



Universidad  
Nacional  
de Loja

## **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Administración de Empresas

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja”**

Trabajo de Integración Curricular previo a  
la obtención del título de Licenciada en  
Administración de Empresas.

**AUTORA:**

Osmara Bristney Agurto Peñarreta

**TUTOR:**

Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera Mg. Sc

**Loja- Ecuador**

**2024**

## Certificación



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF

### CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Gomez Cabrera Oscar Anibal**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS A BASE DE YOGURT (QUESO Y MANJAR) EN LA CIUDAD DE LOJA**", perteneciente al estudiante **Osmara Bristney Agurto Peñarreta**, con cédula de identidad N° **1150321709**.

**Certifico:**

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 23 de Febrero de 2024

OSCAR  
ANIBAL  
GOMEZ  
CABRERA

Firmado digitalmente por OSCAR  
ANIBAL GOMEZ CABRERA  
DN: cn=OSCAR ANIBAL GOMEZ  
CABRERA, o=UNIVERSIDAD DE  
LOJA, ou=UNIVERSIDAD DE  
LOJA, ou=INFORMACION  
Médico: Soy el autor de este  
documento  
Ubicación:  
Fecha: 2024.02.23 16:03:05.00

F) -----  
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000208

## **Autoría**

Yo, **Osmara Bristney Agurto Peñarreta**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular o de Titulación y eximo expresadamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de identidad:** 1150321709

**Correo electrónico:** [osmara.agurto@unl.edu.ec](mailto:osmara.agurto@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0967908843

**Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación.**

Yo, Osmara Bristney Agurto Peñarreta, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación denominado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja”**, como requisito para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los 31 días del mes de julio del dos mil veinticuatro.

**Firma:**

**Autora:** Osmara Bristney Agurto Peñarreta.

**Cédula de identidad:** 1150321709

**Dirección:** Crisantemos y Nardos, Los Geranios

**Correo electrónico:** [osmara.agurto@unl.edu.ec](mailto:osmara.agurto@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0967908843

**Datos Complementarios**

**Director del Trabajo de Integración Curricular:** Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera Mg. Sc

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación va dedicado primeramente a Dios que fue mi fortaleza en los momentos más difíciles y me acompañó en los momentos más gratificantes.

Agradezco con todo mi corazón a mi madre Jhoana Agurto por ser mi compañera de lucha, la heroína de mi vida, mi motivación e inspiración, quien me ha guiado por el camino de la esperanza, gracias por brindarme tu confianza, tu apoyo incondicional; a mi otra madre María Peñarreta, gracias por ser la mujer fuerte y luchadora, por no permitir que me rindiera, por acompañarme, apoyarme en mi carrera y por tener esa confianza en mí, gracias a mi abuelita Juana (+) que a pesar de que en este trayecto final de mi carrera ya no está con nosotros, siempre tuvo la certeza de que sería alguien en la vida y se firmemente que ella lo está festejando con la misma intensidad que yo.

A mi tía Karen Agurto y hermanos; Cristofer Patiño, Tatiana Agurto, Adelé Patiño y familia en general gracias por estar siempre presentes y acompañarme en cada proceso y etapa de mi vida universitaria.

***Osmara Bristney Agurto Peñarreta***

## **Agradecimiento**

Al concluir con el presente trabajo de investigación agradezco primeramente a Dios por brindarme la fortaleza y guiarme en toda mi carrera universitaria, así mismo agradezco a la Universidad Nacional de Loja por haberme brindado la oportunidad de ingresar a la carrera de Administración de Empresas y sobre todo a quienes participaron directa o indirectamente en el desarrollo del mismo.

Quiero realizar un agradecimiento especial al Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera por la dirección de este trabajo, por impartir sus conocimientos, consejos, apoyo, así mismo por la paciencia que ha tenido durante el desarrollo de la misma, a cada uno de los docentes de la carrera que, con sus conocimientos, su apoyo y experiencia me han permitido seguir adelante.

*Osmara Bristney Agurto Peñarreta*

## Índice de contenido

Certificación.....	ii
Autoría .....	iii
Carta de autorización .....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido .....	vii
Índice de tablas .....	ix
Índice de figuras.....	xiii
Índice de anexos.....	xv
1. Título.....	16
2. Resumen.....	17
2.1. Abstrac .....	19
3. Introducción .....	21
4. Marco Teórico.....	23
4.1. Marco Referencial .....	23
4.2. Marco Teórico .....	24
4.3. Marco Conceptual.....	42
5. Metodología .....	45
5.1. Área de estudio .....	45
5.2. Enfoque de Investigación .....	45
5.3. Tipo de investigación.....	46
5.4. Métodos de investigación .....	46
5.5. Técnicas .....	46

5.6.	Recopilación bibliográfica.....	46
5.7.	Población .....	47
5.8.	Muestra .....	48
6.	Resultados .....	51
6.1.	Resultados de las encuestas aplicadas a las familias lojanas.....	51
7.	Discusión.....	67
7.1.	Estudio de mercado .....	67
7.2.	Estudio Técnico .....	75
7.3.	Estudio Financiero.....	101
7.4.	Evaluación financiera .....	120
8.	Conclusiones .....	128
9.	Recomendaciones .....	130
10.	Bibliografía .....	131
11.	Anexos .....	136



## Índice de tablas

Tabla 1 <i>Proyección de la población</i> .....	47
Tabla 2 Número de integrantes de las familias .....	51
Tabla 3 Número de personas que trabajan en su hogar .....	52
Tabla 4 Ingresos mensuales de las familias .....	53
Tabla 5 Conoce sobre los helados de yogurt .....	53
Tabla 6 Adquisición de helados a base de yogurt.....	54
Tabla 7 Marcas de helados de yogurt que adquiere .....	55
Tabla 8 Envase que adquiere los helados de yogurt .....	56
Tabla 9 Precio que paga por un helado en paleta.....	57
Tabla 10 <i>Frecuencia de adquisición</i> .....	58
Tabla 11 <i>Cantidad de consumo</i> .....	59
Tabla 12 Frecuencia adquisición (Semanalmente) / Cantidad de consumo .....	60
Tabla 13 Frecuencia adquisición (Quincenalmente) / Cantidad de consumo.....	60
Tabla 14 Frecuencia adquisición (Mensualmente) / Cantidad de consumo .....	60
Tabla 15 Consumo de helados a base de yogurt (queso y manjar).....	61
Tabla 16 <i>Dulcificados</i> .....	62
Tabla 17 <i>Nivel de dulcificado</i> .....	62
Tabla 18 Personas que adquirirían el producto.....	63
Tabla 19 <i>Promociones</i> .....	64
Tabla 20 <i>Publicidad</i> .....	65
Tabla 21 <i>Preferencia de publicidad</i> .....	66
Tabla 22 <i>Demanda potencial</i> .....	67
Tabla 23 <i>Demanda Real</i> .....	68

Tabla 24 <i>Demanda efectiva</i> .....	68
Tabla 25 <i>Demanda efectiva en unidades</i> .....	69
Tabla 26 Total, de ventas del año 2022 y 2023 .....	70
Tabla 27 <i>Tasa de crecimiento</i> .....	70
Tabla 28 <i>Proyección de la oferta</i> .....	71
Tabla 29 <i>Demanda Insatisfecha (unidades)</i> .....	71
Tabla 30 <i>Capacidad diseñada</i> .....	76
Tabla 31 <i>Capacidad instalada</i> .....	76
Tabla 32 <i>Capacidad utilizada</i> .....	77
Tabla 33 <i>Participación en el mercado</i> .....	77
Tabla 34 Descripción de maquinaria y equipos de producción .....	81
Tabla 35 Descripción de equipo de cómputo.....	82
Tabla 36 Descripción de equipo de oficina.....	83
Tabla 37 <i>Flujograma de proceso</i> .....	89
Tabla 38 Balance de materiales para el producto .....	90
Tabla 39 <i>Manual de funciones (Gerente)</i> .....	96
Tabla 40 <i>Manual de funciones (Asesor Jurídico)</i> .....	97
Tabla 41 <i>Manual de funciones (Secretaria)</i> .....	97
Tabla 42 <i>Manual de funciones (Jefe de producción)</i> .....	98
Tabla 43 <i>Manual de funciones (Obreros)</i> .....	99
Tabla 44 <i>Manual de funciones (Vendedor)</i> .....	100
Tabla 45 <i>Costo de maquinaria y equipo</i> .....	102
Tabla 46 <i>Costo de herramientas</i> .....	102
Tabla 47 <i>Costo de utensilios de planta</i> .....	102

Tabla 48 <i>Costo muebles y enseres de planta</i> .....	103
Tabla 49 Costo muebles y enseres administrativos .....	103
Tabla 50 <i>Costo equipo de oficina</i> .....	104
Tabla 51 <i>Costo equipo de cómputo</i> .....	104
Tabla 52 <i>Costo de Vehículo</i> .....	104
Tabla 53 <i>Resumen de activos fijos</i> .....	105
Tabla 54 <i>Costo de activos diferidos</i> .....	105
Tabla 55 Costo de la materia prima directa .....	106
Tabla 56 Costo de la mano de obra directa .....	107
Tabla 57 Costo de la materia prima indirecta .....	107
Tabla 58 Valor de sueldos administrativos .....	108
Tabla 59 <i>Costo de suministros de oficina</i> .....	108
Tabla 60 <i>Costo de útiles de aseo</i> .....	109
Tabla 61 <i>Costo de servicios básicos</i> .....	109
Tabla 62 <i>Costo de útiles de oficina</i> .....	109
Tabla 63 <i>Costo de arriendo</i> .....	110
Tabla 64 Costo del servicio de publicidad .....	110
Tabla 65 <i>Costo del combustible</i> .....	110
Tabla 66 <i>Resumen de activos circulantes</i> .....	111
Tabla 67 <i>Resumen inversión total</i> .....	111
Tabla 68 <i>Financiamiento total</i> .....	112
Tabla 69 Amortización del crédito bancario .....	112
Tabla 70 Amortización de los activos diferidos .....	113
Tabla 71 Costos proyectados para 5 años de vida útil .....	113

Tabla 72 <i>Costo total de producción</i> .....	114
Tabla 73 <i>Precio de venta</i> .....	115
Tabla 74 <i>Ingresos totales</i> .....	115
Tabla 75 <i>Estado de pérdidas y ganancias</i> .....	116
Tabla 76 <i>Distribución de costos fijos y variables</i> .....	116
Tabla 77 <i>Determinación del punto de equilibrio</i> .....	118
Tabla 78 <i>Punto de equilibrio año 1</i> .....	118
Tabla 79 <i>Punto de equilibrio año 5</i> .....	119
Tabla 80 <i>Flujo de caja</i> .....	121
Tabla 81 <i>Valor actual neto</i> .....	122
Tabla 82 <i>Base de datos para calcular TIR</i> .....	123
Tabla 83 <i>Tasa interna de retorno del proyecto</i> .....	123
Tabla 84 <i>Periodo de recuperación del capital</i> .....	124
Tabla 85 <i>Relación beneficio – costo</i> .....	125
Tabla 86 <i>Análisis de sensibilidad con el incremento del 14,57% en los costos</i> .....	126
Tabla 87 <i>Análisis de sensibilidad con disminución del 11,48% en los ingresos</i> .....	127

