestros productos estén disponibles para disfrutar en cualquier momento y lugar, brindando comodidad a nuestros clientes y aumentando nuestra accesibilidad.

3.1.5 Análisis de la industria

Fuerzas de PORTER

Amenaza de Nuevos Entrantes: Las barreras de entrada en la industria de los helados pueden ser significativas. Se requiere una inversión considerable en equipos de producción y refrigeración, así como en investigación y desarrollo de recetas únicas. Sin embargo, la creciente demanda de helados artesanales y la popularidad de ingredientes naturales podrían atraer nuevos competidores. Helados “Exotic Fruit” puede mitigar esta amenaza mediante la construcción de

sabores exóticos desde la biodiversidad de la Amazonia, así como a través de asociaciones estratégicas con proveedores para las frutas como son, uva de monte, pomarrosa, chonta.

Poder de Negociación de los Proveedores: Los proveedores de ingredientes, especialmente aquellos que suministran frutas exóticas de la Amazonía, pueden tener un cierto poder de negociación debido a la exclusividad y la calidad de sus productos. Helados “Exotic Fruit” puede enfrentar a este desafío estableciendo relaciones sólidas con proveedores confiables y diversificando sus fuentes de abastecimiento. Además, la inversión en prácticas de abastecimiento sostenible puede fortalecer la posición negociadora de la empresa.

Poder de Negociación con los Compradores: Los consumidores tienen una variedad de opciones cuando se trata de helados, lo que les otorga cierto poder de negociación. Sin embargo, helados “Exotic Fruit” puede reducir esta amenaza diferenciando su producto a través de sabores exóticos y una historia desde la biodiversidad de la Amazonia. Además, ofrecer una experiencia de cliente excepcional y establecer precios competitivos puede aumentar la lealtad de los clientes y reducir su sensibilidad al precio.

Amenaza de Productos Sustitutos: Existen varios productos sustitutos para los helados, como sorbetes, yogures congelados y postres no lácteos. Sin embargo, helados “Exotic Fruit” puede mitigar esta amenaza enfocándose en la calidad y la autenticidad de sus helados, así como en la promoción de la experiencia única que ofrece al utilizar ingredientes naturales y fruta exótica de la Amazonía. Además, la innovación continua en el desarrollo de nuevos sabores y productos puede ayudar a diferenciar aún más la oferta de la empresa.

Rivalidad entre los Competidores Existentes: La competencia en la industria de los helados es intensa, con numerosas marcas compitiendo por la cuota de mercado. Grandes empresas internacionales, así como pequeños productores artesanales, están presentes en el mercado. Sin embargo, helados “Exotic Fruit” tiene una ventaja competitiva al ofrecer helados únicos y artesanales, elaborados con ingredientes naturales y frutas exóticas de la Amazonía.

3.2 Estudio de Mercado

3.2.1 Características del segmento del mercado

El segmento de mercado de “Exotic Fruit” a base de frutas exóticas en el sector de Panzaleo, a lo largo de la vía E-35 en Ecuador, se caracteriza por ofrecer una variedad única de sabores que incorporan ingredientes naturales y autóctonos de la región amazónica. Estos helados destacan por su frescura y autenticidad, utilizando frutas como la uva de monte, pomarrosa, chonta, que no solo satisfacen el paladar con sabores distintivos, sino que también

reflejan la riqueza cultural y la biodiversidad del entorno local. Ubicado en un punto estratégico frecuentado por residentes locales y viajeros en tránsito, este segmento capitaliza la demanda de consumidores que buscan experiencias únicas durante sus desplazamientos. Los puntos de venta son locales comerciales que aseguran la accesibilidad de estos helados, atendiendo a una diversidad económica de consumidores que valoran desde opciones más económicas. Además de satisfacer las preferencias del mercado, estos helados contribuyen al desarrollo económico local al promover el uso de ingredientes regionales y fomentar prácticas sostenibles, consolidando así su papel como una opción atractiva y responsable en el mercado de helados en el sector de Panzaleo.

Segmentación del Mercado

- Segmentación Geográfica: El mercado meta de nuestro proyecto son los turistas y transportistas que circulan por el sector de Panzaleo por la vía E-35.
- Segmentación Demográfica: “Exotic Fruit” se dirige a las personas que les gusta el helado, con un rango de edad de 18 a 58 años también incluyen niños.
- Segmentación Psicográfica: Se dirige a personas que les guste el helado con sabores exóticos, que no solo satisfacen el paladar con sabores distintivos, sino que también reflejan la riqueza cultural y la biodiversidad de la Amazonia.

3.2.2 Demanda potencial

Población y muestra

En el sector de Panzaleo, considerando el tráfico vehicular, se ha estimado que pasan un total de 2.048.436 personas al año por el peaje, asumiendo que cada vehículo transporta 4 personas y se cuenta solo el tráfico durante 9 horas por día durante los fines de semana.

Tabla 3

Segmentación por tráfico vehicular

Tráfico Vehicular (Personas)	TOTAL
Vehículos por (80 min / fin de semana)	1.459 vehículos
Vehículos fin de semana (4 personas por vehículo)	5.836 personas
Personas por año (9 horas/, fines de semana)	39.393 personas
Personas por año (4 personas por vehículo)	2.048.436 personas

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Así, de acuerdo a la segmentación hecha, encontramos que nuestro mercado objetivo incluye a las 2.048.436 personas que satisfacen el criterio del tráfico en el peaje de Panzaleo.

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{N * z * p * q}{e^2 * (N - 1) + z * p * q}$$

Nomenclatura:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la población o universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (fracaso)

Fórmula:

$$n = \frac{2.048.436 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0,05^2 * (2.048.436 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 384 \text{ personas}$$

Se consideró una población total de 2.048.436 personas para evaluar las probabilidades de éxito y fracaso ($p = 0.5$; $q = 0.5$). Con un margen de error de 0.05 y un nivel de confianza de 1.96, se ha determinado que debemos encuestar a cerca de 384 personas para obtener resultados confiables y representativos.

Demanda actual

Para obtener la cantidad actual de los potenciales consumidores de helados se consideró tomar un 15% del total de población que pasan por el Sector de Panzaleo en la vía E-35.

Tabla 4

Demanda Actual

18 - 58 o mas Años	% Aceptación (encuesta)	DEMANDA ACTUAL
307.265	96,1%	295.285

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Después de realizar una investigación de campo y analizar los resultados, se determinó que el 96,1% de las personas encuestadas están a favor de los helados hechos con frutas amazónicas. Según los cálculos, esto equivale a 295.282 personas que son posibles consumidores. Esta cifra sugiere que hay una demanda significativa para los helados, lo cual es favorable para el proyecto actual.

Demanda Proyectada

Para proyectar la demanda, se ha empleado el método de promedios móviles. El dato principal utilizado es la demanda actual, que asciende a 295.282 personas como posibles consumidores potenciales de helados en el Sector panzaleo. Además, se ha considerado un crecimiento para ambos factores vehicular y poblacional del 1.56% para cada año.

Tabla 5

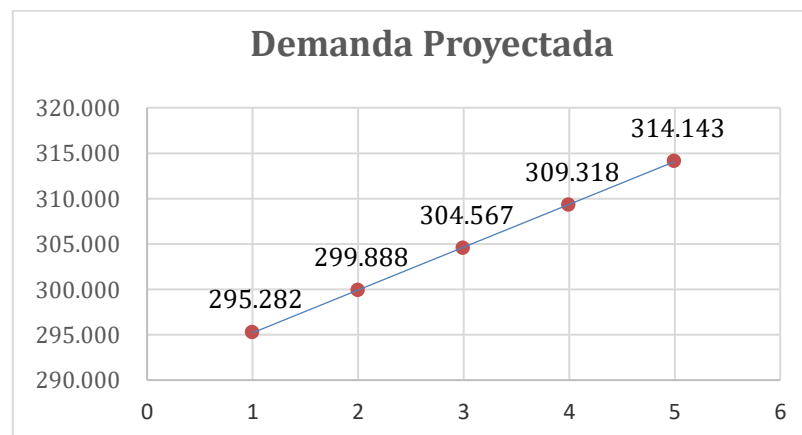
Demanda proyectada

Años	Demanda Proyectada
1	295.282
2	299.888
3	304.567
4	309.318
5	314.143

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Ilustración 4

Gráfico de la demanda proyectada



Nota: Índice de crecimiento 1,56%

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.2.3 Estudio de la competencia

En el sector hay varias tiendas de heladerías de diferentes marcas que ofrecen una amplia variedad de sabores y tienen una fuerte presencia en el mercado, lo que las convierte en competidores directos. Con nuestra empresa los competidores tendrán un giro muy importante ya que nuestros helados son hechos con frutas amazónicas y completamente naturales. A diferencia de los productos locales que suelen tener, colorantes, grasas trans, Gomas, almidones, sabores artificiales, en cambio nuestros helados destacan por ser naturalmente hechas con frutas amazónicas.

Es esencial identificar cuántas empresas en el sector de Panzaleo, Salcedo, ofrecen helados naturales, analizar las características de sus productos y a partir de esta información, mejorar y presentar al mercado un producto que cumpla con las expectativas del consumidor.

Tabla 6

Oferentes

	Heladería Rocio	Heladería Rosita	Heladería la Glosita
Cliente objetivo	Familias y parejas locales	Jóvenes y adolescentes	Turistas y excursionistas
Producto que ofertan	Helados artesanales y postres tradicionales	Helados con sabores innovadores y productos congelados	Helados exóticos y sorbetes
Fortalezas	Ingredientes frescos y locales, tradición y calidad	Variedad de sabores, ubicaciones estratégicas	Sabores únicos, experiencias personalizadas
Debilidades	Competencia con nuevas heladerías, estacionalidad de algunos ingredientes	Percepción de precio alto, dependencia de ingredientes importados	Menor conocimiento de marca fuera de la zona, precios más altos

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Oferta Actual

Es fundamental conocer a la competencia. Por esta razón, hemos decidido analizar la producción anual de helados con frutas amazónicas ofrecidos por las heladerías de la región. Esta evaluación nos permitirá entender mejor el mercado y posicionar nuestra heladería de manera efectiva.

Tabla 7*Oferta Actual*

Empresa	Productos que ofertan	Cantidad anual
Heladería la Golosito	Helados de sabores, coco, chocolate	56.000,00
Heladería ruta E-35	Helados rey paletas, capuchino, micheladas	51.800,00
Heladería Ranchito	Helados de cicle, mora, higo queso	19.250,00
Heladería Riky y Edy	Helados avelina, choco nata, tiramisú	34.160,00
Heladería Rosita	Helados oreo, guanábana, queso piña	21.000,00
	Total	182.210,00

Fuente: Elaborado por los investigadores.

La oferta anual de helados en el sector panzaleo asciende a 182.210,00 helados. Al calcular el promedio, se obtiene que se venden aproximadamente 2.187 helados al mes.

Tabla 8*Precio de la oferta*

Helados	Precio
Sabores	\$ 0,75
Coco	\$ 0,75
Cicle	\$ 0,75
Producto	Precio
Menta Chocolate	\$ 1,00
Mango	\$ 1,00
Nuez	\$ 1,00
Producto	Precio
Michelada	\$ 1,00
Mocachino	\$ 1,25
Empastado	\$ 1,50

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Oferta Projectada

Se establece la cantidad de productos que se ofrecerán durante los años de vida útil del proyecto enfocado en la producción de helados con frutas amazónicas.

Tabla 9

Oferta Projectada

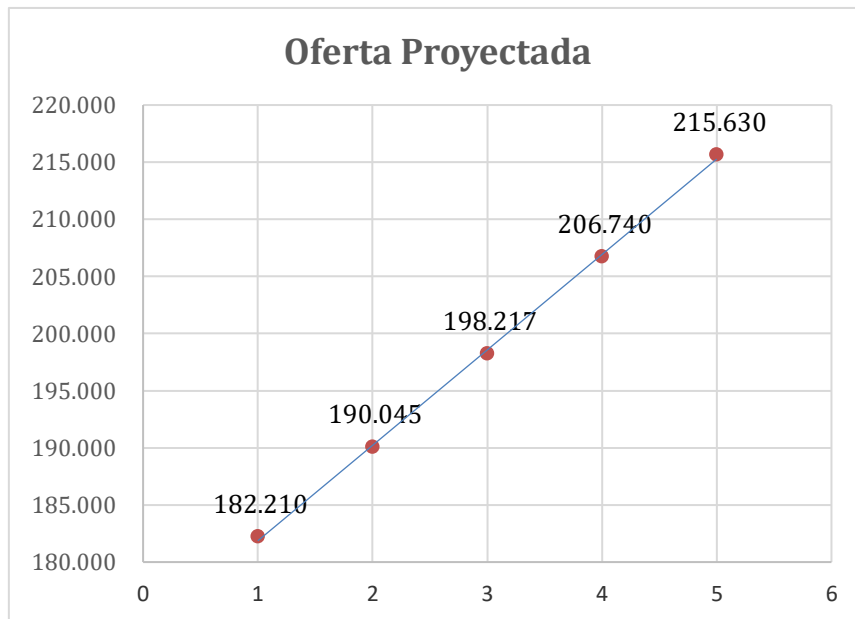
Años	Oferta Projectada
1	182.210
2	190.045
3	198.217
4	206.740
5	215.630

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Nota: Índice del 4,30% (Informesdeexpertos, 2024)

Ilustración 5

Oferta Projectada



Fuente: Elaborado por los investigadores.

Para proyectar la oferta, se utilizó un crecimiento del 4.30% tamaño del mercado global en el consumo de helados. Este crecimiento fue calculado utilizando el método de promedios móviles. Estos datos son valiosos para comprender el incremento de helados en el mercado.

Determinación de la Demanda Insatisfecha

Se utilizaron los datos proyectados de oferta y demanda para calcular la demanda insatisfecha. Al conseguir este valor, podemos determinar que el proyecto actual es factible, lo cual nos beneficia y aumenta nuestras expectativas.

Tabla 10

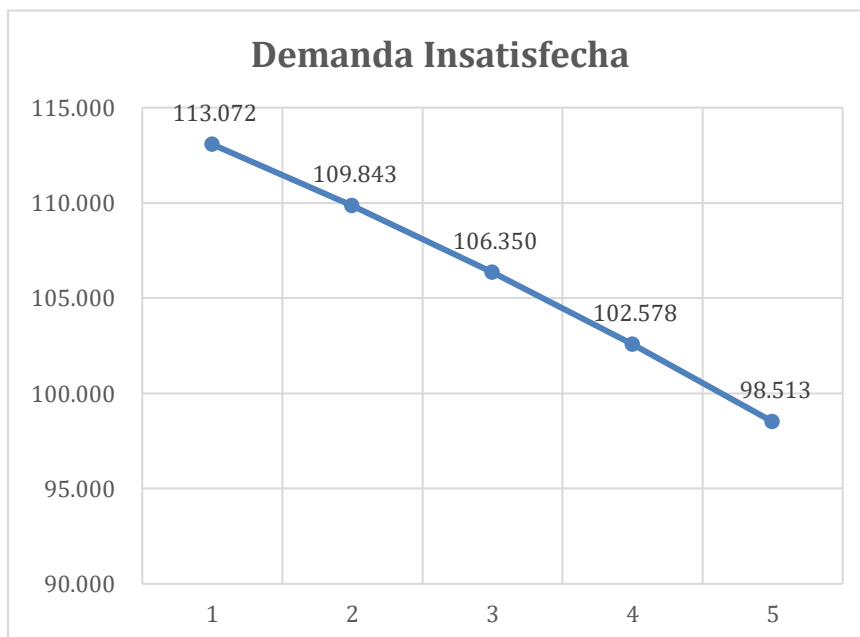
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	295.282	182.210	113.072
2	299.888	190.045	109.843
3	304.567	198.217	106.350
4	309.318	206.740	102.578
5	314.143	215.630	98.513

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Ilustración 6

Demanda Insatisfecha



Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.2.4 Conclusión del Estudio de Mercado

La encuesta se realizó en el sector de Panzaleo para entender mejor la aceptación de los helados hechos con frutas amazónicas y evaluar posibles proyecciones de implementación en el sector panzaleo en la vía E-35.

Los resultados mostraron que el 52·6% de los encuestados eran de género femenino, mientras que el 47·4% son masculino. Tras completar todo el proceso de tabulaciones de la encuesta, se obtuvo un porcentaje de aceptación del 96·1% respectivamente, lo cual sugiere una alta probabilidad de establecer la empresa de helados en ese sector. Fue factible realizar una encuesta con preguntas relacionadas con nuestro proyecto de factibilidad para poder tabular los datos adecuadamente. Esta encuesta está compuesta por 12 preguntas y fue dirigida a los jóvenes, turistas, familias que pasan por sector de Panzaleo, Salcedo.

3.2.5 Selección del Sistema de Distribución

La distribución de nuestros helados amazónicos se basa en lograr la accesibilidad en nuestra heladería física y en todas nuestras plataformas de redes sociales. El enfoque tiene el beneficio de optimizar el tiempo para el cliente y abre las oportunidades del mercado para nosotros, que es la base de nuestra selección de estrategias. Nuestra heladería brinda al cliente la oportunidad de disfrutar nuestros helados en un ambiente de la selva que representa auténticamente la autenticidad de la selva, lo que aboga por la marca cuando se trata de probar ingredientes auténticos.

Por otro lado, el consumo a través de nuestra tienda en línea amplía nuestro alcance y facilita cualquier ubicación para acceder a nuestros productos gracias a nuestra presencia en línea. Nuestro servicio de venta en línea permite a los clientes encontrar todo nuestro menú y programar entregas a domicilio en momentos que les convengan. Más allá de la ubicación, la plataforma garantiza la conveniencia en términos de horario de compra y entrega, un reflejo de la moderna mentalidad del cliente y las necesidades dinámicas. Con la integración de los dos canales, nos comprometemos a brindar una excelente experiencia que garantiza total satisfacción y apropiación de nuestros productos por parte del consumidor en términos de tiempo, lugar y deseo.

3.2.6 *Diseño del empaque*

Nuestra propuesta al ofrecer un producto novedoso de helados con frutas amazónicas, sabores inigualables, ingredientes totalmente naturales y un envase ecológico, estamos ofreciendo una experiencia gastronómica integral y centrada en la conciencia alimenticia. En este sentido, no solo al cliente estaría degustando un helado exquisito, sino que dice algo fuerte y auténtico de la personalidad y de sus preferencias; por lo tanto, la idea de préstamo incluye el logo de nuestra empresa.

Ilustración 7

Diseño del Empaque



Fuente: Elaborado por los investigadores.

Nuestra heladería amazónica es una idea mejorable para un helado no solo delicioso, sino también atractivo para nuestro cliente. Todos los ingredientes que usamos en nuestros helados son naturales y frescos que provienen de la selva amazónica. Los ingredientes frescos y amazónicos garantizan la calidad y la autenticidad de nuestros helados especiales. Además de satisfacer los gustos más exigentes, proponemos ser socios de la sostenibilidad ambiental. Para ello, hemos ideado un embalaje de nuestros helados con un palo de bambú biodegradable, realizado a mano. El embalaje que presentamos está destinado a descomponerse de la forma más natural en el medio ambiente, lo que conduce a una reducción significativa del plástico vacío y otras cosas y a una mayor conciencia. Además, para eliminar eficientemente los desperdicios de nuestras frutas amazónicas que utilizamos en la producción. De nuestros helados, implementamos un solo sistema de administración de desperdicios.

Con nuestra estrategia, no solo satisfacemos las necesidades y deseos de nuestros clientes, sino que también probaran de nuestros helados frescos y deliciosos, también lograremos un impacto positivo en nuestra sociedad y medio ambiente. Al elegirnos, nuestros clientes disfrutarán no solo del mejor helado amazónico con sabores únicos y sanos, nuestro esfuerzo activo en la preservación del medio ambiente y el apoyo práctico a nuestros agricultores. Ha determinado nuestra innovación y liberación al camino a un futuro más eficiente y consciente alrededor de nuestra heladería.

3.2.7 *Acciones para introducir el producto en el mercado*

- Recopilar feedback de los clientes y realizar mejoras continuas en los productos y servicios para satisfacer mejor las necesidades y expectativas del mercado.
- Diseñar un empaque atractivo y ecológico que refleje la calidad y origen natural de los helados, destacando las frutas amazónicas utilizadas.
- Participar en eventos gastronómicos y ferias de alimentos para dar a conocer los productos a un público más amplio.
- Aprovechar las plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok para promocionar los helados amazónicos.
- Compartir historias sobre las comunidades locales que cultivan las frutas y los beneficios ambientales de utilizar ingredientes naturales y sostenibles.

3.3 **Estudio Técnico**

3.3.1 *Regulaciones Sanitarias*

1. **Notificación Sanitaria**

“Se recibe la notificación Sanitaria de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), siguiendo estas normas.

- INEN 706 (Helado. requisitos).
- INEN 1334-1 (Etiquetado de alimentos para consumo humano Parte 1 requisitos).
- INEN 1334-2 (Etiquetado de alimentos para consumo humano Parte 2. Rotulado nutricional. requisitos).
- INEN 1334-3 (Etiquetado de alimentos para el consumo humano). Parte. condiciones para declaraciones nutricionales y afirmaciones de salud”.

El proceso implica:

- Presentar una solicitud formal.
- Proveer detalles del producto, ingredientes y proceso de fabricación.
- Realizar análisis microbiológicos y fisicoquímicos en un laboratorio acreditado.
- Presentar etiquetas del producto que cumplan con la normativa vigente.

2. **Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)**

La planta de producción debe cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura, lo cual incluye:

- Instalaciones adecuadas y en buen estado.

- Personal capacitado en higiene y manipulación de alimentos.
- Procedimientos de limpieza y desinfección.
- Control de plagas.

5. Permisos y Licencias Locales

Obtener los permisos y licencias necesarias a nivel municipal y provincial, que pueden incluir:

- Permiso de funcionamiento emitido por el municipio de Cotopaxi.
- Licencia ambiental, si aplica.
- Inspecciones sanitarias regulares.
- Permiso Ambiental
- Patente Municipal
- Permiso de bomberos

Producto final que cumpla con las especificaciones microbiológicas y sensoriales.

3.3.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Etapa 1: recepción de materia prima: frutas (uva de monte, poma rosa, y chonta), estabilizante, conservantes, azúcar y leche.

Etapa 2: selección de materia prima (frutas): etapa fundamental para hacer el descarte, de aquellas materias que no pasen los regímenes de calidad tales como: frutas dañadas o en mal estado, leche con antibiótico o mastitis.

Etapa 3: lavado de fruta: proceso en el cual se elimina residuos físicos de la fruta, como impurezas, tierra etc.

Etapa 4: despulpado de fruta: una vez limpiada la fruta, cumpliendo con los parámetros de calidad, se realiza el despulpado, operación en la cual la pulpa ingresa en una despulpadora, obteniendo pulpa lista para ser utilizada libre de cascaras y semillas.

Etapa 5: tamizado y pasteurizado: este proceso tiene como función eliminar alguna cosa extraña de la leche como residuo de excremento, pelos, tierra u otros residuos físicos. La leche es pasada por un lienzo quedando toda sustancia ajena a la leche en el lienzo.

Etapa 6: mezclado: Este proceso consiste en la integración de todos los ingredientes que conformaran el helado, hasta obtener una mezcla homogénea. En este proceso ingresa, emulsionante, espesantes, azúcar, fruta, conservantes, colorante si es caso, y la leche pasteurizada.

Etapa 7: madurado: Una vez obtenida la mezcla homogénea el tanque mezclador procede a realizar la maduración, proceso en el cual el equipo. Introduce aire a la mezcla a través de un batido mientras enfría la mezcla.