## Índice de figuras

Figura 1	<i>Localización de área de estudio</i> .....	45
Figura 2	<i>Número de integrantes de las familias</i> .....	51
Figura 3	<i>Número de personas que trabajan en su hogar</i> .....	52
Figura 4	<i>Ingresos mensuales de las familias</i> .....	53
Figura 5	<i>Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas</i> .....	54
Figura 6	<i>Adquisición de helados a base de yogurt</i> .....	55
Figura 7	<i>Marcas de helados de yogurt que adquiere</i> .....	56
Figura 8	<i>Envase que adquiere los helados de yogurt</i> .....	57
Figura 9	<i>Precio que paga por un helado en paleta</i> .....	58
Figura 10	<i>Frecuencia de adquisición</i> .....	59
Figura 11	<i>Cantidad de consumo</i> .....	59
Figura 12	<i>Consumo de helados a base de yogurt (queso y manjar)</i> .....	61
Figura 13	<i>Dulcificados</i> .....	62
Figura 14	<i>Nivel de dulcificado</i> .....	63
Figura 15	<i>Personas que adquirirían el producto</i> .....	64
Figura 16	<i>Promociones</i> .....	64
Figura 17	<i>Publicidad</i> .....	65
Figura 18	<i>Preferencia de publicidad</i> .....	66
Figura 19	<i>Envase del producto</i> .....	72
Figura 20	<i>Logotipo de la empresa</i> .....	73
Figura 21	<i>Slogan de la empresa</i> .....	73
Figura 22	<i>Etiqueta del producto</i> .....	73
Figura 23	<i>Canal de distribución</i> .....	74

Figura 24 <i>Macro localización</i> .....	78
Figura 25 <i>Micro localización</i> .....	79
Figura 26 <i>Distribución de la empresa</i> .....	86
Figura 27 <i>Producto helado de yogurt (queso y manjar)</i> .....	87
Figura 28 <i>Flujograma de proceso</i> .....	88
Figura 29 <i>Organigrama Estructural de la empresa “YoguFusión Cía. Ltda.”</i> .....	94
Figura 30 <i>Organigrama Funcional de la empresa “YoguFusión Cía. Ltda.”</i> .....	94
Figura 31 <i>Organigrama de Posición “YoguFusión Cía. Ltda.”</i> .....	95
Figura 32 <i>Punto de equilibrio año 1</i> .....	119
Figura 33 <i>Punto de equilibrio año 5</i> .....	120

## Índice de anexos

Anexo 1 <i>Objetivo de la investigación</i> .....	136
Anexo 2 <i>Formato de encuesta a los demandantes</i> .....	137
Anexo 3 <i>Formato de encuesta a los oferentes</i> .....	140
Anexo 4 <i>Certificado de traducción del resumen</i> .....	142

## **1. Título**

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja”



## 2. Resumen

El presente trabajo se lo elaboró con la finalidad de determinar la viabilidad financiera para un “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja”, mismo que busca satisfacer las necesidades de las familias mediante un producto de calidad con un valor nutritivo y a un costo accesible. Este proyecto tuvo como propósito llevar a cabo la ejecución de los objetivos como es; el estudio de mercado, mismo que permitió analizar la oferta y la demanda; acompañado también del estudio técnico, legal y administrativo para llegar a determinar la viabilidad técnica de la localización, ingeniería del proyecto y el diseño organizacional, el cual deberá cumplir las necesidades jurídicas para el debido funcionamiento, además abarca el estudio y evaluación financiera, el cual permitió conocer el presupuesto de la inversión y llegar a conocer la factibilidad del proyecto. La metodología utilizada para este proyecto fue; enfoque de investigación cuantitativo y cualitativo, así mismo se utilizó métodos (exploratoria- descriptiva) y técnicas como recopilación bibliográfica, encuestas y entrevistas. Se realizó un estudio de mercado, dentro de los resultados obtenidos por las encuestas realizadas tanto a los demandantes como oferentes, permitió realizar un análisis de la oferta y la demanda, por lo tanto, se determinó que, para el año uno existe una demanda efectiva del 86% de helados a base de yogurt (queso y manjar) y una oferta de 21.094,00 de esta manera se llega a obtener la demanda insatisfecha, siendo esta de 4.964.915 unidades de helados para el primer año. Seguidamente se desarrolló el estudio técnico, en el que se presenta el tamaño de la planta en correlación a la capacidad instalada y utilizada de la empresa para la elaboración de los helados a base de yogurt (queso y manjar), se definió la macro y micro localización. La empresa se establecerá en la ciudad de Loja, en la parroquia San Sebastián, este sector es estratégico, además es muy accesible para que la ciudadanía pueda adquirir el producto que se está ofreciendo. En el estudio organizacional se determinó que la empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt, será legalmente constituida, así mismo se estableció la estructura, funcional y posicional, como también la propuesta de manual de funciones, misma que tendrá un periodo mínimo de 5 años de duración. El estudio financiero permitió conocer la inversión del proyecto que es de 29.389,87 dólares, la misma que será financiada con el 15% de capital propio y con el 85% del préstamo en el BanEcuador, con una tasa de interés 11,25 % anual. El costo unitario de producción para el primer año será de 0,58 centavos, incrementado un margen de utilidad del 20%, dando como resultado un precio de venta al público de 0,69 centavos,

obteniendo 112.093,03 dólares de ingresos por venta para el primer año. Para la evaluación del proyecto se analizaron los indicadores como; el Valor Actual Neto (VAN) el mismo que es de \$34.692,66 siendo aceptable el proyecto ya que es mayor a la inversión inicial; la tasa interna de retorno (TIR) es de 44,35%, con una relación beneficio – costo de \$1,29. En el análisis de sensibilidad se refleja resultados positivos de 0,97 y 0,99 permitiendo el desarrollo del proyecto. Finalmente, se realizan las conclusiones, recomendaciones, detallando así que el proyecto es positivamente viable y se recomienda el desarrollo del mismo.

***Palabras claves:*** proyectos, oferta, demanda, inversión, lácteos, consumidores

## 2.1. Abstrac

The present work was elaborated with the purpose of determining the financial viability for a “Feasibility project for the creation of a yogurt-based ice cream (cheese and manjar) production and marketing company in Loja city”, which seeks to satisfy the needs of families through a quality product with a nutritional value and at an accessible cost. The purpose of this project was to carry out the execution of the objectives, such as the market study, which allowed us to analyze the supply and demand; also accompanied by the technical, legal and administrative study to determine the technical feasibility of the location, project engineering and organizational design, which must meet the legal requirements for proper operation, also includes the study and financial evaluation, which allowed us to know the investment budget and get to know the feasibility of the project. The methodology used for this project was: quantitative and qualitative research approach, as well as methods (exploratory-descriptive) and techniques such as bibliographic compilation, surveys and interviews. A market study was conducted, within the results obtained from the surveys conducted both to the demanders and suppliers, allowed an analysis of supply and demand, therefore, it was determined that, for year one there is an effective demand of 86% of yogurt-based ice cream (cheese and manjar) and a supply of 21,094.00, thus obtaining the unsatisfied demand, being this of 4,964,915 units of ice cream for the first year. Next, the technical study was developed, in which the size of the plant is presented in correlation to the installed and used capacity of the company for the production of yogurt-based ice cream (cheese and manjar), the macro and micro location was defined. The company will be established in the city of Loja, in the parish of San Sebastian, this sector is strategic, and it is very accessible for the citizens to acquire the product that is being offered. In the organizational study, it was determined that the yogurt-based ice cream production and marketing company will be legally constituted, and the functional and positional structure was established, as well as the proposed functions manual, which will have a minimum duration of 5 years. The financial study provided information on the project's investment of US\$29,389.87, which will be financed with 15% equity and 85% of the loan from BanEcuador, at an annual interest rate of 11.25%. The unit cost of production for the first year will be 0.58 cents, plus a 20% profit margin, resulting in a retail price of 0.69 cents, yielding \$112,093.03 in sales revenue for the first year. For the evaluation of the project, indicators such as the Net Present Value (NPV) were analyzed, which is \$34,692.66, making the project acceptable since it is greater than the initial investment; the internal rate of return (IRR) is 44.35%, with a

benefit-cost ratio of \$1.29. The sensitivity analysis shows positive results of 0.97 and 0.99, allowing the project to be developed. Finally, conclusions and recommendations are made, detailing that the project is positively viable and its development is recommended.

***Keywords:*** projects, supply, demand, investment, dairy, supply, consumers

### **3. Introducción**

La industria alimentaria ha visto una progresiva demanda de productos que no solo satisfacen los antojos y preferencias de los consumidores, sino también en las preferencias por consumir opciones más deliciosas y sobre todo saludables.

El yogurt es sumamente conocido por la variedad de beneficios nutricionales, además permite obtener una base para una gama de helados que prometen no solo deleitar el paladar de los consumidores, sino también ofrecer una alternativa diferente y saludable a los mismos.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación pone a consideración varios criterios y métodos para el desarrollo de este tipo de trabajos que ayudará al lector enriquecer su conocimiento, para lo cual se desarrolla el trabajo de investigación designado como “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja”, siendo su principal objetivo determinar la factibilidad del proyecto para producción y comercialización de helados en la ciudad de Loja.

El tema mencionado anteriormente se compone de las siguientes partes; resumen en el cual se detalla de manera breve y clara los puntos fundamentales para dar a conocer los resultados del proyecto. Seguidamente se detallan los materiales y métodos que fueron necesarios para el desarrollo del trabajo de investigación; en consideración a los métodos utilizados para realizar la investigación fue el deductivo e inductivo, además se utilizaron técnicas como la recopilación bibliográfica, encuestas, entrevistas y observación directa, que fueron importantes y necesarias para obtener la información básica en la que se detalla también la elaboración del tamaño de la muestra.