Etapa 8: envasado: transcurrido el tiempo de maduración, con la ayuda de recipientes se trasvasa el producto a los moldes, mismos que se encuentran listos en las salmueras para proceder con el proceso de congelamiento.

Etapa 9: desmoldado: terminado el proceso de congelación que se realiza en las salmueras, los moldes con el producto son llevados a las mesas de trabajo, donde se desmolda manualmente los helados.

Etapa 10: empacado: para el empaque de los helados se realiza en fundas de polietileno, el producto empacado se dirige a una selladora multi uso, la cual sella y codifica el producto final que va hacer almacenado y finalmente comercializado.

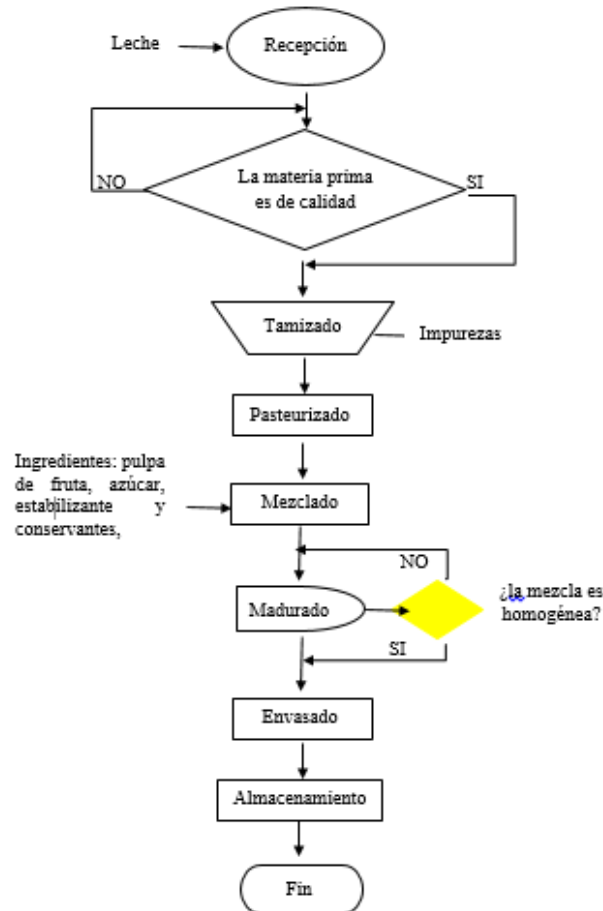
Etapa 11: almacenamiento: para una buena conservación del producto final, se utiliza un cuarto frio a -8C temperatura de congelación, evitando que el helado se derrita o dañe su forma.

Etapa 12: venta: proceso en el cual el producto es exhibido y comercializado a las diversas personas que visitan la localidad y el local.

3.3.3 Diagrama de flujo del proceso

Ilustración 8

Diagrama de flujo de procesos



Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.3.4 Capacidad instalada

Para calcular la capacidad instalada de la empresa se consideró la cantidad de unidades que produce una persona de los tres sabores de helado, según el desglose diario, mensual y anual a continuación.

Tabla 11

Capacidad instalada para la producción de helados

Capacidad Instalada	1 operario	Pomarrosa (33,3%)	Uva de monte (33,3%)	Chonta (33,3%)
1 HORA	54	18	18	18
DÍA	432	144	144	144
MES	3456	1152	1152	1152
AÑO	41472	13823	13823	13823

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.3.5 Ubicación de la empresa

Macro localización

“Exotic Fruit”, un emprendimiento realizado por Paola Espín y Richard Jiménez, dos estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, tiene como propósito la creación de una fábrica de helados que serán elaborados con frutas exóticas desde la Amazonia. Dada su estratégica ubicación, estará al alcance de todos los transportistas y turistas que circulan la vía E-35. Está ubicado en la parroquia de Panzaleo, que forma parte del cantón Salcedo, en la provincia de Cotopaxi.

Ilustración 9

Macro localización



Fuente: Google Maps

Micro localización

Ilustración 10

Micro Localización de “Exotic Fruit”



Fuente: Google Maps

3.3.6 Equipo e instalaciones





Para la elaboración de los helados se requieren una lista de equipos de instalaciones y herramientas que se mencionan a continuación:


Tabla 12

Equipos e instalaciones

Equipo	Descripción
<p data-bbox="432 577 512 611">Local</p> 	<p data-bbox="735 577 1343 719">El local de 100m² es el establecimiento dedicado a la producción y comercialización de helados con sabores frutas exóticos.</p>
<p data-bbox="371 913 572 947">Bidón de leche</p> 	<p data-bbox="751 913 1327 1111">Envase para transporte de sustancias líquidas (leche), acero inoxidable, para evitar corrosiones del envase o contaminantes pesados.</p>
<p data-bbox="309 1332 635 1366">Despulpadora de frutas</p> 	<p data-bbox="756 1332 1326 1529">Es una herramienta para la producción de pulpa, ya que optimiza el procesamiento de frutas, asegurando una pulpa de alta calidad, homogénea y rica en nutrientes.</p>
<p data-bbox="408 1771 536 1805">Marmita</p>	<p data-bbox="738 1771 1343 1912">Equipo idealizado para para pasterización de la leche, el equipo debe ser acero inoxidable para garantizar la calidad del alimento.</p>

	
<p style="text-align: center;">Salmuera</p> 	<p>Se utilizan para congelar la mezcla de helado que es depositada en los moldes, dando como resultado un helado duro en menos de 15min.</p>
<p style="text-align: center;">Dosificado Manual</p> 	<p>Utensilio utilizado para colocar la mezcla de helado en los moldes, mismo que debe ser de acero inoxidable que evite contaminantes al producto final.</p>
<p style="text-align: center;">Moldes de helado</p> 	<p>Utensilio utilizado para darle forma al producto final ya sea este en forma de un helado tradicional o paleta. Una vez que el helado está completamente congelado, se procede al desmoldado.</p>
<p style="text-align: center;">Mesa de trabajo</p> 	<p>Son utilizadas para procesos iniciales o finales que requieran de uso de una superficie, después de la congelación del helado, este es desmoldado de forma manual sobre la superficie de una mesa que debe ser de acero inoxidable para evitar contaminantes con el producto final.</p>

<p>Selladora multifunción</p> 	<p>La empacadora y/o selladora, es una máquina diseñada para empaquetar productos y luego sellar estos envases plásticos, para proteger el contenido. El sellado es térmico, asegurando que el empaque esté bien cerrado y el producto protegido de contaminantes externos y otros factores que puedan afectar su calidad. Este equipo es multi función puesto que tiene la opción de codificado donde se puede poner el lote, fecha de expiración y fabricación.</p>
<p>Cámara de congelación</p> 	<p>Las cámaras de congelación son esenciales para mantener al helado en punto de congelación de -8°C a -20°C. Su diseño y características específicas aseguran que el helado se conserve en las mejores condiciones posibles.</p>
<p>Recipientes de acero</p> 	<p>Se usan para almacenar y transportar ingredientes y productos terminados, evitando contaminantes extraños por despliegue de metales.</p>
<p>Balanza analítica</p> 	<p>Se utiliza principalmente en los laboratorios de desarrollo de productos y control de calidad para medir con precisión ingredientes y aditivos.</p>

<p>Congeladores</p> 	<p>Su función es mantener en estado de congelación al producto final, son ideales en los puntos de venta, para el fácil acceso al alimento.</p>
--	---

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.3.7 *Distribución de la planta*

“Exotic Fruit” cuenta con un local de 100 (m²), para la fabricación de los helados es importante optimizar el uso del espacio para garantizar un flujo de trabajo eficiente y mantener altos estándares de calidad e higiene. A continuación, se presenta la distribución por departamentos:

Tabla 13

Distribución por departamentos

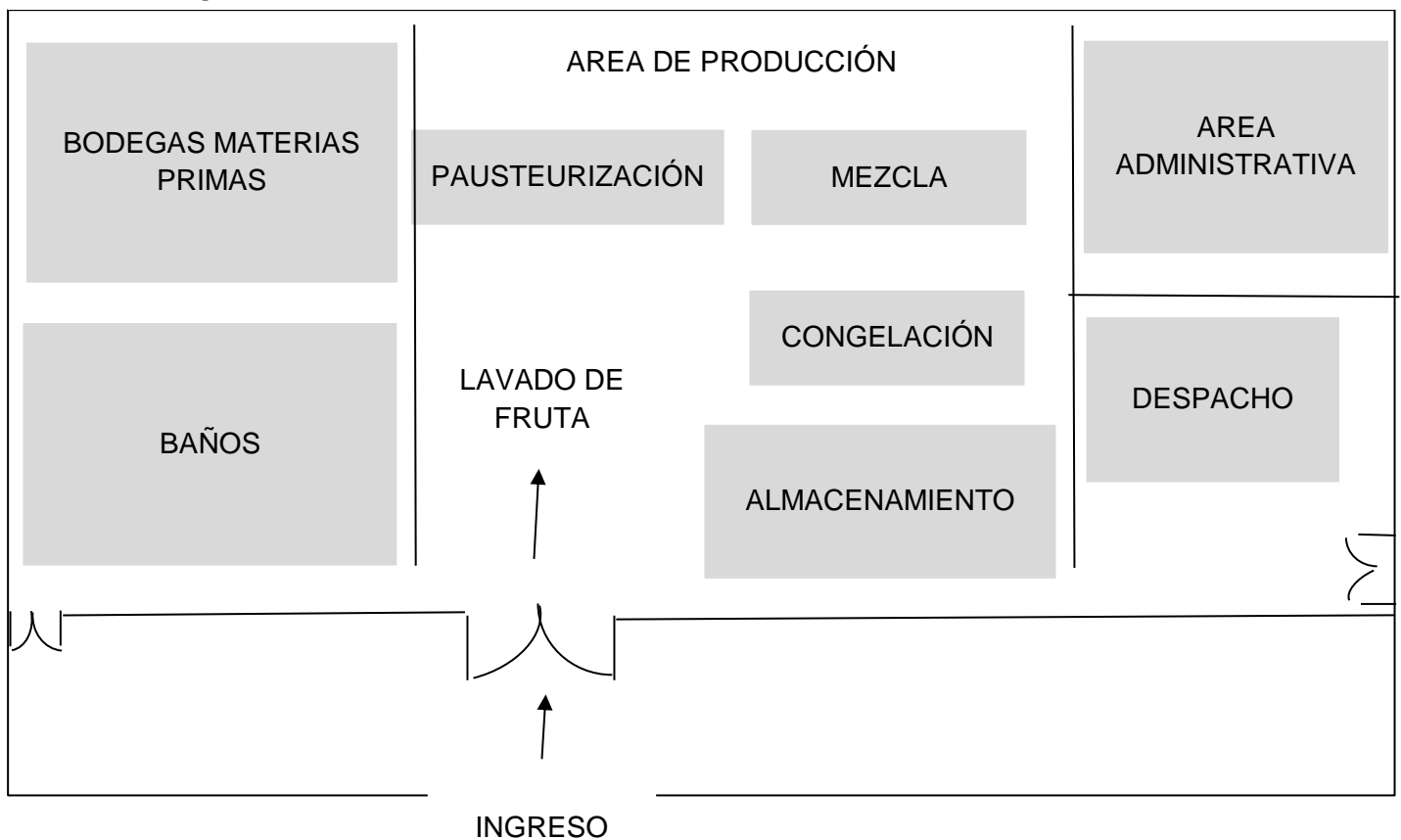
ÁREA	Descripción
Producción	Área diseñada para la elaboración del helado, desde su proceso inicial hasta el empaquetado del mismo. En esta era se encuentra la mayoría de equipos que son indispensables al momento de la realización de un helado.
Despacho	En este departamento es la sección encargada de gestionar la salida de productos terminados desde el almacenamiento hasta su entrega a los clientes finales
Área administrativa	En este departamento se encuentra el gerente que es encargado de la gestión financiera y de recursos humanos hasta la planificación de la producción y la logística, asegurando que la fábrica opere de manera eficiente y rentable.

Bodegas de materias primas	Su objetivo principal es mantener las materias primas en condiciones óptimas, evitando la contaminación y el deterioro, y asegurando que estén disponibles cuando se necesiten para la producción.
Baño	Se dispone baterías sanitarias para el personal de planta como el personal administrativo.

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Ilustración 11

Distribución de la planta




Fuente: Elaborado por los investigadores.



3.3.8 *Materia prima*



La materia prima de la fábrica de helados es de frutas exóticas desde la Amazonia y ingredientes de buena calidad.



Tabla 14

Materia Prima

Frutas	Imágenes	Propiedades	Beneficio
Uva de monte	<p data-bbox="507 432 667 459">Ilustración 12</p> <p data-bbox="512 488 662 515"><i>Uva de monte</i></p>  <p data-bbox="475 725 810 824">(Uva caimarona (Pourouma cecropiifolia), 2016)</p>	Tienen fuertes propiedades antioxidantes. Impacto es que aumentan la oxidación de lipoproteínas de baja densidad y efectos antiinflamatorios.	<p data-bbox="1158 405 1394 927">Contribuye a mantener nuestra salud; hay una lista de enfermedades que se pueden mitigar o controlar al consumir esta fruta.</p> <p data-bbox="1158 956 1394 1697">Investigaciones indican que ciertos cánceres podrían ser prevenidos al comer uva silvestre, dado que presenta cierta toxicidad hacia células cancerosas (Gallegos, Díaz,López, 07/10/2021)</p>

<p>Pomarrosa</p>	<p>Ilustración 13</p> <p><i>Pomarrosa</i></p>  <p>(Pomarrosa: características, propiedades, beneficios, recetas, y más, 2019)</p>	<p>La pomarrosa contiene hierro, calcio y vitamina B3</p>	<p>Aportan una cantidad importante de micronutrientes y de fotoquímicos con capacidad antioxidante que ayudan en la prevención de las patologías crónicas y complejas. De este modo, se asegura que la fisiología del organismo funcione de una manera adecuada. (Arias, 2022)</p>
<p>Chonta</p>	<p>Ilustración 14</p> <p><i>Chonta</i></p>  <p>(La Chonta ALLPA, 2020)</p>	<p>Contiene aminoácidos esenciales, proteínas, ácidos grasos omega 3 y 6, fibra, vitaminas A, C, D, carbohidratos y minerales como hierro, magnesio, fósforo y calcio.</p>	<p>El chontaduro es un alimento completo y equilibrado, que ofrece varios beneficios para la salud si se consume regularmente. Es particularmente apropiado para individuos con anemia o anorexia, o</p>

			<p>quienes padecen trastornos digestivos, inapetencia, fatiga y problemas de memoria (Salabert, 2016).</p>
Leche	<p>Ilustración 15</p> <p><i>Leche</i></p>  <p>(Escalante, Leche: composición, propiedades, beneficios y valor nutricional, 2018)</p>	<p>Contiene calcio, hierro, grasas, vitaminas, proteínas y minerales.</p>	<p>La leche es una fuente de calcio clave para el crecimiento saludable y el funcionamiento de los huesos y el sistema óseo, ya que ingerirla puede prevenir enfermedades como osteoporosis. (Gonzales, 2023)</p>
Azúcar	<p>Ilustración 16</p> <p><i>Azúcar</i></p>  <p>(Escalante, Azúcar: propiedades, beneficios y valor nutricional, 2018)</p>	<p>Contiene numerosos carbohidratos que constituyen el 99% de su composición, junto a calcio, fósforo y potasio en leves cantidades.</p>	<p>Consumo de azúcar es beneficioso para el sistema nervioso, nutrientes y el desarrollo físico y mental. El azúcar ayuda a mantener la condición de los tejidos y</p>

			mejorar el desarrollo mental, especialmente en los menores de edad. (Carpintero, 2022)
Conservante	<p>Ilustración 17 <i>Conservante</i></p>  <p>(¿Qué son los conservantes? Tipos y usos, 2023)</p>	Es un compuesto orgánico que se deriva de celulosa y se compone a partir de los grupos carboximetil, además, cuenta con enlaces de grupos hidroxilos.	El CMC proporciona a los helados resistencia ante los medios ácidos, ya que permite que estos conserven su humedad. (Kimberly, 2023)
Estabilizante	<p>Ilustración 18 <i>Estabilizante</i></p>  <p>(Sebastián, 2017)</p>	El benzoato de sodio también se conoce como SIN 211 que se utiliza ampliamente en la industria alimentaria.	El benzoato de sodio actúa como conservante, evitando el crecimiento de bacterias y levaduras en alimentos, previniendo su deterioro y realizando su

			sabor. (Vera, 2020)
--	--	--	---------------------

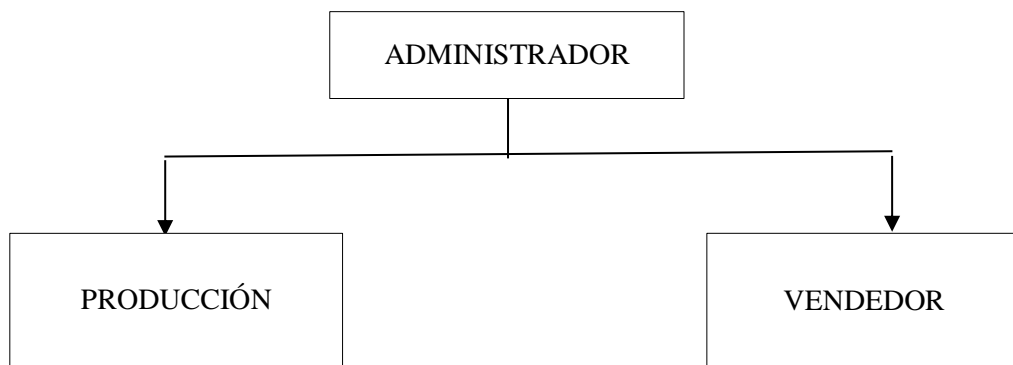
Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.4 Organización

3.4.1 Organigrama de la empresa

Ilustración 19

Organigrama de la empresa “ Exotic Fruit”



Fuente: Elaborado por los investigadores.

El organigrama de “Exotic Fruit” muestra la estructura organizacional de cómo está conformada la empresa por sus diferentes departamentos y niveles jerárquicos.

Administrador: Es el responsable de varias actividades dentro de la organización que aseguran la calidad del producto, también es el encargado de la gestión financiera y de la producción asegurando que la fábrica opere de manera eficiente.

Operario de producción: Es el encargado de colocar la mezcla del helado en los diferentes moldes después se procede a desmoldar, finalmente el helado es sellado y almacenado.

Vendedor: Es el encargado de vender directamente el helado a todos los clientes que visiten el local a su vez administra el inventario.

3.4.2 Mano de obra requerida

Tabla 15

Mano de Obra. Salario sábados y domingos


Mano de obra	Cantidad	Sueldo	Total, año
Operario	1	\$233,13	\$ 2.797,54

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.4.3 Perfiles y descripción del puesto

Tabla 16

Perfil del puesto N°1

	PERFIL DEL PUESTO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Operario de producción
2. OBJETIVO DEL CARGO	
Garantizar la fabricación del helado, envasado, almacenamiento eficiente y seguro, cumpliendo con los estándares de calidad llevando a cabo un entorno de trabajo limpio y seguro.	
3. DESCRIPCIONES DEL PUESTO	
Personas proactivas y con una fuerte orientación hacia la calidad y la seguridad. Debe ser capaz de trabajar en equipo y adaptarse a un entorno de producción rápida y exigente, con el compromiso de contribuir al éxito general de la fábrica de helados.	
4. FUNCIONES, ACTIVIDADES Y/O TAREAS	
Reparación de Ingredientes: Medir y pesar ingredientes según las recetas específicas, asegurando la precisión y consistencia en cada lote.	

Mezclado y Pasteurización: Operar máquinas mezcladoras y pasteurizadoras para combinar y pasteurizar los ingredientes, siguiendo los procedimientos establecidos.

Configuración y Operación de Maquinaria: Configurar y operar maquinaria de producción, como mezcladoras, congeladores y máquinas de llenado, para producir helados de acuerdo con las especificaciones.

Llenado de Envases: Llenar los envases con helado utilizando maquinaria de llenado automática o manual, asegurando que cada envase contenga la cantidad correcta.

Sellado y Etiquetado: Sellar y etiquetar los envases de helado con precisión, asegurando que todas las etiquetas estén correctamente aplicadas y legibles.

Inspección de Productos: Inspeccionar visualmente los productos para asegurar que cumplen con los estándares de calidad establecidos.

Limpieza de Equipos: Limpiar y desinfectar maquinaria y áreas de trabajo después de cada ciclo de producción para evitar contaminaciones.

Uso de Equipos de Protección Personal (EPP): Utilizar el equipo de protección personal adecuado, como guantes, mascarillas y uniformes sanitarios.

5. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

Internas

Entre operarios

Con supervisores

Control de calidad

Con el personal de mantenimiento

Externas:

Proveedores de materias primas

Entidades reguladoras

6. HABILIDADES

Conocimiento técnico: Comprensión de los procesos de producción de helados, incluyendo el uso de maquinaria y equipos especializados.

Atención al detalle: Capacidad para cumplir instrucciones exactas y sostener elevados estándares de calidad.

Habilidades de resolución de problemas: Capacitar para identificar y solucionar problemas operativos o técnicos durante la producción


Preparación de ingredientes: Habilidad para medir y pesar con precisión, mezclarlo de acuerdo a las recetas y fórmulas establecidas.

7. COMPETENCIAS
<p>Competencias Generales</p> <p>Comunicación efectiva</p> <p>Responsabilidad y Puntualidad</p> <p>Trabajo en Equipo</p> <p>Adaptabilidad</p> <p>Higiene y Seguridad</p> <p>Competencias Específicas</p> <p>Manejo de equipos</p> <p>Control de calidad</p> <p>Preparación de Ingredientes</p> <p>Proceso de Congelación</p> <p>Envasado y Etiquetado</p>
8. CONOCIMIENTOS
<p>Conocimientos Técnicos</p> <p>Conocimiento de Seguridad e Higiene</p> <p>Conocimientos Operativo</p> <p>Conocimiento de Seguridad Laboral</p>

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 17

Perfil del puesto N°2

	PERFIL DEL PUESTO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Vendedor
2. OBJETIVO DEL CARGO	
<p>Garantizar la venta eficiente y satisfactoria de helados, proporcionando un servicio al cliente excepcional y contribuyendo a la maximización de las ventas, manteniendo un entorno de trabajo limpio y seguro.</p>	

3. DESCRIPCIONES DEL PUESTO
<p>Personas proactivas, con habilidades interpersonales y orientación al cliente. Debe ser capaz de trabajar en equipo, adaptarse a un entorno de ventas dinámico y mantener una actitud positiva, con el compromiso de contribuir al éxito general de la empresa de helados.</p>
4. FUNCIONES, ACTIVIDADES Y/O TAREAS
<ul style="list-style-type: none"> • Atención al Cliente: Brindar una atención amable y eficiente a los clientes, responder preguntas sobre los productos y hacer recomendaciones basadas en sus preferencias. • Venta de Helados: Servir helados y otros productos relacionados según los estándares de la empresa, asegurando la correcta presentación y cantidad. • Manejo de Caja Registradora: Operar la caja registradora, procesar pagos en efectivo y tarjetas de crédito, y asegurar la precisión en las transacciones. • Mantenimiento de Stock: Controlar y reabastecer el inventario de helados y otros productos, asegurando que siempre haya suficientes productos disponibles para la venta. • Limpieza y Orden: Mantener limpia y ordenada el área de ventas, incluyendo vitrinas, equipos y superficies de trabajo, siguiendo las normativas de higiene y seguridad.
5. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS
<p>Relaciones Internas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entre vendedores • Con Administrador <p>Relaciones Externas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Proveedores de productos • Entidades reguladoras (para temas de higiene y seguridad)
6. HABILIDADES
<p>Habilidades Interpersonales: Habilidad para comunicarse de forma efectiva y cordial con los clientes.</p> <p>Atención al Detalle: Habilidad para cumplir instrucciones específicas y mantener altos estándares de servicio.</p> <p>Habilidades de Resolución de Problemas: Capacidad para identificar y solucionar problemas.</p> <p>Manejo de Caja Registradora: Habilidad para manejar transacciones de manera precisa y eficiente.</p>
7. COMPETENCIAS

Competencias Generales

Comunicación efectiva
 Responsabilidad y Puntualidad
 Trabajo en Equipo
 Adaptabilidad
 Higiene y Seguridad

Competencias Específicas

Servicio al Cliente
 Manejo de Caja Registradora
 Promoción de Productos
 Control de Inventario


8. CONOCIMIENTOS

Conocimientos Técnicos
 Conocimientos de Ventas
 Conocimientos de Higiene y Seguridad Alimentaria
 Conocimientos Operativos
 Conocimiento de Seguridad Laboral

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 18

Perfil del puesto N°3

	PERFIL DEL PUESTO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Administrador
2. OBJETIVO DEL CARGO	
<p>Es garantizar la eficiencia, rentabilidad y sostenibilidad del negocio mientras se asegura de que se cumplan las expectativas de calidad del producto y las demandas del mercado</p>	
3. DESCRIPCIONES DEL PUESTO	

El Administrador de la Fábrica de Helados jugará un papel fundamental en la supervisión y optimización de todas las operaciones, desde la producción hasta la distribución.