Los resultados se presentaron a través de tablas y gráficos estadísticos con sus respectivos análisis. Luego se presenta la discusión, en donde se muestran los resultados obtenidos mediante la estructuración del estudio de mercado, permitiendo realizar el análisis tanto de la oferta, demanda y demanda insatisfecha, y con ello proponer la estrategia de mercado, misma que están enfocadas al producto, precio, plaza y promoción, en el estudio técnico se detalló el tamaño del proyecto en función de la producción que se cubrirá del total de la demanda insatisfecha, se muestra la macro y micro localización exacta de la empresa, seguido de la ingeniería del proyecto mismo que se describe la parte tecnológica que se utilizará en la producción de helados conjuntamente con el proceso productivo, en el estudio financiero se dio a conocer sobre la

inversión del proyecto (activos fijos, diferidos y capital de trabajo), financiamiento de la inversión, presupuesto de ingresos y egresos, el análisis de costos, punto de equilibrio, estudio y análisis de los estados financieros (estado de pérdidas, ganancias y el flujo de caja).

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para conocer la conveniencia del proyecto, la cual se analizaron los indicadores como; valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR); relación beneficio costo (RB/C); periodo de recuperación del capital (PRC), análisis de sensibilidad en aumento en los costos y el análisis de sensibilidad en disminución en los ingresos, estos indicarán que es favorable la ejecución del proyecto.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se dan para la puesta en marcha del proyecto, dando por terminado así el trabajo de investigación, tratando de brindar un poco más de información a los lectores mediante la investigación realizada.

## **4. Marco Teórico**

### **4.1. Marco Referencial**

Para la elaboración de este proyecto se ocuparán investigaciones que se relacionen al problema y que permitan tener conocimiento del mismo.

Cumbal (2022) en su trabajo titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de helado artesanal por litros a domicilio, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito” propone realizar un abordaje en aspectos relacionados a la venta de helados artesanales, ya que es uno de los principales negocios a nivel nacional, en el desarrollo del presente trabajo se empleó una metodología cuantitativa con la finalidad de analizar los resultados principales tanto del estudio de mercado, como del análisis de la demanda potencial. Los principales resultados arrojados por el estudio de mercado permitieron conocer que el helado es consumido al menos dos veces por semana, siendo el sabor fresa y chocolate los más adquiridos; considerando los resultados obtenidos, se procede a realizar el estudio de factibilidad el cual; el VAN tiene un valor de \$111.175,53; complementado con una TIR de 51,50%, mismo que permite comprobar que la aplicación del proyecto es factible en un corto plazo.

Según el trabajo de Pincay y Suarez (2023) titulado “Elaboración de helados artesanales, en bajo contenido calórico de yogurt y fresa, utilizando Stevia como edulcorante”, menciona que uno de sus objetivos específicos es lograr estandarizar una fórmula para la elaboración de un helado que sea bajo en calorías y además que sea de alta calidad logrando un buen sabor y que sea saludable para los consumidores, así mismo para lograr este objetivo se realizaron 3 formulaciones con diferentes porcentajes de edulcorantes mediante una encuesta de análisis sensorial en la provincia de Santa Elena, misma que permite conocer la satisfacción del producto y poder obtener la mejor formulación. Tras realizar las encuestas y los análisis estadísticos, se concluyó que el análisis organoléptico del estudio mediante la encuesta aplicada, la preparación del helado de fresa artesanal tuvo una aceptación más favorable en lo que concierne a color, sabor, textura, acidez baja, dulzor y sabor natural. Por tanto, la preparación del helado de la Muestra 2 contiene un 1% de porcentaje másico de edulcorante Stevia en su formulación, siendo así, la fórmula más aceptada en cuanto a las otras dos muestras que tienen edulcorante y azúcares, teniendo en consideración que el costo de producción analizado en el estudio da un valor de 1 dólar y 15 centavos, teniendo

como un punto de equilibrio de 5114 unidades de helado de fresa artesanal. Por tanto, esto quiere decir que, al sobrepasar este número en ventas, la empresa contará con ganancias inmediatas.

Chico (2022), en el presente trabajo de investigación “Proyecto gastronómico de elaboración de helados a base de bebidas vegetales dirigido a personas intolerantes a la lactosa y su comercialización en la provincia de Pichincha, cantón Quito en la parroquia de Calderón”, se desarrollará un helado comercial que sea apto para el consumo de personas intolerantes a la lactosa; segmento de mercado con un gran potencial de aceptabilidad y crecimiento en el tiempo; puesto que, la industria de los helados es bastante amplia. Sin embargo, dentro de las opciones no hay una gran variedad de productos libres de lactosa además de los helados de hielo. De hecho, podemos identificar que en los helados comerciales su gran emblema es la cremosidad misma que es posible recrear al reemplazar los productos lácteos por bebidas vegetales como la leche de coco, bebida de arroz, avena y soya. Esta formulación de helados se complementa con otros ingredientes como la yema de huevo misma que funciona como estabilizante natural, además de la pulpa de fruta que gracias a su combinación de azúcares como la fructosa dan estructura y sabor natural al producto final. Se realizó una encuesta para determinar el grado de aceptabilidad del producto, dando como resultado un alto índice de personas con gran interés en la existencia de este producto y el desconocimiento de marcas de helados cuyos componentes no incluyan un ingrediente lácteo o su derivado. Llegando a la conclusión de que un producto como este puede tener un gran potencial de aceptación por parte de la población, basado en la muestra.

## **4.2. Marco Teórico**

### **4.2.1. *Probióticos***

Son microorganismos vivos que al momento de consumirlo proporcionan beneficios positivos para la salud, se encuentran naturalmente en algunos alimentos fermentados, como ya sabemos los probióticos actúan principalmente en el aparato digestivo, es decir que cuando una persona come o bebe suficientes probióticos, el aparato digestivo se va a encontrar protegido de microorganismos nocivos, mejora la digestión y también la función intestinal, además de poder proporcionar más beneficios a la salud. (National Institutes of health, 2022)

### **4.2.2. *Bacterias ácido lácticas***

En los últimos años las bacterias ácido lácticas han sido de total importancia en los alimentos, estas bacterias son anaerobias facultativas que permiten crecer en presencia de oxígeno,



siendo su principal función convertir los azúcares de los alimentos en ácidos lácticos, provocando que se acidifique el medio, proporcionando un ambiente desfavorable para que puedan crecer los microorganismos patógenos (IEQFB, 2023).

#### **4.2.3. *Productos lácteos***

Según Bello (2024) los productos lácteos son considerados un grupo de alimentos que están formados principalmente por el yogurt, leche, mantequilla, queso, crema, este conjunto de alimentos se caracterizan por su alto valor nutricional, ya que son los más básicos y equilibrados en nutrientes como: proteínas, vitaminas, carbohidratos, lípidos y minerales.

#### **4.2.4. *Yogurt***

El yogurt es un producto lácteo altamente reconocido por ser un alimento que va acompañando al hombre desde los comienzos de la civilización y que a través de la ciencia se ha logrado determinar diferentes beneficios además de ser la proteína uno de los principales nutrientes ya que poseen una gran variedad de aminoácidos esenciales y calcio, siendo este un mineral esencial para tener una salud ósea óptima (Aguilera y Zapata, 2020).

#### **4.2.5. *Queso***

El queso es un alimento rico en vitaminas A y D, así mismo contiene proteínas y comparte casi la mayor parte de características nutricionales de la leche. La composición nutricional del queso varía en función al contenido de agua que se utiliza en su elaboración, ya que, a menor cantidad de agua, mayor concentración de nutrientes tendrá el queso (Quirobsalud, 2016).

#### **4.2.6. *Calcio***

Según National Institutes of health (2023), el calcio es el mineral más abundante en el organismo y ayuda a que la sangre circule a través de los vasos sanguíneos por todo el cuerpo, permitiendo liberar las hormonas necesarias para diferentes funciones del organismo, así mismo la cantidad del consumo diario del calcio dependerá de su edad y sexo.

#### **4.2.7. *Manjar***

El manjar o también conocido dulce de leche contiene algunas vitaminas y minerales, pero en cantidades moderadas, entre ellos se puede encontrar el calcio, fósforo y potasio, ya que son importantes para el desarrollo, mantenimiento de huesos y dientes saludables. Uno de los

beneficios es que contiene menos calorías en comparación de otros dulces, además es un producto que se le puede encontrar en casi cualquier mercado y pueden ser consumidos en el desayuno, tarde o ser utilizadas en diversas recetas (Cromos, 2020).

#### **4.2.8. Vitaminas**

Las vitaminas son aquellas sustancias que el cuerpo necesita para poder crecer y desarrollarse de manera correcta, se considera que cada vitamina tiene diferentes funciones, si se llega a tener niveles bajos de determinadas vitaminas pueden existir problemas con la salud, es por ello que el cuerpo necesita 13 vitaminas que las mencionaremos a continuación; vitamina A, vitamina B (tiamina, riboflavina, niacina, ácido pantoténico, biotina, vitamina B-6, vitamina B-12 y folato o ácido fólico), vitamina C, vitamina D, vitamina E, vitamina K y en el caso de las personas que llevan una dieta vegetariana pueden necesitar un suplemento de vitamina B12.

La mejor manera de tener suficientes vitaminas es llevar una dieta equilibrada con una variedad de alimentos, siendo que en algunos de los casos se necesite tomar multivitamínico diario, considerando que las dosis altas de algunas vitaminas pueden causar problemas, es por ello que se debe tener un control con el consumo de las mismas (MedlinePlus, 2021).

#### **4.2.9. Empresa**

La empresa es considerada como una unidad económica de producción que mediante la organización y coordinación de una sucesión de factores tales como; capital y trabajo, mismo que persigue tener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado, teniendo como fin obtener una ganancia que no tiene un límite y como contra partida al mismo se presenta el riesgo (Tapia, 2022).

#### **4.2.10. Emprendimiento**

El emprendimiento según Romero et al. (2021), tiene una gran influencia global en el desarrollo socioeconómico del país contribuyendo al crecimiento económico del mismo, permitiendo el aumento de plazas de trabajo y compitiendo en mercados nacionales e internacionales

#### **4.2.11. Estudio de mercado**

Según Valverde et al. (2012), considera que el estudio de mercado es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos importantes acerca del tamaño, la oferta, demanda,

disponibilidad de los distribuidores y el perfil del consumidor, esto es con la finalidad de llegar a tomar decisiones y poder controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

Para Pasaca (2017) el estudio de mercado es necesario realizar un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado como; precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, entre otros. Además, cuando se trata de un nuevo producto permite medir el nivel de aceptación que tendrá el mismo en el mercado.

#### **4.2.11.1. Información Base (IB)**

A la información base la constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidas mediante las diferentes técnicas de investigación que corresponden a encuestas, entrevistas, observaciones, constatación física, con diferentes procedimientos como: muestreo, observación, entre otros (Pasaca, 2017, p. 32).

#### **Tamaño de la muestra**

En el tamaño de la muestra se debe tomar en consideración que un tamaño grande la muestra no siempre significa que nos ayuda a proporcionar mayor información que la que se determina en una muestra menor o más pequeña, la validez que tenga el mismo se basa en dependencia a la responsabilidad que se tenga al aplicar los instrumentos por parte de los investigadores, mencionando que mientras mayor número de encuestas se apliquen se requerirá de mayor tiempo y recursos.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Población total

e = Error experimental

P= Población de éxito

Q= Población fracaso

Z= Nivel de confianza

#### **4.2.11.2. Muestreo**

La función básica del muestreo es poder determinar en qué parte de la población debe reconocerse con la finalidad de realizar inferencias sobre ellas en cuanto a la determinación fenómeno del estudio (Pasaca, 2017).

#### **4.2.11.3. Muestreo aleatorio simple**

En este muestreo aleatorio simple todos los individuos tienen la misma oportunidad o probabilidad de ser seleccionados, la misma puede ser realizada por diferentes mecanismos probabilísticos en el cual, todos los elementos tengan las mismas opciones de salir (Pasaca, 2017).

#### **4.2.11.4. Producto principal**

El producto principal es aquella descripción minuciosa del o los productos que ofrecerá la nueva unidad productiva para poder satisfacer las necesidades del usuario o consumidor, el mismo que se destacarán las características principales del producto, y serán representadas o deberá acompañarse con un dibujo en el que se muestren las características del producto a ofrecer (Pasaca, 2017).

#### **4.2.11.5. Productos complementarios**

Este punto es fundamental ya que según se describen a los productos que hacen posible se pueda utilizar el producto principal, aunque se debe considerar que no todos los productos principales necesitan de un producto complementario para satisfacer las necesidades (Pasaca, 2017).

#### **4.2.11.6. Mercado**

Para Williams (2019) el mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

#### **4.2.11.7. Mercado demandante**

El mercado demandante se enfoca específicamente en quienes serán los consumidores o usuarios del producto, en el cual se recalca que es importante identificar aquellas características comunes, mediante una apropiada segmentación del mercado en función de: edad, sexo, educación, ingresos, residencia, entre otras (Williams, 2019).

#### **4.2.11.8. Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda es un estudio el cual permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, además se analiza el mercado potencial a fin de llegar a establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto (Torres, 2024).

#### **4.2.11.9. Demanda**

La demanda es considerada como por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir un determinado producto en el mercado (Peiro, 2024).

**Demanda potencial.** La demanda potencial es aquella que está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir un determinado producto en el mercado.

**Demanda real.** La demanda real es aquella que está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se llegan a consumir en el mercado.

**Demanda efectiva.** Se considera demanda efectiva a la cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva que son requeridos por el mercado, además está constituida por quienes tiene intención y capacidad de compra, mencionando que también puede ser parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto.

**Demanda insatisfecha.** Se constituye por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para poder llegar a satisfacer las necesidades de la comunidad.

#### **4.2.11.10. Oferta**

Pedrosa, 2024, menciona que la oferta es aquella que representa la cantidad de bienes y servicios que los vendedores están dispuestos a ofrecer en precios específicos, además la oferta puede estar influenciada no solo por el mercado si no tambien por instituciones como el estado, que pueden imponer para llegar a satisfacer necesidades específicas incluso sin que haya demanda.

#### **4.2.11.11. Necesidad**

Según Kotler (2013) la necesidad son aquellas cosas básicas que la gente requiere, es decir las necesidades son inherentes a la naturaleza humana, deduciendo así en una pirámide que identifica 5 niveles de necesidades como; necesidades básicas, de seguridad y protección, sociales, de estima y la necesidad de autorrealización.

#### **4.2.11.12. Segmentación**

La segmentación es “un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores, uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado” (Sarango y Solano, 2012)

#### **4.2.11.13. Las 4ps del marketing**

**Producto.** Un producto es cualquier bien, servicio o idea que una empresa ofrece y pone a disposición en el mercado para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. El producto en particular forma parte de las variables del llamado marketing mix (Barría, 2024).

**Precio.** Es aquella cantidad de dinero que los clientes deben pagar por obtener un producto eso es lo que menciona (Kotler, 2013).

**Plaza.** Es un proceso el cual el producto o servicio llega hasta el cliente, según existen algunas variables que se deben considerar y que es preciso analizar de manera exhaustiva como; el almacenamiento, transporte, tiempos de operación, costes de los envíos, canales de distribución que sean los más convenientes a utilizar, ya sea por venta directa, distribuidores, tiendas en línea, entre otros (Botey, 2022).

**Promoción.** En la promoción se consideran todos aquellos canales, medios o técnicas los cuales van a dar a conocer nuestro producto. Botey (2022) considera que en la actualidad el universo online, existe mayor posibilidad de realizar una buena promoción.

#### **4.2.12. Estudio Técnico**

Pasaca (2017) se refiere al estudio técnico como un objetivo, que permite determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

#### **Localización**

López (2020) menciona que la localización hace énfasis al lugar físico donde las empresas se vayan a ubicar, así mismo estas se ubicaran de acuerdo en función a las que estas se dediquen ya sean comerciales o de servicios.

### **Macro localización**

La macro localización permite evaluar el sitio el cual ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o el espacio ya sea rural o urbano de la región en la que se requiera emplear, tomando en cuenta; ubicación de los usuarios, localización de materia prima, medios de transporte, infraestructura de servicios públicos, políticas, regulaciones, tendencias, condiciones climáticas (Maribe, 2016).

### **Micro localización**

En la micro localización se determina el punto o el lugar específico en el que se va a construir la empresa, considerando la disponibilidad y costos de recursos, ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas, costos de transporte de los insumos y de los productos (Maribe, 2016).

#### ***4.2.13. Tamaño del proyecto***

Según Pasaca (2017) el tamaño hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un determinado periodo de tiempo de funcionamiento. Para realizar una adecuada determinación del tamaño de la planta, se debe considerar diferentes aspectos fundamentales tales como; la demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, necesidad de mano de obra, entre otras.

#### ***4.2.14. Capacidad***

Una vez que se haya establecido el tamaño de medida del proyecto, se destina la cantidad a producirse o el servicio a brindar por unidad de tiempo, es muy importante definir el tamaño y volumen del proyecto, así como también la estimación de rentabilidad que puede llegar a generar la implementación del mismo (Padilla, 2011).

**Capacidad diseñada.** La capacidad diseñada representa al nivel máximo de producción o de prestación de servicios”.

**Capacidad instalada.** La capacidad instalada es, el nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores, conjunto con la maquinaria, equipos e infraestructuras disponibles pueden generar de manera permanente

**Capacidad utilizada.** La capacidad real es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, considerando las eventualidades de producción y ventas, durante un determinado tiempo.

#### ***4.2.15. Diagrama de flujo***

El flujo de procesos o el diagrama de flujo de un proceso permite y ofrece una forma de visualizar cada una de las tareas consecuentes entre el equipo de trabajo para finalizar y poder llegar a alcanzar un objetivo, además los diagramas se han transformado en una herramienta fundamental para la gestión de proyectos (Alonso, 2024).

##### **Diagrama de flujo vertical**

Este tipo de diagrama o también conocido como gráfico de análisis del proceso, es un gráfico el cual existe líneas (se destacan las secuencias de los pasos y hace referencia en cada paso a los funcionarios involucrados en la rutina) y columnas (se encuentran los símbolos de operación, transporte, control, espera y archivo). Es extremadamente útil para para armar u procedimiento, ayudar en la capacitación del personal y racionalizar el trabajo.

##### **Diagrama de flujo horizontal**

En este diagrama se utilizan los mismos símbolos del diagrama vertical, sin embargo, la secuencia de información se presenta de forma horizontal, a pesar de que su elaboración es más compleja que el diagrama vertical, resulta mucho más sencillo visualizar los sectores de una organización que intervienen en un procedimiento determinado.

##### **Diagrama de flujo de bloques**

Los diagramas de bloque son aquellas representaciones visuales que en cada segmento del bloque presentan un resumen, mismo que presentará un proceso en el que entrará un objeto y se transformará en otro a su salida, una vez que se llegue a culminar con éxito los pasos del bloque.



#### **4.2.16. Diseño Organizacional**

El diseño organizacional es un factor altamente importante en las organizaciones ya que permite formalizar los procedimientos dentro de la misma, da una guía, permite la integración de las personas, proporciona la información y mejora la tecnología utilizada en una organización, el diseño organizacional se caracteriza por ser una herramienta para la creación de funciones, procedimientos y relaciones formales; en una organización; para el que deben tenerse en cuenta múltiples de factores como el medio ambiente, el comportamiento de los seres humanos dentro y fuera de la organización Garcias et al. (2019).

**Base legal.** Es aquella que se rige en determinar la viabilidad del proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, mediante la utilización de productos, subproductos, patentes. Así mismo se toma en consideración la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones (Pasaca, 2017).

**Estructura empresarial.** Es fundamental en la etapa de operación misma que, permite identificar la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que, con la existencia de una buena organización, se permite asignar funciones y responsabilidad a cada uno de los elementos que conforma la misma.

**Niveles Jerárquicos de Autoridad.** Los niveles jerárquicos son aquellos que se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme rige la Ley de Compañías en cuanto la administración (Pasaca, 2017, pp. 66-67).

**Nivel Legislativo.** Es el nivel máximo de dirección de la empresa y son los que dictaminan las políticas y los reglamentos mediante los cuales operarán, siendo conformados por los dueños de la empresa, mismos que tomarán el nombre de Junta General de socios o Junta General de Accionistas, dependiendo el tipo de empresa al que se hayan constituido.

**Nivel Directivo.** Este tipo de nivel, es aquel que hace la vinculación directa entre los dueños de la empresa y el personal que labora en la misma, siendo conformado por el directorio, mismo que para su actuación está presentado por la presidencia.

**Nivel Ejecutivo.** Este nivel se encuentra conformado por el gerente-administrador, el cual será nombrado por el nivel directivo, además este será responsable de la gestión operativa que

exista dentro de la empresa, considerando que el éxito o el fracaso de la misma, recaerá sobre la gran capacidad de gestión que tenga dentro de la misma.

**Nivel Asesor.** En este nivel, se considera normalmente que lo constituye el órgano colegiado, el cual está en cargado de orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial, mismas que pueden ser situaciones de carácter laboral y las relaciones jurídicas de la empresa con diferentes organizaciones o clientes.

**Nivel de Apoyo.** Este nivel se conforma por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

**Nivel Operativo.** Se conforma por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

#### ***4.2.17. Organización***

Según Arias (2020) la organización es aquella que permite llevar a cabo una agrupación de los recursos humanos de la empresa en las tareas que considere más adecuadas, es decir permite organizar a las personas, asignándolas a determinados proyectos acorde a sus cualidades.