4. FUNCIONES, ACTIVIDADES Y/O TAREAS

Planificar la producción diaria, semanal y mensual, asegurando que se cumplan los objetivos en términos de volumen y plazos.

Organizar los turnos de trabajo del personal para maximizar la eficiencia y cubrir las necesidades de producción.

Coordinar la adquisición de materias primas, como leche, azúcar, saborizantes, entre otros, para asegurar que siempre haya inventario suficiente.

Supervisar la cadena de suministro para garantizar la disponibilidad de materias primas y la correcta distribución del producto terminado.

Gestionar los inventarios para evitar tanto el exceso como la escasez de stock.

Preparar informes periódicos sobre el desempeño de la fábrica, incluyendo producción, costos, calidad y seguridad.

Gestionar la relación con clientes y proveedores, asegurando una buena comunicación y colaboración.

Identificar y resolver problemas operativos de manera eficiente, minimizando el impacto en la producción.

Tomar decisiones informadas para mejorar la operación de la fábrica, basadas en datos y análisis de rendimiento.

5. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

Relaciones Internas:

Supervisión

Coordinar

Control de costos

Relaciones Externas:

Negociación

Cumplimiento de la normativa

Gestión financiera

6. HABILIDADES

Liderazgo: capacidad para guiar y motivar a las personas del equipo

Comunicación: habilidad para transmitir ideas e información de manera clara y efectiva

Toma de decisiones: habilidad para analizar situaciones y tomar decisiones informadas

Resolución de problemas: capacidad para identificar y resolver problemas de manera efectiva

7. COMPETENCIAS
<p>Competencias Generales</p> <p>Liderazgo y gestión de equipos Comunicación efectiva Toma de decisiones y resolución de problemas Planificación y organización</p> <p>Competencias Específicas</p> <p>Marketing y ventas Operaciones Finanzas Recursos humanos</p>
8. CONOCIMIENTOS
<p>Producción y operaciones Financiamiento y contabilidad Ventas Gestión de relaciones con clientes y distribuidores Recursos humanos</p>

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.4.4 Aspectos fiscales para considerar

Al establecer legalmente una empresa, es vital considerar las relaciones con las autoridades fiscales, dado que este es un aspecto clave en su formación. Atender a múltiples responsabilidades fiscales es crucial para prevenir penalizaciones y asegurar la estabilidad empresarial.

En el contexto formal, es esencial definir los estatutos de la empresa. En el contexto tributario, se deben tener en cuenta varios impuestos, como:

- “Declaración mensual de impuestos retenidos en la fuente”.
- “Impuesto al Valor Agregado (IVA)”.
- “Impuesto sobre la Renta (ISR)”.

3.4.5 Aspectos legales a considerar para la implementación de la empresa

La empresa se constituirá bajo una estructura de socios, en la cual ambos socios aportarán tanto capital como trabajo. Este modelo garantiza una distribución equitativa de

ganancias y pérdidas, fomentando una colaboración cercana y un interés compartido en el éxito del negocio.

Para cumplir con los requisitos legales y fiscales en Salcedo, Panzaleo, será necesario disponer de un local físico, registrarse en el RUC o RISE ante el SRI, obtener la patente de funcionamiento en el Municipio de Salcedo y emitir facturas oficiales.

3.5 Estudio Financiero

3.5.1 Manejo de inventarios

Tabla 19

Manejo de Inventarios

Materia Prima directa	unidad	Cantidad
Leche	litro	1
Azúcar	kg	1
Fruta	libra	1
Conservante	kg	1
Estabilizante	kg	1
Materia Prima indirecta		
Envase	unidad	1
Etiqueta	unidad	1
Palillos	unidad	1

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.5.2 Costeo del producto o servicio

Tabla 20

Materia prima por Helado

Materia Prima	Costo Unitario	Constantes	g	N° Helados	Cantidad g	Dinero
Leche	\$ 1,00	2068	2.064	18	114,89	\$ 1,00
Azúcar	\$ 2,00	2000	560	18	111,11	\$ 0,56
Fruta	\$ 1,00	453,5	400	18	25,19	\$ 0,88
Conservante	\$ 2,50	1000	0,10	18	55,56	\$ 0,00
Estabilizante	\$ 2,50	1000	0,10	18	55,56	\$ 0,00
TOTAL, MATERIA PRIMA POMARROSA						\$ 0,14

Materia Prima	Costo Unitario	Constantes	g	N° Helados	Cantidad g	Dinero
Leche	\$ 1,00	2.068	2.064	18	114,89	\$ 1,00
Azúcar	\$ 2,00	2000	560	18	111,11	\$ 0,56
Fruta	\$ 1,00	453,5	400	18	25,19	\$ 0,88
Conservante	\$ 2,50	1000	0,10	18	55,56	\$ 0,00
Estabilizante	\$ 2,50	1000	0,10	18	55,56	\$ 0,00
TOTAL, MATERIA PRIMA UVA DE MONTE						\$ 0,14

Materia Prima	Costo Unitario	Constantes	g	N° Helados	Cantidad g	Dinero
Leche	1	2.068	2.064	18	114,89	\$ 1,00
Azúcar	2	2000	560	18	111,11	\$ 0,56
Fruta	1	453,5	400	18	25,19	\$ 0,88
Conservante	2,50	1000,00	0,10	18	55,56	\$ 0,00
Estabilizante	2,50	1000,00	0,10	18	55,56	\$ 0,00
TOTAL, MATERIA PRIMA CHONTA						\$ 0,14

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 21

Costos Indirectos de Fabricación

	Unidades	Valor	V/U
Envase	1000	\$ 100,00	\$ 0,10
Etiqueta	1000	\$ 30,00	\$ 0,03
Palillos	1000	\$ 50,00	\$ 0,05
TOTAL, CIF			\$ 0,18

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 22

Costos variables de cada helado

HELADOS	POMARROSA	UVA DE MONTE	CHONTA	MENSUAL	ANUAL
MP	\$ 0,136	\$ 0,136	\$ 0,136	\$ 468,59	\$ 5.623,13
MO	\$ 0,067	\$ 0,067	\$ 0,067	\$ 233,13	\$ 2.797,54
CIF	\$ 0,180	\$ 0,180	\$ 0,180	\$ 622,08	\$ 7.464,96
Total, (costos variables)	\$ 0,383	\$ 0,383	\$ 0,383	\$ 1.323,80	\$15.885,63

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.5.3 Precio del producto

El costo del producto fue fijado basándose en los gastos variables y fijos del proceso de fabricación de helados.

Tabla 23

Precio del producto

HELADOS	POMARROSA	UVA DE MONTE	CHONTA
MP	\$ 0,136	\$ 0,136	\$ 0,136
MO	\$ 0,067	\$ 0,067	\$ 0,067
CIF	\$ 0,180	\$ 0,180	\$ 0,180
Total, (costos variables)	\$ 0,383	\$ 0,383	\$ 0,383
Costos Fijos	\$ 0,135	\$ 0,135	\$ 0,135
Costos Totales	\$ 0,518	\$ 0,518	\$ 0,518
Margen de ganancia	31%	31%	31%
PVP	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 0,75

Fuente: Elaborado por los investigadores.

El PVP de \$0,75 para los tres sabores de helado refleja una estructura de costos uniforme y un margen de ganancia consistente del 31%. Esto sugiere que, independientemente del sabor, la empresa ha decidido mantener el mismo precio de venta que los demás competidores.

3.5.4 Depreciaciones

Tabla 24

Depreciaciones

Bien	Cantidad	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Bidón de Leche	1	\$ 75,00	\$ 0,63	\$ 7,50
Despulpadora de frutas	1	\$ 450,00	\$ 3,75	\$ 45,00
Local 100m2	1	\$ 30.000,00	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Marmita	1	\$ 500,00	\$ 4,17	\$ 50,00

Cámara de Congelación	1	\$ 1.500,00	\$ 12,50	\$ 150,00
Mezclador y madurador	1	\$ 450,00	\$ 1,88	\$ 22,50
Balanza 50 Kr	1	\$ 60,00	\$ 0,33	\$ 4,00
Balanza analítica	1	\$ 120,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Mesas de acero	1	\$ 180,00	\$ 0,75	\$ 9,00
Salmuera	1	\$ 380,00	\$ 3,17	\$ 38,00
Moldes de helado	8	\$ 100,00	\$ 0,56	\$ 6,67
Selladora	1	\$ 250,00	\$ 2,08	\$ 25,00
Congeladores	2	\$ 500,00	\$ 4,17	\$ 50,00
Recipientes de acero	6	\$ 180,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Empacadora	1	\$ 450,00	\$ 3,75	\$ 45,00
Computadora	1	\$ 750,00	\$ 12,50	\$ 150,00
TOTAL		\$ 35.945,00	\$ 180,22	\$ 2.162,67

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.5.5 *Detalle de Costos y Gastos Anuales*

Tabla 25

Egresos Anuales

Detalle	Costo Anual
Materia Prima	\$5.623,13
Mano de Obra	\$2.797,54
CIF	\$7.464,96
Total, de Egresos Anuales	\$15.885,63

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.5.6 *Estados financieros proyectados*

Se ha tomado la tasa de inflación de los últimos 10 años, sacando una media de 1,52% para la proyección de los precios en los siguientes años, mientras que el 1,56% es el crecimiento poblacional para las cantidades proyectadas.

Tabla 26

Presupuesto de ingresos

	1	2	3	4	5
CANTIDAD	41.472,00	42.799,10	44.168,68	45.582,07	47.040,70
PRECIO	0,75	0,77	0,78	0,80	0,81
INGRESOS	31.143,63	32.792,49	34.514,98	36.314,13	38.193,08

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 27

Estado de Pérdidas y Ganancias

	2024	2025	2026	2027	2028
INGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$
	31.134,52	32.783,08	34.505,27	36.304,11	38.182,74
COSTOS DIRECTOS					
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$	\$	\$	\$	\$
	5.623,13	5.708,83	5.795,83	5.884,16	5.973,83
MANO DE OBRA DIRECTA	\$	\$	\$	\$	\$
	2.797,54	2.840,17	2.883,45	2.927,40	2.972,01
TOTAL, COSTO DIRECTO	\$	\$	\$	\$	\$
	8.420,67	8.572,24	8.726,54	8.883,62	9.043,52
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
INSUMOS PRODUCTO	\$	\$	\$	\$	\$
	7.464,96	7.578,73	7.694,23	7.811,49	7.930,53
INSTALACION / MANTENIMIENTO MAQUINAS	\$	\$	\$	\$	\$
	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
DEPRECIACIONES MAQ	\$	\$	\$	\$	\$
	1.090,17	1.090,17	1.090,17	1.090,17	1.090,17
TOTAL, DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICA	\$	\$	\$	\$	\$
	9.275,13	9.442,08	9.612,04	9.785,05	9.961,18
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$	\$	\$	\$	\$
	17.695,79	18.014,32	18.338,57	18.668,67	19.004,70
UTILIDAD BRUTA	\$	\$	\$	\$	\$
	13.438,73	14.768,77	16.166,70	17.635,44	19.178,04
GASTO DE ADMINISTRACIÓN	*				
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$	\$	\$	\$	\$
	2.797,54	2.840,17	2.883,45	2.927,40	2.972,01
DEPRECIACION	\$	\$	\$	\$	\$
	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00
SERVICIOS BASICOS	\$	\$	\$	\$	\$
	720,00	730,97	742,11	753,42	764,90
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	\$	\$	\$	\$
	5.167,54	5.260,55	5.355,24	5.451,64	5.549,77
GASTO DE VENTAS					
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$	\$	\$	\$	\$
	2.797,54	2.840,17	2.883,45	2.927,40	2.972,01
PUBLICIDAD	\$	\$	\$	\$	\$
	600,00	609,14	609,14	609,14	609,14
TOTAL, GASTOS VENTAS	\$	\$	\$	\$	\$
	3.397,54	3.458,69	3.520,95	3.584,33	3.648,84
GASTOS OPERATIVOS	\$	\$	\$	\$	\$
	8.565,07	8.695,60	8.828,12	8.962,67	9.099,26
UTILIDAD OPERATIVA	\$	\$	\$	\$	\$
	4.873,66	6.073,16	7.338,57	8.672,78	10.078,78
GASTOS FINANCIEROS	\$	\$	\$	\$	\$
	1.081,29	889,17	673,49	431,34	159,47
GASTOS INTERESES	\$	\$	\$	\$	\$
	1.081,29	889,17	673,49	431,34	159,47
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$	\$	\$	\$	\$
	3.792,37	5.183,99	6.665,09	8.241,44	9.919,31
IR 22% (IMPUESTO A LA RENTA)	\$	\$	\$	\$	\$
	834,32	1.140,48	1.466,32	1.813,12	2.182,25

UTILIDA TRABAJADORES 15%	\$	\$	\$	\$	\$
	568,86	777,60	999,76	1.236,22	1.487,90
UTILIDAD NETA	\$	\$	\$	\$	\$
	2.389,19	3.265,91	4.199,00	5.192,11	6.249,17

Fuente: Elaborado por los investigadores.

3.5.7 Punto de equilibrio

Tabla 28

Costos fijos variables

COSTOS FIJO	AÑO
Sueldo Operario	\$ 2.797,54
Servicios básicos	\$ 720,00
Publicidad	\$ 600,00
Varios (Instalaciones, mantenimiento)	\$ 720,00
Depreciaciones	\$ 2.162,67
COSTOS FIJOS	\$ 7.000,20

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Tabla 29

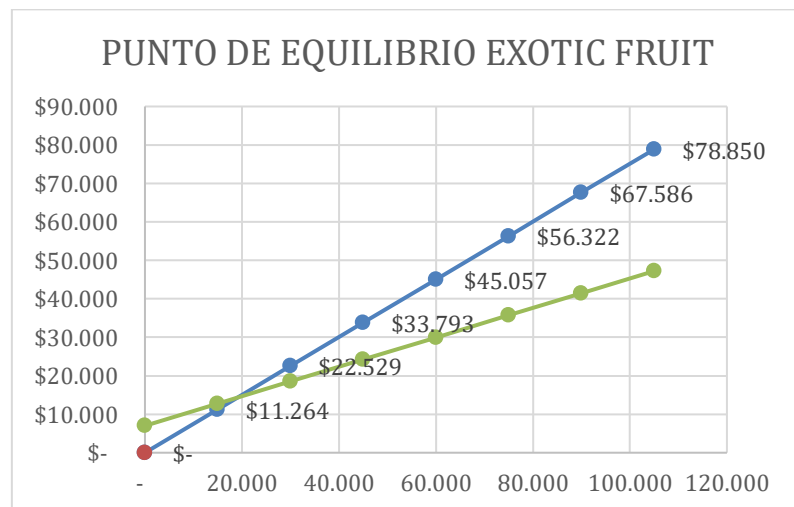
Costo variable Unitario

Cvu	\$0,38
PRECIO	\$0,75
PEQ	19.038
PE\$	\$14.292,71

Fuente: Elaborado por los investigadores

Ilustración 20

Punto de equilibrio



Fuente: Elaborado por los investigadores

EXOTIC FRUIT necesita vender 19.027 unidades o \$14.288,35 dólares para cubrir costes (fijos y variables) y lograr el equilibrio. Eso significa que, si la compañía vende esta cantidad de unidades, no obtendrá ni ganancias ni pérdidas.

3.5.8 Capital de trabajo

Es el monto necesario para operar, especificado a continuación. De acuerdo con los cálculos, se necesita un capital de \$ 1371,30

Tabla 30

Capital de trabajo

Capital de Trabajo=	$\frac{\text{Costo Total} - \text{Depreciación}}{365} \times 30$
Costo Total	17164,11
Depreciación	\$ 3.328,50
Capital de Trabajo=	1137,17

Fuente: Elaborado por los investigadores

3.5.9 Inversión Inicial

Tabla 31

Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Detalle	Valor
Inversión (a + b)	9.132,27
a) Inversión fija	6.050,75
Maquinaria y Equipo	4.835,00
Equipo de computo	750,00
Muebles y enseres	465,75
b) Inversión diferida	3.081,52

Gastos de constitución	2.900,00
Imprevistos (3% activos fijos)	181,52
Capital de trabajo	1.371,30
Total, inversión	10.503,57

Fuente: Elaborado por los investigadores

La inversión total necesaria es de 10.503,57. De esta cantidad, se solicitará un préstamo de 10.000,00 a un plazo de 5 años con una tasa de interés anual del 11,63%. Es importante señalar que para llevar a cabo esta inversión se utilizarán dos fuentes de financiamiento: el capital propio de los socios y el préstamo mencionado.

3.5.10 Sistema de financiamiento

Tabla 32

Fuente de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
FUENTES	MONTO	PORCENTAJE
Capital propio	503,57	5%
Préstamo	10.000,00	95%
TOTAL	10.503,57	100%

Fuente: Elaborado por los investigadores

Detalle de amortización del préstamo

Tabla 33

Resumen de amortización

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
C. Amortizado	\$ 1.565,66	\$ 1.757,78	\$ 1.973,46	\$ 2.215,62	\$ 2.487,48
Interés	\$ 1.081,29	\$ 889,17	\$ 673,49	\$ 431,34	\$ 159,47
	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95

Fuente: Elaborado por los investigadores

3.5.11 Evaluación económica

Según las proyecciones de las tablas previas, se creó el flujo de caja proyectado, que nos ayudará a calcular el VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).

3.5.12 Flujo de Caja

El flujo de caja es un indicador financiero que muestra las entradas y salidas de dinero en una empresa durante un periodo específico en este caso para 5 Años.

Tabla 34

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
EMPRESA EXOTIC FRUIT						
PERIODO	0	1	2	3	4	5
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
VENTAS		\$ 31.134,52	\$ 32.783,08	\$ 34.505,27	\$ 36.304,11	\$ 38.182,74
COSTO		\$ 17.695,79	\$ 18.014,32	\$ 18.338,57	\$ 18.668,67	\$ 19.004,70
TOTAL, ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		\$ 13.438,73	\$ 14.768,77	\$ 16.166,70	\$ 17.635,44	\$ 19.178,04
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
ACTIVOS FIJOS	\$ 6.050,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 3.081,52					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.371,30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTO DE ADMINISTRACIÓN		\$ 3.517,54	\$ 3.571,14	\$ 3.625,57	\$ 3.680,82	\$ 3.736,92
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		\$ 2.797,54	\$ 2.840,17	\$ 2.883,45	\$ 2.927,40	\$ 2.972,01
SERVICIOS BASICOS		\$ 720,00	\$ 730,97	\$ 742,11	\$ 753,42	\$ 764,90
GASTO DE VENTAS		\$ 3.397,54	\$ 3.449,31	\$ 3.492,60	\$ 3.536,54	\$ 3.581,16
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		\$ 2.797,54	\$ 2.840,17	\$ 2.883,45	\$ 2.927,40	\$ 2.972,01
PUBLICIDAD		\$ 600,00	\$ 609,14	\$ 609,14	\$ 609,14	\$ 609,14
TOTAL, ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	\$ 10.503,57	\$ 6.915,07	\$ 7.020,46	\$ 7.118,17	\$ 7.217,36	\$ 7.318,07
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Capital socios	\$ 503,57					
PRESTAMO	\$ 10.000,00	\$ 1.565,66	\$ 1.757,78	\$ 1.973,46	\$ 2.215,62	\$ 2.487,48
PAGO INTERESES		\$ 1.081,29	\$ 889,17	\$ 673,49	\$ 431,34	\$ 159,47
TOTAL, ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$ 10.503,57	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95	\$ 2.646,95
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 3.876,70	\$ 5.101,36	\$ 6.401,58	\$ 7.771,13	\$ 9.213,01
22%	10.503,57	\$852,87	\$1.122,30	\$1.408,35	\$1.709,65	\$2.026,86
15%		581,51	765,20	960,24	1165,67	1381,95
UTILIDAD NETA	\$-10.503,57	\$2.442,32	\$3.213,85	\$4.033,00	\$4.895,81	\$5.804,20

Fuente: Elaborado por los investigadores

3.5.13 Evaluación Financiera

Valor Actual Neto (VAN):

Formula VAN.

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0$$

Donde:

- “Ct = Flujo de caja en el periodo”
- “r = Tasa de descuento”
- “t = Periodo (por ejemplo, años)”
- “C0 = Inversión inicial”

Tasa Interna de Retorno

La TIR es la tasa de descuento r que hace que el VAN sea igual a cero:

Formula TIR.

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1 + TIR)^t} - C_0$$

Tabla 35

Evaluación financiera

Evaluación financiera	
Tasa mínima de retorno	10%
VAN	1.727,54
TIR	15%

Fuente: Elaborado por los investigadores

Una TIR del 15% se ve como positiva, lo que sugiere que el proyecto puede ofrecer un rendimiento considerable.

Por lo tanto, una inversión será atractiva si la TIR excede la tasa de descuento. Esto sugiere que, si todo resulta como está previsto, el proyecto será rentable.

3.5.14 Análisis de riesgo

Tabla 36

Análisis de Riesgo

Riesgo	Detalle del riesgo	Categoría	Respuesta
Costos	Aumento de los precios de las frutas amazónicas y otros insumos debido a fluctuaciones del mercado.	Financiero	Implementar estrategias de compra anticipada y establecer acuerdos de precios fijos con proveedores para mitigar el impacto de las fluctuaciones del mercado.
Calidad	Riesgo de contaminación de ingredientes durante el transporte, almacenamiento o manipulación, afectando la calidad del producto final.	Operativo	Desarrollar un riguroso protocolo de control de calidad e higiene, incluyendo capacitación constante al personal en técnicas de manipulación segura de alimentos.
Disponibilidad	Escasez de frutas amazónicas debido a factores climáticos extremos o cambios en la producción agrícola.	Proveedores	Establecer relaciones con varios proveedores en diferentes regiones y crear un sistema de reservas de frutas para asegurar el suministro continuo.
Regulaciones y Normativas	Cambios en las regulaciones gubernamentales que afecten la producción o venta de helados	Legal	Mantenerse informado sobre las normativas locales e internacionales y asegurarse de cumplir con todas las regulaciones vigentes, adaptándose rápidamente a cualquier cambio.