**Organigrama.** El organigrama es considerado como una representación visual de la estructura organizacional, así mismo se toman en cuenta las líneas de autoridad o también conocidas como cadena de mando, las relaciones del personal o staff, arreglos de los comités permanentes y las líneas de comunicación (Ferrell, 2010, pp. 4-5).

**Manual de funciones.** Es un documento donde se detallan las actividades; “un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa, es la enumeración detallada de las funciones del cargo que hace el ocupante de la ejecución y los objetivos del cargo” (Chiavenato, 2009).

#### ***4.2.18. Estudio Financiero***

El estudio financiero es el que analiza aspectos importantes tales como; inversiones y financiamiento, análisis de costos, determinación de ingresos, estados financieros y también el punto de equilibrio (Pasaca, 2017, p.75).

#### **4.2.18.1. Inversiones y financiamiento**

**Inversión.** Es una actividad que implica dedicar recursos para obtener alguna ventaja, es decir se coloca un capital en un proyecto o activo con el objeto de obtener ingresos o futuras ganancias (Sevilla, 2024).

**Inversión en activos fijos.** Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles mismas que se utilizarán en el proceso productivo, considerando también que son el complemento necesario para la operación normal de la empresa (Pasaca, 2017).

**Depreciación y Obsolescencia.** En la formulación de proyectos debe considerarse en forma clara que los activos son de diferentes categorías y por lo tanto su pérdida de valor se deberá a diferentes factores, además se considera que la pérdida de valor por el uso se llama depreciación. Por eso es importante considerar que los cargos realizados por depreciación y obsolescencia tiene como objetivo, recuperar el valor de la inversión de los activos indicados y con ello realizar la reserva correspondiente para el momento en que deban ser reemplazados. Los valores correspondientes a cada caso están determinados por las leyes tributarias de cada país, es decir en Ecuador los porcentajes de depreciación están determinados de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno que se encuentren vigentes (Pasaca, 2017).

**Inversión en capital de trabajo.** “El capital de trabajo debe cubrir el costo total de producción, en el mismo que intervienen 2 tipos de costos, el de producción o fabricación y el de operación, siendo importante primeramente que se identifiquen los rubros que intervienen en los diferentes costos” (Pasaca, 2017).

#### **4.2.18.2. Financiamiento**

Para Perdomo (1998) el financiamiento es “La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta”.

El financiamiento es aquel que, una vez que ya se conozca el monto de la inversión se hace necesario buscar las siguientes fuentes de financiamientos, mismas que son: las fuentes internas (son constituidas por el aporte de los socios), fuentes externas (se constituyen normalmente por las entidades financieras estatales y privadas) (Pasaca, 2017).

#### 4.2.18.3. Análisis de costos

Determina los recursos necesarios para realizar una función dentro de la empresa o para realizar un proyecto, además incluye generalmente incluye métricas como; el dinero, mano de obra, repuestos, equipo o la maquinaria y otras variables que son necesarias tanto para completar una tarea como para mantenerla (Bind, 2024).

**Costos.** Se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica (Sanchez, 2024).

**Costo total de producción.** La determinación del costo, constituye la base para la evaluación financiera del proyecto, siendo así, que su valor incide directamente en la rentabilidad, el costo total de producción se encuentra constituida por dos componentes básicos los cuales son; costo de producción, fabricación o transformación (CP) y los costos de operación. El costo total de producción se obtiene con la siguiente fórmula.

$$CTP = CP (G. ADM + G. FIN + G. V + O. G)$$

$$CTP = CP + CO$$

**CTP**= Costo total de producción

**CP**= Costo de producción

**CO**= Costo de operación

**G.ADM**= Gastos administrativos

**G. FIN**= Gastos financieros

**G. V**= Gastos de ventas

**O. G**= Otros gastos

**Costo unitario de producción.** Es aquel valor que cuesta producir, almacenar, vender una sola unidad ya sea de un producto o servicio. Perucontable (2023) menciona que ese costo es importante al decidir cuál será el precio de venta o el precio final que tendrá el producto o servicio que se espera comercializar, algunas variables del costo unitario de producción son; las materias

primas, la mano de obra directa, costos indirectos y son importantes porque permite analizar, ayuda a identificar cual es el beneficio de producir ese bien o servicio.

$$CUP = CTP / NUP$$

**CUP**= Costo unitario de producción

**CTP**= Costo total de producción

**NUP**= Número de unidades producidas

#### **4.2.18.4. Determinación de ingresos**

**Precio de venta.** El precio de venta es el importe o valor monetario que el vendedor establece de un producto o servicio, mismo que le permitirá obtener un beneficio económico al venderlo. Westreicher (2021) alude también que el precio de venta se lo puede definir como el valor que debe desembolsar el comprador para adquirir el producto o servicio.

#### **4.2.18.5. Establecimiento del precio de venta**

“Para establecer el precio de venta se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad” (Pasaca, 2017). Existen dos métodos que se detallarán a continuación.

**Método rígido.** También se lo denomina como método del costo total, ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado.

$$PVP = CUP + MU$$

**PVP**= Precio de venta al público

**CUP**= Costo unitario de producción

**MU**= Margen de utilidad

**Método flexible.** Este método toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios, entre otros.

#### 4.2.18.6. Estado de pérdidas y ganancias

Elizalde (2019) considera que el estado de resultado o también conocido como estado de pérdidas y ganancias, es aquel que muestra la utilidad o pérdida obtenida en un periodo determinado por actividades ordinarias y extraordinarias.

#### 4.2.18.7. Clasificación de costos

Los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por la función que cumplen existen los costos de fabricación o transformación y los costos de operación, la clasificación no es estándar, ella depende de la actividad que se desarrolle (Pasaca, 2017).

**Costos fijos.** Son aquellos que representan valores monetarios en que incurre la empresa solo por el hecho de existir.

**Costos variables.** Son aquellos valores que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, aumentan o disminuyen proporcionalmente con el volumen de producción.

#### 4.2.18.8. Punto de equilibrio

Pasaca (2017) es “El punto de equilibrio permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de producción, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones”.

**En función de ventas.** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que él genera.

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

En donde:

**PE**= Punto de equilibrio

**CFT**= Costo fijo total

**1**= Constante matemática

**CVT**= Costo variable total

**VT**= Ventas totales

**En función de la capacidad instalada.** Se basa en la capacidad de producción de la planta, y determina por el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas, que permitan cubrir los costos.

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

**En función de la producción.** Este método se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima de producción para que con su venta los ingresos puedan cubrir los costos ocasionados.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

**PVu**= Precio de venta unitario

**CVu**= Costo variable unitario

**Representación gráfica.** Este método se basa en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano, para el cálculo del punto de equilibrio es fundamental el realizar la clasificación de los costos a fin de conocer.

#### **4.2.19. Evaluación financiera**

Es un proceso financiero mediante el cual una vez conocida la inversión inicial y los beneficios netos esperados, tiene como propósito principal medir la rentabilidad de un proyecto de inversión, Bravo (2021) menciona que realizar una evaluación financiera antes de realizar una inversión es fundamental e importante si se quiere tener rentabilidad

##### **4.2.19.1. Flujo de caja**

El flujo de caja es un instrumento financiero que permite a los tomadores de decisión, visualizar el dinero que genera una empresa, el cual está constituido por un listado de los egresos e ingresos de efectivo que se prevé que el negocio produzca, ello, mediante las diversas actividades a las que se dedica (Huamani, 2021).

#### 4.2.19.2. Valor Actual Neto

El valor actual neto es aquel que representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto, sumando también los costos de oportunidad. Los valores que se obtuvieron en el flujo de caja se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática (Pasaca, 2017).

**VAN.** Se lo define como aquella sumatoria de los flujos netos que son multiplicados por el factor de descuento, esto quiere decir que se trasladan al año cero los flujos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión. Para obtener el VAN se utiliza la siguiente fórmula.

$$VANP = (\sum VAN) - inversión$$

Los criterios de decisión en los que se basa el VAN son los siguientes:

Si el VAN es (+) se puede aceptar el proyecto, ya que el valor de la empresa aumentará.

Si el VAN es (-) se rechaza la inversión, ya que la inversión perderá su valor en el tiempo.

Si el VAN es =0, queda a criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

#### Factor de descuento

La tasa de interés oportuna, esto se refiere a la tasa de interés más alta que se puede conseguir al colocar el dinero en una institución financiera.

El costo de oportunidad de la inversión, es la tasa más alta de rendimiento que se puede lograr, invirtiendo el dinero en otra actividad que no sea el proyecto.

Determinar la tasa mínima aceptable de rendimiento, esto quiere decir que es la tasa que incorpora el % de riesgo al que se enfrenta el inversionista al emprender cualquier actividad.

El procedimiento de cálculo es el siguiente.

$$TMAR = Ti + Pr + \left[ \frac{Pr + Ti}{100} \right]$$

Donde,

**TMAR**= Tasa mínima aceptable de rendimiento

**Pr**= Prima de riesgo



**Ti**= Tasa de interés de oportunidad o costo de oportunidad de la inversión

#### **4.2.19.3. Tasa interna de retorno**

Se encarga de evaluar el proyecto en función de única tasa de rendimiento por periodo, misma que la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en monedas actuales (Sapag y Reinaldo, 2008).

$$TIR = Tm + DT \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

Donde,

**TIR**= Tasa interna de retorno

**Tm**= Tasa menor de descuento para actualización

**DT**= Diferencia de tasas de descuento para actualización

**VAN Tm**= Valor actual a la tasa menor

**VAN TM**= Valor actual a la tasa mayor

#### **4.2.19.4. Análisis de sensibilidad**

Para Sapag y Reinaldo (2008) el análisis de sensibilidad es el que solo evalúa solo un resultado de los escenarios proyectados, mismo que es elegido por el analista con un criterio distinto en algunas veces del que tendrá el inversionista, porque la aversión al riesgo de ambos y la perspectiva donde se analizan los problemas es diferente.

Si el coeficiente es  $> 1$  el proyecto es sensible, es decir los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es  $< 1$  el proyecto no es sensible, es decir los cambios no afectan a la rentabilidad.

Si el coeficiente es  $= 1$  no hay efectos sobre el proyecto.

#### **4.2.19.5. Relación beneficio- costo**

Según Pasaca (2017) la relación beneficio- costo (RBC), permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base a los siguientes criterios:

Si la relación ingresos- egresos es = 1 el proyecto es indiferente

Si la relación es > 1 el proyecto es rentable

Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable

$$RBC = \left( \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

#### 4.2.19.6. Periodo de recuperación del capital

Pasaca (2017) considera que el periodo de recuperación del capital permite conocer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = ASI + \left( \frac{\text{Inversion} - \Sigma FASI}{FNASI} \right)$$

Donde,

**PRC**= Periodo de recuperación del capital

**ASI**= Año que supera la inversión

**Σ FASI**= Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

**FNASI**= Flujo neto del año que supera la inversión

### 4.3. Marco Conceptual

#### 4.3.1. Demanda

La demanda “Es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado” (Pasaca, 2017, p. 45).