Fuente: Elaborado por los investigadores

4. CONCLUSIONES

- En la encuesta de mercado realizada, se halló que el 96,1% de los encuestados desea probar helados de sabores exóticos. Este descubrimiento indica un gran potencial de éxito para la empresa. Asimismo, se estableció que la demanda posible de estos helados es 295.282. Sin embargo, en este momento, 182.210 personas reciben atención de la competencia. Así, se estima que la demanda no satisfecha del producto será de 113.072 personas en 2024. Ante esta elevada demanda, la heladería puede conseguir una porción significativa del mercado. Es fundamental señalar que, aunque no se logrará cubrir toda la demanda insatisfecha, se considerará la competencia instalada para satisfacer un porcentaje de ella.
- En el estudio de técnico se establece la ubicación estratégica de la empresa de helados Exotic Fruit que está ubicada en la provincia de Cotopaxi en el sector de Panzaleo en la vía E-35, además se hace la adquisición de maquinarias y equipos altamente calificados para la elaboración del helado, en el ámbito operativo es esencial contar con personal altamente calificado para cada una de las funciones designadas.
- Al finalizar el estudio financiero del proyecto, se muestra una viabilidad positiva, dado que el VAN es positivo (4.350,70) y la TIR supera significativamente el coste medio ponderado de capital (WACC) del 9.27%. Asimismo, el retorno de la inversión ocurrirá en 3 años y 1 mes según el flujo de caja estimado.

5. RECOMENDACIONES

- Se sugiere proceder con la ejecución del proyecto, puesto que su viabilidad ha sido comprobada por la investigación efectuada. Incluir la captación de nuevos segmentos de mercado es crucial para aumentar la competitividad. De igual manera, es fundamental que la empresa mantenga altos niveles de calidad en la elaboración de helados, asegurando que satisfagan las preferencias de los consumidores en sabores novedosos. Esto garantizará la fidelidad de los clientes y el triunfo competitivo a largo plazo.
- Efectuar un análisis financiero completo de los riesgos del proyecto, incluyendo escenarios alternativos con variaciones en factores clave como costos, ingresos y tasas de descuento, y evaluando tácticas para mitigar los riesgos identificados.
- Implementar programas de capacitación para productores de helado y personal involucrado en la cadena de producción sobre las normativas vigentes, los riesgos de seguridad alimentaria y las mejores prácticas de producción.
- Por último, se recomienda las normativas de regulación del helado para asegurar la calidad y la seguridad del producto. Estas normativas establecen estándares precisos sobre ingredientes permitidos, procesos de producción, y condiciones de almacenamiento que garantizan que el helado sea seguro para el consumo. La implementación de estos estándares ayuda a prevenir la contaminación.

6. REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA

- Arcoya, E. (05 de 03 de 2021). *VAN y TIR*. Obtenido de Economía Finanzas: <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- ARCSA. (2023). *El Nuevo Ecuador III*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-una-institucion-que-mejora-continuamente-su-servicio-de-atencion-al-usuario/>
- Arias, S. (07 de Septiembre de 2022). *Pomarrosa: características, propiedades y beneficios*. Obtenido de Mejor con Salud: <https://mejorconsalud.as.com/pomarrosa-caracteristicas-propiedades-beneficios/>
- Asana. (29 de enero de 2024). *¿Qué es un diagrama de flujo y cómo hacerlo?* Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/what-is-a-flowchart>
- Asana, T. (24 de abril de 2023). *Qué es un organigrama y cómo hacerlo con plantillas gratis*. Obtenido de Asana.com: <https://asana.com/es/resources/organizational-chart>
- Benavides, R. (2023). *Módulo de Información Económica Ambiental en Empresas 2021*. Obtenido de INEC Buenas Cifras : https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2021/BOL_TEC_MOD_AMB_EMP_E_NESSEM_2021_04.pdf
- Betancourt, D. (12 de marzo de 2022). *lan agregado de producción: planeación hecha paso a paso*. Obtenido de Ingenio Empresa: <https://www.ingenioempresa.com/planificacion-agregada-produccion-planeacion-hecha-mediano-plazo/>
- Caballero, F. (16 de 11 de 2015). *Materia prima - Qué es, su importancia y ejemplos*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>
- Cantarero, A. (4 de Octubre de 2023). *¿Qué es un diagrama de flujo y cómo hacer uno?* Obtenido de Ebac: <https://ebac.mx/blog/diagrama-de-flujo>
- Cantera, I. (2019). *Punto de Equilibrio*. Mexico: Repositorio de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Cañas, C. A. (2013). *El concepto de la capacidad instalada*. Medellín: Planning Consultores gerenciales.
- Carpintero, A. (2 de Noviembre de 2022). *Azúcar: propiedades, beneficios y valor nutricional*. Obtenido de Farmacia Angulo: <https://blog.nutricionyfarmacia.com/dietetica/alimentos/azucar/>
- Carrera, J. (5 de Octubre de 2020). *La Chonta | ALLPA*. Obtenido de Allpa.org: <https://www.allpa.org/la-chonta/>
- Colorado, M. (2018). *Medio ambiente - Después del petróleo, la industria textil es la más contaminante del mundo*. Obtenido de France 24: <https://www.france24.com/es/20180424-medio-ambiente-fast-fashion-contaminacion>
- Constanza, J. (1 de Marzo de 2010). *Compuestos volátiles libres y enlazados glicosídicamente en la pulpa de la uva Caimarona (Pourouma cecropiifolia Mart.)*. Obtenido de Acta Amazonica: <https://www.scielo.br/j/aa/a/Lk6wTSY6d7NZNr9ZsFVsd5R/?lang=es>
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & gestión*, (35), 152-181.
- Corvo, H. S. (29 de 04 de 2024). *Factibilidad* . Obtenido de Lidefer: <https://www.lifeder.com/factibilidad/>
- Cruzito. (11 de 07 de 2021). *Emprendimiento*. Obtenido de Emprendimiento: <https://economiapedia.com/emprendimiento/>
- D'Alessandro, M. (5 de Junio de 2016). *La pomarrosa | Características, hábitat, propiedades | Árbol*. Obtenido de Flores: <https://www.flores.ninja/la-pomarrosa/>

- Editor, E. (16 de julio de 2021). *Mano de Obra*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/mano-de-obra>
- Escalante, J. L. (6 de Noviembre de 2018). *Leche: composición, propiedades, beneficios y valor nutricional*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20181106/4190/leche-propiedades-beneficios-valor-nutricional-alimentos.html>
- Escobar, J. (15 de 02 de 2023). *Estados Financieros: Concepto, Características y Pasos*. Obtenido de Financiero: <https://excelparatodos.com/estados-financieros/#que-son-los-estados-financieros>
- Espinosa, R. (6 de Junio de 2023). *Ventaja Competitiva: qué es, claves, tipos y ejemplos*. Obtenido de Ventajas Competitivas: <https://robertoespinosa.es/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>
- Feijoo, I., Guerrero, J., & García, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala: Repositorio de la Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentación%20del%20mercado.pdf>
- Flores, A. M. (2017). *Qué Es La Demanda Potencial*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/348362601/Que-Es-La-Demanda-Potencial>

7. ANEXOS

Anexos 1

Encuesta

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HELADOS A BASE DE FRUTAS AMAZÓNICAS EN EL SECTOR DE PANZALEO EN LA VÍA E-35.

Objetivo

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de helados a base de frutas amazónicas en el Sector de Panzaleo E-35.

1. ¿Cuál es su origen étnico?

- Mestizo
- Indígena
- Montubio
- Afroecuatoriano
- Blanco
- Otros

2. Género

- Masculino
- Femenino

3. Edad

- 18 - 27 Años
- 28 - 37 Años
- 38 - 47 Años
- 48 - 57 Años
- 58 o más

6. ¿A qué provincia pertenece?

- Azuay
- Bolívar
- Cañar
- Carchi
- Chimborazo

- Cotopaxi
- El Oro
- Esmeraldas
- Galápagos
- Guayas
- Imbabura
- Loja
- Los Ríos
- Manabí
- Morona Santiago
- Napo
- Orellana
- Pastaza
- Pichincha
- Santa Elena
- Santo Domingo de los Tsáchilas
- Sucumbíos
- Tungurahua
- Zamora Chinchipe

5. ¿Consume usted helados?

- Si
- No

6. ¿Con qué frecuencia compra usted helado?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Rara vez

7. ¿Cuál es el horario más conveniente para consumir un helado?

- 9:00 AM - 12:00 PM
- 12:00 PM - 3:00 PM

- 3:00 PM - 6:00 PM
- 6:00 PM - 9:00 PM

8. ¿De cuántos gramos le gustaría el helado?

- Pequeño (80 gramos)
- Mediano (150 gramos)
- Grande (175 gramos)

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?

- 0,50 \$
- 0,75 \$
- 1 \$
- 1,25 \$

10. ¿Estaría dispuesto a probar helados de frutas exóticas de la amazonia?

- Si
- No

11. ¿Que considera importante al momento de comprar helados?

- Precio
- Presentación
- Sabor

12. ¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?

- Radio
- Volantes
- Redes Sociales

Anexos 2

Resultados de la encuesta aplicada

Datos Informativos

Pregunta 1 ¿Cuál es su origen étnico?

Tabla 37

Resultados de la pregunta N.-1

Cuál es su origen étnico	Frecuencia	%
Mestizo	323	84,1
Indígena	34	8.9
Montubio	2	0,5
Afroecuatoriano	3	0,8
Blanco	22	5.7
Total	384	1

Análisis: De acuerdo con la tabla 1 , se observa que la mayoría de encuestados es de origen étnico mestizo con un porcentaje del 84,1% equivalente a 323 encuestas.

Interpretación: Se ha evidenciado que la mayoría de personas encuestadas se han considerado de origen mestizo.

Pregunta 2 ¿Usted a que genero pertenece?

Tabla 38

Resultados pregunta N°2

Genero	Frecuencia	%
Masculino	182	47,4
Femenino	202	52,6
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis : De acuerdo con la tabla 2, se observa que la totalidad de las personas encuestadas son de 384 las cuales 182 son del género masculino y 202 personas del género femenino.

Interpretación : Los datos muestran una distribución de genero bastante equilibrada con una ligera mayoría de mujeres frente a los hombres.

Pregunta 3;Usted está en un rango de edad de?

Tabla 39

Resultados de la pregunta N°3

Edad	Frecuencia	%
De 18 a 28 años	203	52,9
De 28 a 37 años	96	25
De 38 a 47 años	56	14,6
De 48 a 57 años	23	6
De 58 o años	6	1,6
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: Según los resultados de la encuesta, se puede inferir que el 52,9% de las personas del grupo de edades entre 18 a 28 años tienen mayor preferencia por los helados.

Interpretación: Las personas de entre 18 y 28 años tienden a tener un alto interés por los helados debido a factores como el deseo de indulgencia.

Pregunta 4 ¿A qué provincia pertenece?

Tabla 40

Resultados de la pregunta N°4

Provincias	Frecuencia	%
Azuay	7	1,8
Bolívar	1	0,3
Cañar	9	2,3
Carchi	11	2,9
Chimborazo	26	6,8
Cotopaxi	192	50
El oro	6	1,6
Esmeraldas		

Galápagos		
Guayas	2	0,5
Imbabura	13	3,4
Loja	6	1,6
Los Ríos	2	0,5
Manabí	2	0,5
Morona Santiago		
Napo	2	0,5
Orellana	2	0,5
Pastaza	10	2,6
Pichincha	44	11,5
Santa Elena		
Santo Domingo de los Tsáchilas	6	1,6
Sucumbíos	9	2,3
Tungurahua	33	8,6
Zamora Chinchipe	1	0,3
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: Según los resultados obtenidos en la tabla 4, se puede decir que la provincia de Cotopaxi tiene mayor porcentaje, con un 50% del total, lo que indica que la mitad de los datos se encuentra en esta provincia, mientras que en las otras provincias tienen una presentación menor.