#### 4.3.2. Tamaño del proyecto

Es el número de unidades que, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando, se pueden producir en un día, mes o año, es decir se refiere a la capacidad de producción del proyecto durante su periodo de funcionamiento (Saber Ucv, 2024).

#### 4.3.3. Inversiones

Inversión es el proceso de adquirir o comprar activos que aumentan de valor con el tiempo y proporcionan rendimientos en forma de pagos de ingresos o ganancias de capital (BBVA, 2024).

#### **4.3.4. *Productos artesanales***

Los productos artesanales son un legado de tradiciones ancestrales, cada producto elaborado se destaca por su calidad y originalidad, ya que al ser elaborados a mano cada proceso de creación tienen un proceso meticuloso totalmente supervisado, asegurando la calidad (Mundo Artesano, 2023).

### **4.4. Antecedentes de los helados a base de yogurt**

#### **4.4.1. *Saborizantes***

Son aquellos ingredientes responsables de asegurar la consistencia en la calidad del sabor de un producto elaborado de manera industrial, ya sea bebida o alimentos. Es decir, aporta, mejora o refuerza un sabor que ha perdido la intensidad durante un proceso productivo (Extractosandinos, 2021).

#### **4.4.2. *Helado lácteo***

El helado de base láctea tiene un valor nutritivo y muy significativo así lo menciona que, debido a su aporte en proteínas de alto valor biológico y calcio altamente biodisponible, además permite el suministro de azúcares, grasas, magnesio, potasio y fósforo, tomando valor por su principal ingrediente que es leche el cual contiene un alto valor nutritivo y vitamínico (Corbella, 2007, pp. 86-92).

#### **4.4.3. *Industria del helado***

En la actualidad la producción de helados está en un período expansivo, esto se basa principalmente en el segmento de los helados industriales, la industria heladera se caracteriza especialmente por ser partícipe de un mercado altamente competitivo donde se encuentran empresas locales, nacionales e internacionales.

Es por ello que la mayor parte de estas empresas se ven obligadas a diversificar sus estrategias, es decir añadir más valor agregado a los productos, crear e incorporar nuevos canales de comercialización, además de tener que incrementar los servicios que se brindan en sus puntos de ventas (Liendo y Martínez, 2006).

#### **4.4.4. Beneficios del yogurt**

El yogurt es un alimento milenario que se ha convertido en parte fundamental de las dietas en todo el mundo, gracias a las propiedades nutricionales que tienen, el consumo del mismo puede prevenir diversas enfermedades (Infobae, 2024).

El contener grandes cantidades de bacterias vivas seguras con una alta cantidad de nutrientes, especialmente proteínas y calcio que son sumamente beneficiosas para la salud permite mejorar la digestión y absorción de nutrientes, el yogurt tiene beneficios como; la prevención de enfermedades intestinales, disminución del riesgo de padecer enfermedades como infecciones urinarias, hemorroides, candidiasis o cáncer, además mejora la digestión y ayudan a combatir la acidez, fortalecen el sistema inmunológico, entre otros beneficios que nos ofrece el yogurt (Bienestar, 2022).

## 5. Metodología

Para desarrollar el presente trabajo de investigación y cumplir los objetivos planteados, se utilizó los siguientes métodos.

### 5.1. Área de estudio

La presente investigación se realizó en la ciudad de Loja, perteneciente al cantón y provincia de Loja, república del Ecuador.

**Figura 1**

*Localización de área de estudio*



Nota. Obtenido por Mapas de Ecuador (2009)

### 5.2. Enfoque de Investigación

#### Enfoque Cualitativo

Se utilizó el enfoque cualitativo ya que, permitió recopilar y analizar datos no numéricos, como entrevistas, imágenes, documentos, para tener una visión más detallada de los sujetos de estudio.

#### Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo permitió obtener información a través de las encuestas realizadas a las familias lojanas mediante la medición numérica que se realizó durante la investigación del proyecto.

### **5.3. Tipo de investigación**

En este punto se utilizó una investigación descriptiva- exploratoria la cual permitió describir y explicar las conductas de la población a estudiar, así mismo facilitó la recopilación de los datos, por lo que no se necesitará de numerosas herramientas.

### **5.4. Métodos de investigación**

#### **Método inductivo y deductivo**

Al utilizar el método inductivo, se llegaron a obtener las conclusiones generales del proyecto que fueron obtenidas de las encuestas realizadas a las familias lojanas, así mismo se utilizó el método deductivo que parte de lo general a lo particular, en donde se tomó en consideración los antecedentes que abarcan sobre todo la revisión de literatura, estudio de mercado, estudio técnico, legal, estudio financiero y evaluación financiera.

### **5.5. Técnicas**

#### **Encuestas**

Las encuestas son un medio que permite recopilar información para el estudio de mercado, se realizarán preguntas ya sean abiertas o cerradas a las familias Lojanas, con la finalidad de obtener la información pertinente.

#### **Entrevista**

Se realizaron entrevistas a los propietarios de los diferentes establecimientos de venta de helados a base de yogurt tales como; Yogur Fruit y Greenfrost con la finalidad de obtener información detallada sobre la venta de estos helados a través de preguntas abiertas.

### **5.6. Recopilación bibliográfica**

Permite la recopilación de datos ya existentes para la obtención de información fundamental para el cumplimiento de la investigación, en el cual se puede conseguir conceptos referentes al tema de investigación en libros, tesis, artículos, revistas. Se utilizó para realizar el

marco teórico conjunto a las fuentes bibliográficas permitiendo sustentar el proyecto de investigación.

### 5.7. Población

La investigación está compuesta por las familias de la ciudad de Loja

Para encontrar la composición de las familias de la ciudad de Loja, se toma como referencia los datos del último censo que existen en INEC que es del año 2022, el cual menciona que la ciudad de Loja tiene un total de 214.296 habitantes, a continuación, se proyectará al año 2023.

$$Pf = po (1 + r)^n$$

$$Pf = 214.296 (1 + 0.0138)^1$$

$$Pf = 214.296 (1.0138)$$

$$Pf = 217.253 \text{ habitantes}$$

Por lo tanto, la proyección al año 2023 de la ciudad de Loja sería de 217.253 habitantes, con un promedio de 3 personas por familia; dando un total de 72.418 familias en la ciudad de Loja.

**Tabla 1**

*Proyección de la población*

Tasa de crecimiento: 1,38%		Población: 214.296	
Periodo	Año	Proyección	Numero por Familias
0	2022	214.296	71.432
1	2023	217.253	72.418
2	2024	220.251	73.417
3	2025	223.291	74.430
4	2026	226.372	75.457
5	2027	229.496	76.499
6	2028	232.663	77.554
7	2029	235.874	78.625
8	2030	239.129	79.710
9	2031	242.429	80.810

*Nota.* Esta tabla muestra la proyección de la población, elaborado por la autora

## 5.8. Muestra

Para obtener una muestra representativa, se aplica un muestreo aleatorio simple. El cual asegura que cada integrante de la población tenga una probabilidad de ser elegido y poder formar parte de la encuesta a realizar, se toma como población el número de familias.

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

Donde:

N= población

n= muestra

p= probabilidad a favor (50%)

q= probabilidad en contra (50%)

z= nivel de confianza

e= error de muestra

Aplicando la fórmula, queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 72.418}{0,05^2(72.418 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{69.550,018}{182,002304}$$
$$n = 382$$

El tamaño de la muestra, es de 382 encuestas que se aplicarán a las familias de la ciudad de Loja.

## 5.9. Procedimiento

### 5.9.1. *Objetivo General*

Realizar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja.



### 5.9.2. *Objetivos Específicos*

- **Objetivo 1.** Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y las preferencias del consumidor.

El primer objetivo se determinó dentro del estudio de mercado, basándose en la segmentación siendo las familias lojanas. Para este procedimiento se representó el número máximo de posibles compradores que incluirá al segmento ya antes mencionado (las familias lojanas que consumen este producto). Tomando en consideración la información obtenida sobre la demanda efectiva, los resultados arrojaron el porcentaje que las familias estarían dispuestas a consumir el producto. Así mismo se procedió a realizar la proyección de la oferta del producto, mismo que se tomó en consideración las ventas totales del año 2023 para realizar el incremento a la tasa de resultados.

- **Objetivo 2.** Elaborar un estudio técnico para demostrar la viabilidad técnica de la implementación eficiente de procesos y tecnologías.

El estudio técnico permitió comprender los aspectos específicos que son importantes para el éxito de la empresa sobre el proceso de producción de los helados a base de yogurt (queso y manjar), así mismo permitió enfocarse en los aspectos fundamentales como; tamaño y localización, capacidad diseñada, instalada y utilizada.

- **Objetivo 3.** Definir la estructura legal y administrativa de la empresa.

El definir la estructura legal permitió determinar la viabilidad del proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, incluyendo normativas y otros aspectos necesarios siguiendo los manuales de funciones dirigidos por la empresa, al considerar el tipo de compañía, la empresa se consideró como una Compañía de Responsabilidad Limitada, cumpliendo con todos los requisitos que se dispone como; permiso del cuerpo de bomberos, ministerio de salud, permisos de funcionamiento del municipio, acta de constitución, registro único de contribuyentes y registros sanitarios.

- **Objetivo 4.** Realizar un estudio financiero y evaluación financiera para conocer la inversión y factibilidad que tendrá el proyecto dentro de la ciudad de Loja.