Interpretación: Mediante la encuesta realizada se puede observar que los mayores consumidores del helado son de la provincia de Cotopaxi.

Pregunta 5 ¿Consume usted helado?

Tabla 41

Resultados de la pregunta N°5

¿Consume usted helado?	Frecuencia	%
Si	381	99,2
No	3	0,8
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: La gran mayoría de la población consume helado con un porcentaje del 99,2 %. Esto indica que el helado es aceptado entre casi todos los encuestados, mientras que el 0.8 % de la población no consume helado.

Interpretación: Esto presenta una oportunidad significativa para las empresas en la industria del helado, permitiéndoles explorar nuevas estrategias para satisfacer la demanda, innovar en productos y expandir su presencia en el mercado

Pregunta 6 ¿Con que frecuencia compra usted helado?

Tabla 42

Resultados de la pregunta N°6

¿Con que frecuencia compra usted helado?	Frecuencia	%
Diario	20	5,2
Semanal	130	33,9
Quincenal	105	27,3
Mensual	66	17,2
Rara Vez	63	16,4
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: Basándonos en los resultados de la encuesta, se puede observar que el 33,3% consumen helado de manera semanalmente lo que indica que es un hábito regular y frecuente. Esto sugiere que existe una demanda regular de los helados entre una parte significativa de la población encuestada. Este hallazgo respalda la viabilidad de nuestro negocio de fabricación de helados, ya que indica que hay un mercado establecido para nuestros productos dentro de este grupo demográfico.

Interpretación: El hecho de que las personas consuman helados semanalmente indica que el helado es parte de su rutina habitual. Este consumo regular sugiere una fuerte aceptación del producto, lo que puede deberse a su sabor, accesibilidad, o asociación con momentos de disfrute.

Pregunta 7 ¿Cuál es el horario más conveniente para consumir helados?

Tabla 43

Resultados de la pregunta N°7.

Intervalo	Frecuencia	%
9:00 AM– 12:00 PM	61	15,9
12:00 PM – 3:00 PM	188	49

3:00 PM -6:00 PM	122	31,8
6:00 PM – 9.00 PM	13	3,4
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: De acuerdo con los datos recopilados, se evidencia que el 31,8% de los encuestados consumen helado en un intervalo de 3 a 6 de la tarde, mientras que el intervalo de 6 a 9 de la noche es de 3,46% lo que el consumo del helado cae significativamente.

Interpretación: En este período del día coincide con la hora del almuerzo y las temperaturas más altas, lo que hace que el helado sea una opción atractiva para refrescarse y tomar un descanso.

Pregunta 8 ¿De cuántos gramos le gustaría el helado?

Tabla 44

Resultados de la pregunta N°8

¿De cuántos gramos le gustaría el helado?	Frecuencia	%
Pequeño (80 gramos)	104	27,1
Mediano (150 gramos)	241	62,8
Grande (175 gramos)	39	10,2
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: Los datos de la encuesta indican que existe un 62,8% que prefieren el helado mediano como la opción ideal, ofreciendo un equilibrio adecuado entre cantidad y satisfacción lo que sugiere una mayor satisfacción, mientras que el 10,2% eligieron el helado grande lo que indica que este tamaño es menos popular.

Interpretación: Para muchos consumidores, el tamaño mediano del helado es lo suficientemente grande como para satisfacer su deseo de un helado sin sentirse excesivamente llenos.

Pregunta 9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?

Tabla 45

Resultados de la pregunta N°9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado?	Frecuencia	%
---	-------------------	----------

0,50 \$	139	36,2
0,75 \$	170	43,3
1 \$	52	13,5
1,25 \$	23	6
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: De acuerdo a los datos, el 43,3% de los encuestados acepta pagar \$ 0,75. Esta información es importante para la heladería, pues sugiere un rango de precios adecuados. Es esencial entender la disposición de los clientes potenciales a pagar por helados para crear estrategias de precios competitivas y atractivas.

Interpretación: La preferencia por el helado de 0,75 centavos está impulsada principalmente por factores económicos, donde los consumidores buscan maximizar el valor de su dinero mientras disfrutan.

Pregunta 10 ¿Estaría dispuesto a probar helados de frutas exóticas de la amazonia?

Tabla 46

Resultados de la pregunta N°10

¿Estaría dispuesto a probar helados de frutas exóticas de la amazonia?	Frecuencia	%
Si	369	96,1
No	15	3,9
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: Según los resultados de la encuesta, el 96.1% de los encuestados estarían dispuestos a probar helados de frutas exóticas. Este número indica un alto interés de un sector poblacional por probar sabores exóticos, lo que ofrece una oportunidad para la empresa.

Interpretación: Los helados que utilicen estas frutas exóticas pueden atraer a un segmento de consumidores interesados en productos innovadores y saludables, siempre que se ofrezca una experiencia de sabor agradable y se comunique eficazmente el valor y la autenticidad del producto.

Pregunta 11 ¿Qué considera importante al momento de comprar el helado?

Tabla 47

Resultados de la pregunta N°11

¿Qué considera importante al momento de comprar el helado?	Frecuencia	%
--	------------	---

Precio	72	18,8
Presentación	41	10,7
Sabor	271	70,6
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: Los resultados de la encuesta señalan que el 70,6% de los encuestados priorizan el sabor al momento de comprar helados, mientras que el 18,8% se centra en el precio.

Interpretación: Los consumidores buscan una experiencia placentera y indulgente, y el sabor es clave para lograr esta satisfacción.

Pregunta 12 ¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?

Tabla 48

Resultados de la pregunta N°12

¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?	Frecuencia	%
Radio	57	14,8
Volantes	37	9,6
Redes sociales	290	75,5
Total	384	1

Fuente: Elaborado por los investigadores

Análisis: De acuerdo a los resultados, se concluye que el medio más utilizado son las redes sociales, con un 75,5%; por lo tanto, podemos aprovechar este canal para promocionar los helados.

Interpretación: Las redes sociales nos permiten acceder a información de manera instantánea desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esta inmediatez es muy valorada por los consumidores que buscan respuestas rápidas y actualizaciones en tiempo real.

Anexo 3

Tabla 49

Amortización del préstamo

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL
0				\$ 10.000,00

1	\$ 220,58	\$ 96,92	\$ 123,66	\$ 9.876,34
2	\$ 220,58	\$ 95,72	\$ 124,86	\$ 9.751,48
3	\$ 220,58	\$ 94,51	\$ 126,07	\$ 9.625,41
4	\$ 220,58	\$ 93,29	\$ 127,29	\$ 9.498,11
5	\$ 220,58	\$ 92,05	\$ 128,53	\$ 9.369,59
6	\$ 220,58	\$ 90,81	\$ 129,77	\$ 9.239,81
7	\$ 220,58	\$ 89,55	\$ 131,03	\$ 9.108,78
8	\$ 220,58	\$ 88,28	\$ 132,30	\$ 8.976,48
9	\$ 220,58	\$ 87,00	\$ 133,58	\$ 8.842,90
10	\$ 220,58	\$ 85,70	\$ 134,88	\$ 8.708,02
11	\$ 220,58	\$ 84,40	\$ 136,18	\$ 8.571,84
12	\$ 220,58	\$ 83,08	\$ 137,50	\$ 8.434,34
13	\$ 220,58	\$ 81,74	\$ 138,84	\$ 8.295,50
14	\$ 220,58	\$ 80,40	\$ 140,18	\$ 8.155,32
15	\$ 220,58	\$ 79,04	\$ 141,54	\$ 8.013,78
16	\$ 220,58	\$ 77,67	\$ 142,91	\$ 7.870,86
17	\$ 220,58	\$ 76,28	\$ 144,30	\$ 7.726,57
18	\$ 220,58	\$ 74,88	\$ 145,70	\$ 7.580,87
19	\$ 220,58	\$ 73,47	\$ 147,11	\$ 7.433,76
20	\$ 220,58	\$ 72,05	\$ 148,53	\$ 7.285,23
21	\$ 220,58	\$ 70,61	\$ 149,97	\$ 7.135,26
22	\$ 220,58	\$ 69,15	\$ 151,43	\$ 6.983,83
23	\$ 220,58	\$ 67,68	\$ 152,89	\$ 6.830,93
24	\$ 220,58	\$ 66,20	\$ 154,38	\$ 6.676,56
25	\$ 220,58	\$ 64,71	\$ 155,87	\$ 6.520,69
26	\$ 220,58	\$ 63,20	\$ 157,38	\$ 6.363,30
27	\$ 220,58	\$ 61,67	\$ 158,91	\$ 6.204,40
28	\$ 220,58	\$ 60,13	\$ 160,45	\$ 6.043,95
29	\$ 220,58	\$ 58,58	\$ 162,00	\$ 5.881,94
30	\$ 220,58	\$ 57,01	\$ 163,57	\$ 5.718,37
31	\$ 220,58	\$ 55,42	\$ 165,16	\$ 5.553,21
32	\$ 220,58	\$ 53,82	\$ 166,76	\$ 5.386,45
33	\$ 220,58	\$ 52,20	\$ 168,38	\$ 5.218,08
34	\$ 220,58	\$ 50,57	\$ 170,01	\$ 5.048,07
35	\$ 220,58	\$ 48,92	\$ 171,66	\$ 4.876,41
36	\$ 220,58	\$ 47,26	\$ 173,32	\$ 4.703,10
37	\$ 220,58	\$ 45,58	\$ 175,00	\$ 4.528,10
38	\$ 220,58	\$ 43,88	\$ 176,69	\$ 4.351,40
39	\$ 220,58	\$ 42,17	\$ 178,41	\$ 4.173,00
40	\$ 220,58	\$ 40,44	\$ 180,14	\$ 3.992,86
41	\$ 220,58	\$ 38,70	\$ 181,88	\$ 3.810,98
42	\$ 220,58	\$ 36,93	\$ 183,64	\$ 3.627,33
43	\$ 220,58	\$ 35,15	\$ 185,42	\$ 3.441,91
44	\$ 220,58	\$ 33,36	\$ 187,22	\$ 3.254,69
45	\$ 220,58	\$ 31,54	\$ 189,04	\$ 3.065,65

46	\$ 220,58	\$ 29,71	\$ 190,87	\$ 2.874,78
47	\$ 220,58	\$ 27,86	\$ 192,72	\$ 2.682,07
48	\$ 220,58	\$ 25,99	\$ 194,59	\$ 2.487,48
49	\$ 220,58	\$ 24,11	\$ 196,47	\$ 2.291,01
50	\$ 220,58	\$ 22,20	\$ 198,38	\$ 2.092,63
51	\$ 220,58	\$ 20,28	\$ 200,30	\$ 1.892,33
52	\$ 220,58	\$ 18,34	\$ 202,24	\$ 1.690,10
53	\$ 220,58	\$ 16,38	\$ 204,20	\$ 1.485,90
54	\$ 220,58	\$ 14,40	\$ 206,18	\$ 1.279,72
55	\$ 220,58	\$ 12,40	\$ 208,18	\$ 1.071,54
56	\$ 220,58	\$ 10,39	\$ 210,19	\$ 861,35
57	\$ 220,58	\$ 8,35	\$ 212,23	\$ 649,12
58	\$ 220,58	\$ 6,29	\$ 214,29	\$ 434,83
59	\$ 220,58	\$ 4,21	\$ 216,37	\$ 218,46
60	\$ 220,58	\$ 2,12	\$ 218,46	\$ 0,00

Fuente: Elaborado por los investigadores

Anexos 4

INEN

[INEN 706 2013. HELADOS. REQUISITOS.pdf](#)

[INEN 1334-1-3 ROTULADO 1.pdf](#)

[INEN 1334-2 ROTULADO 2.pdf](#)

[INEN 1334-3 ROTULADO 3.pdf](#)