Dentro de este objetivo se calcula el total de los recursos económicos que se requieren para llevar a cabo el proyecto considerando la inversión de los activos fijos, diferidos y circulantes que se especifican de manera ordenada para el funcionamiento óptimo de la empresa “YoguFusión”

## 6. Resultados

### 6.1. Resultados de las encuestas aplicadas a las familias lojanas

#### 1. ¿Cuántos integrantes conforman su familia?

**Tabla 2**

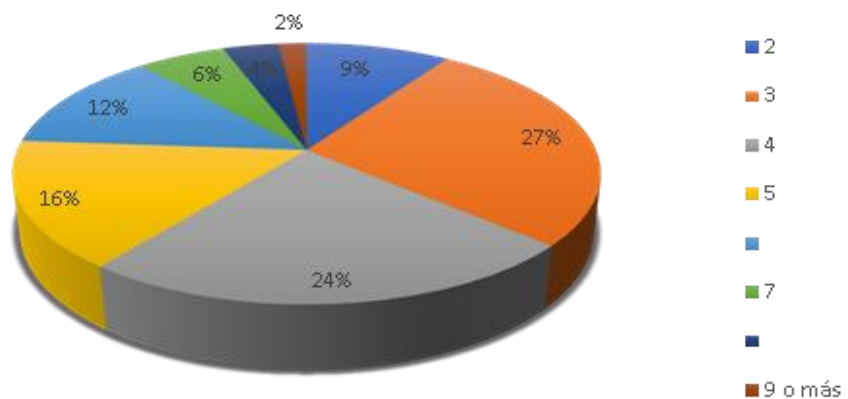
*Número de integrantes de las familias*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
2	36	9%
3	104	27%
4	91	24%
5	60	16%
6	48	13%
7	22	6%
8	14	4%
9 o más	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 2**

*Número de integrantes de las familias*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

#### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que el 27% de las familias lojanas, están conformadas por 3 integrantes, así mismo seguido de este porcentaje, el 24% de la población está conformada por una familia de 4 integrantes, considerando que las familias lojanas oscilan entre 3 a 4 integrantes por familia.

## 2. ¿Cuántas personas trabajan en su hogar?

**Tabla 3**

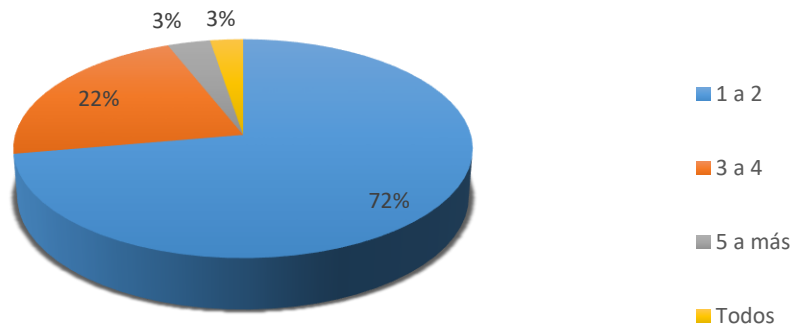
*Número de personas que trabajan en su hogar*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	276	72%
3 a 4	83	22%
5 a más	13	3%
Todos	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 3**

*Número de personas que trabajan en su hogar*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

Tomando en consideración las respuestas obtenidas por la población, se puede observar que el número de personas que trabajan en cada familia es de (1 a 2 integrantes), siendo este el porcentaje más alto que equivale al 72%, seguido del mismo tenemos el 22% que corresponde al número de (3 a 4) integrantes que trabajan en el hogar, considerando que, en los hogares de las familias lojanas, los integrantes que trabajan por cada familia, oscilan desde 1 a 4 integrantes.

## 3. ¿Cuáles son los ingresos mensuales de su hogar?

**Tabla 4**

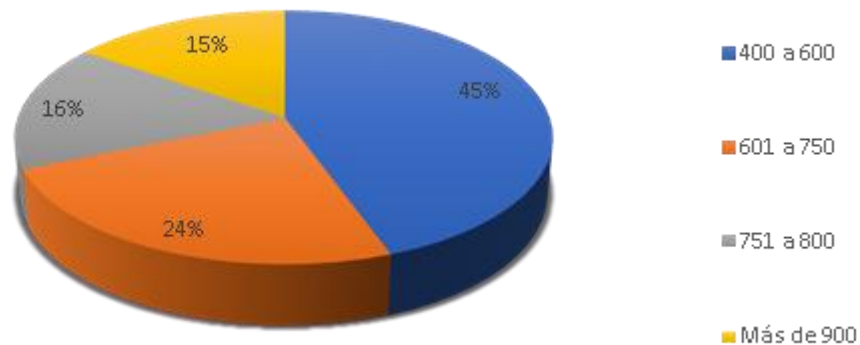
*Ingresos mensuales de las familias*

Alternativa	Promedio	Frecuencia	Total	Porcentaje
400 a 600	500	170	85000	45%
601 a 750	676	92	62146	24%
751 a 800	776	62	48081	16%
Más de 900	900	58	52200	15%
<b>TOTAL</b>		<b>382</b>	<b>247427</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Se promedia la suma del total y se divide para la frecuencia  $247.427 / 382 = 648$

**Figura 4**

*Ingresos mensuales de las familias*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

En base a los resultados obtenidos, se menciona lo siguiente: de 400 a 600 dólares existe un porcentaje del 45%, de 601 a 750 abarca el 24%, 751 a 800 con un 16% y con un sueldo de más de 900 dólares el 15%, considerando que el promedio de ingresos por familia es de 648 dólares, por lo que permitirá establecer un correcto plan comercial en base al potencial económico de los demandantes.

#### **4. ¿Su familia conoce sobre los helados de yogurt?**

**Tabla 5**

*Conoce sobre los helados de yogurt*

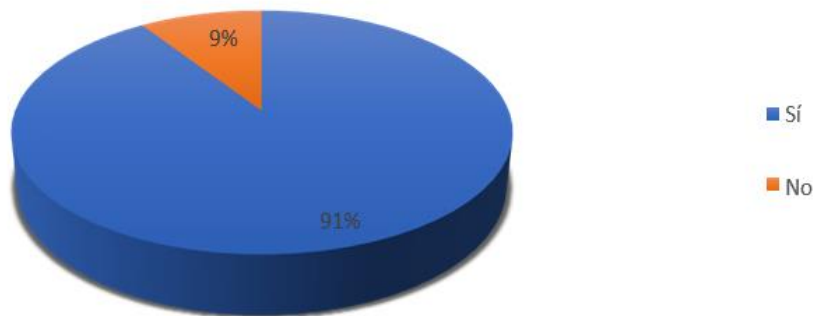
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
-------------	------------	------------

Sí	346	91%
No	36	9%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### Figura 5

*Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### Análisis e interpretación

Considerando la información obtenida por la población, se determina que el 91% sí conoce sobre los helados de yogurt, mientras que el 9 % del mismo, no tiene conocimiento sobre la existencia de dicho producto.

### 5. ¿Su familia adquiere helados a base de yogurt?

**Tabla 6**

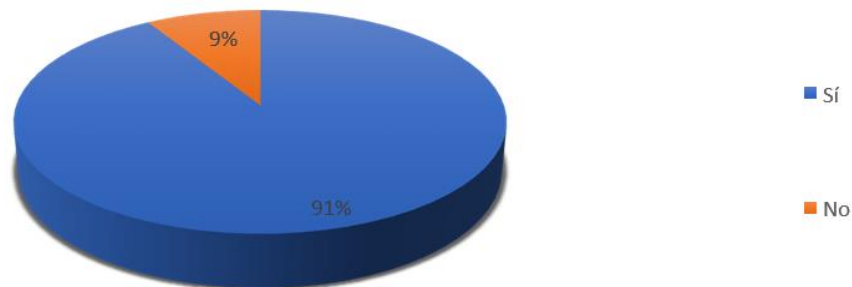
*Adquisición de helados a base de yogurt*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	316	91%
No	30	9%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 6**

*Adquisición de helados a base de yogurt*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la información obtenida por la población de estudio, el 91% de las familias sí adquieren helados a base de yogurt, mientras que el 9% mencionaron que no adquieren el producto a base de yogurt.

### **6. ¿Qué marcas de helados de yogurt de la ciudad de Loja adquiere habitualmente?**

**Tabla 7**

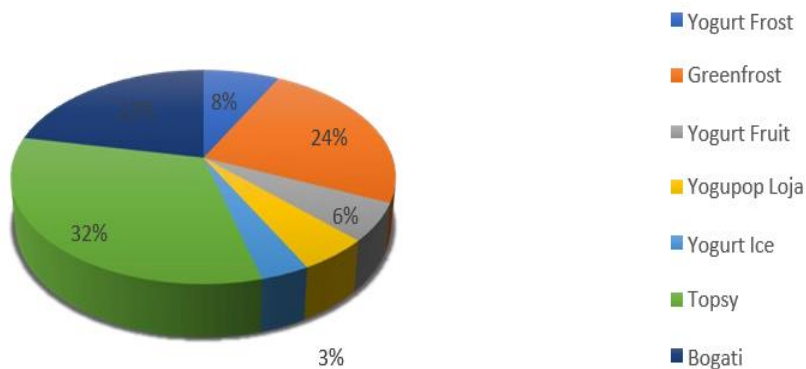
*Marcas de helados de yogurt que adquiere*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Yogurt Frost	24	8%
Greenfrost	76	24%
Yogurt Fruit	18	6%
Yogupop Loja	16	5%
Yogurt Ice	11	3%
Topsy	102	32%
Bogati	69	22%
<b>TOTAL</b>	<b>316</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 7**

*Marcas de helados de yogurt que adquiere*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

Tomando en consideración a las 316 familias que sí adquieren los helados a base de yogurt, se procede a valorar la marca de helado a base de yogurt que más prefieren, siendo el 32 % de familias que prefieren la marca de Topsy, el 24% que corresponde a la marca Greenfrost y el 22% a la marca Bogati, siendo estas las marcas con mayor acogida por la población.

### **7. ¿En qué envase adquiere los helados de yogurt?**

**Tabla 8**

*Envase que adquiere los helados de yogurt*

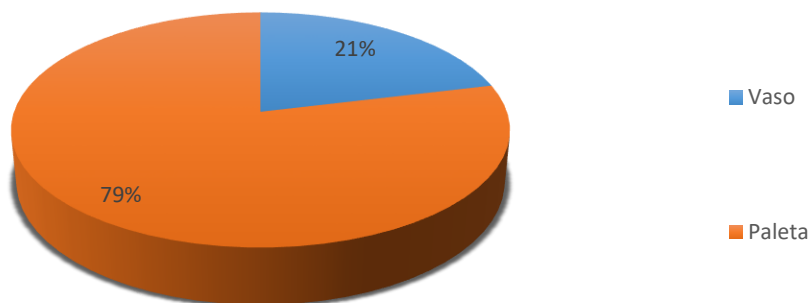
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vaso	67	21%
Paleta	249	79%
<b>TOTAL</b>	<b>316</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas



## Figura 8

*Envase que adquiere los helados de yogurt*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos, el 79% de la población de estudio considera que el envase en el que adquieren los helados a base de yogurt es en paleta, mientras que el 21% prefiere adquirir los helados en vaso, esto permitirá elegir el envase más aceptada por los demandantes.

### **8. ¿Cuál es el precio que acostumbra a pagar por un helado en paleta?**

#### **Tabla 9**

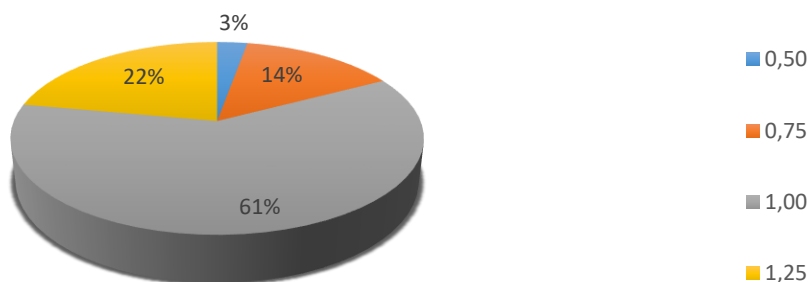
*Precio que paga por un helado en paleta*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0.50	7	3%
0.75	36	14%
1.00	151	61%
1.25	55	22%
<b>TOTAL</b>	<b>249</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 9**

*Precio que paga por un helado en paleta*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos demuestran que el 61% pagan \$ 1.00 por un helado en paleta, mientras que el 22% lo adquieren a un valor de \$1.25, considerando que los helados en paleta abarcan desde \$1.00 hasta \$1.25 dependiendo la cantidad de su contenido.

### **9. ¿Con qué frecuencia adquiere usted el helado de yogurt en paleta?**

**Tabla 10**

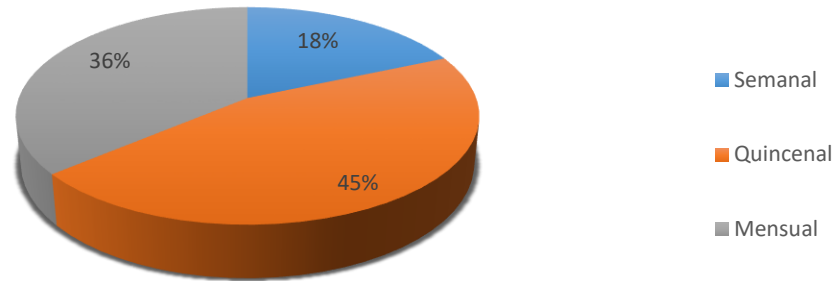
*Frecuencia de adquisición*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	46	18%
Quincenal	113	45%
Mensual	90	36%
<b>TOTAL</b>	<b>249</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 10**

*Frecuencia de adquisición*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Análisis e interpretación**

En base a las familias que sí adquieren los helados a base de yogurt, se procede a obtener datos sobre la frecuencia que adquieren el producto, conociendo que la frecuencia de consumo de las familias es quincenal con un porcentaje del 45%.

**10. ¿Qué cantidad de helados en paleta (63ml) suele consumir?**

**Tabla 11**

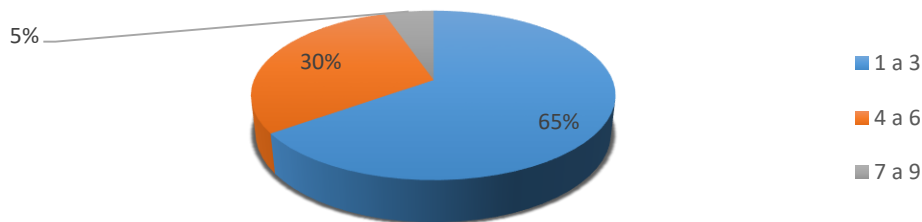
*Cantidad de consumo*

Alternativa	Promedio	Frecuencia	Total	Porcentaje
1 a 3	2	162	324	65%
4 a 6	5	74	370	30%
7 a 9	8	13	104	5%
<b>TOTAL</b>		<b>249</b>	<b>798</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

**Figura 11**

*Cantidad de consumo*



*Nota.* Datos obtenidos de las encuestas a las familias lojanas

## Análisis e interpretación

De acuerdo a la información obtenida por las familias, se consideró que el 65% de las familias al momento de comprar adquieren de 1 a 3 unidades de helados a base de yogurt. A continuación, se detallará la relación existente entre la (tabla 9) correspondiente a la frecuencia y la (tabla 10) sobre la cantidad de unidades.

**Tabla 12**

*Frecuencia adquisición (Semanalmente) / Cantidad de consumo*

Alternativa	Promedio	Frecuencia	Total	Semanal (52)
1 a 3	2	42	84	4368
4 a 6	5	4	20	1040
7 a 9	8	0	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>46</b>	<b>104</b>	<b>5.408</b>

*Nota.* El promedio de consumo semanal es de 2 unidades

**Tabla 13**

*Frecuencia adquisición (Quincenalmente) / Cantidad de consumo*

Alternativa	Promedio	Frecuencia	Total	Quincenal (26)
1 a 3	2	67	134	3484
4 a 6	5	42	210	5460
7 a 9	8	4	32	832
<b>TOTAL</b>		<b>113</b>	<b>376</b>	<b>9.776</b>

*Nota.* El promedio de consumo quincenal es de 3 unidades

**Tabla 14**

*Frecuencia adquisición (Mensualmente) / Cantidad de consumo*

Alternativa	Promedio	Frecuencia	Total	Mensual (12)
1 a 3	2	53	106	1272
4 a 6	5	28	140	7280
7 a 9	8	9	72	3744
<b>TOTAL</b>		<b>90</b>	<b>318</b>	<b>12.296</b>
<b>T. Frecu/ T. Semanas</b>		<b>249</b>		<b>27.480 unds</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

## Análisis e interpretación

Considerando la relación de estos datos estadísticos, se obtiene que el total de la frecuencia es de 249 y el total de semanas es de 27.480, al dividir estos dos resultados, se obtiene que 110 unidades (helados en paletas de 63 ml) consumen cada familia.

### 11. ¿Le gustaría consumir helados en paleta (63 ml) a base de yogurt (queso y manjar)?

**Tabla 15**

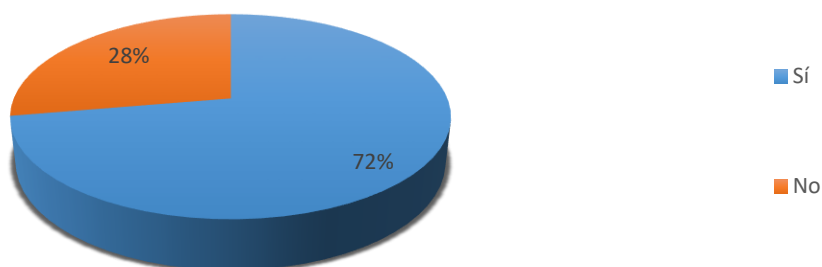
*Consumo de helados a base de yogurt (queso y manjar)*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	180	72%
No	69	28%
<b>TOTAL</b>	<b>249</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 12**

*Consumo de helados a base de yogurt (queso y manjar)*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

#### **Análisis e interpretación**

En base a la información obtenida por las 249 familias que les gustaría consumir los helados de yogurt en paleta, el 72% está dispuesto a consumir los helados a base de yogurt (queso y manjar), siendo esta la demanda real de la aceptación del producto.

### 12. ¿Cómo le gustaría que fuera endulzado el helado a base de yogurt (queso y manjar)?

**Tabla 16**

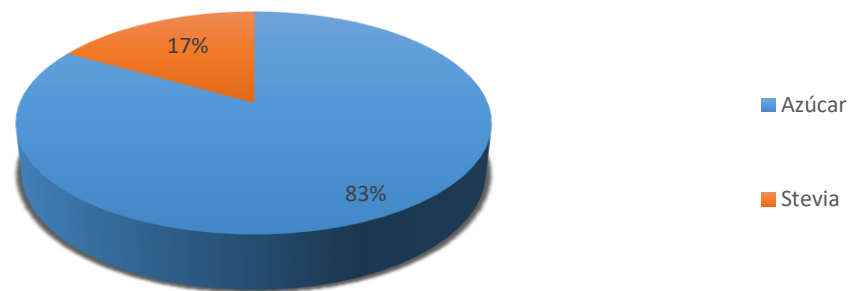
*Dulcificados*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Azúcar	150	83%
Stevia	30	17%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 13**

*Dulcificados*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

El 83% de las familias prefieren que los helados a base de yogurt (queso y manjar) sean endulzados con azúcar, mientras que el 17 % prefiere que se lo realice con Stevia.

### **13. ¿Cómo le gustaría que sea el nivel de endulzante del helado a base de yogurt (queso manjar)?**

**Tabla 17**

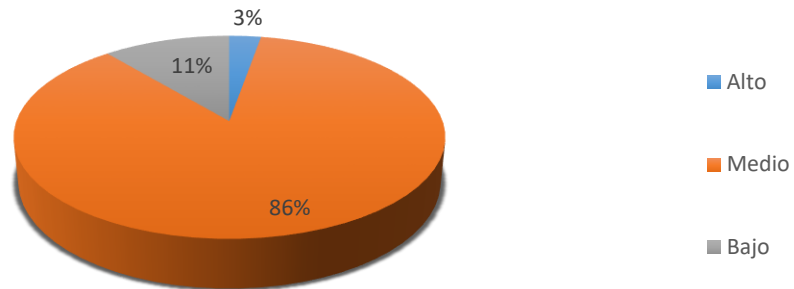
*Nivel de dulcificado*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alto	5	3%
Medio	155	86%
Bajo	20	11%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 14**

*Nivel de dulcificado*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

En base a los resultados obtenidos, el 86% prefiere que el nivel de endulzante se encuentre en el nivel medio, mientras que el 11% lo prefiere en el nivel bajo y por último con el 3% lo prefieren en un nivel alto, esta información se tomará en consideración al momento de la elaboración del producto.

### **14. Si en la ciudad de Loja, se llegara a crear una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar), ¿estaría dispuesto a adquirirlo?**

**Tabla 18**

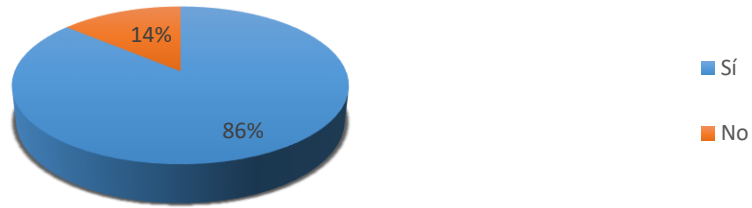
*Personas que adquirirían el producto*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	155	86%
No	25	14%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 15**

*Personas que adquirirían el producto*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

### **Análisis e interpretación**

Con la información obtenida por la población de estudio y considerando la pregunta de la creación de una empresa productora y comercializadora de helados, el 86% de las familias están dispuestas a adquirir los helados a base de yogurt (queso y manjar), mientras que el 14% no están dispuestos a adquirir el producto, siendo las 155 personas, la demanda efectiva del producto.

### **15. ¿Qué promociones le gustaría que la empresa realice?**

**Tabla 19**

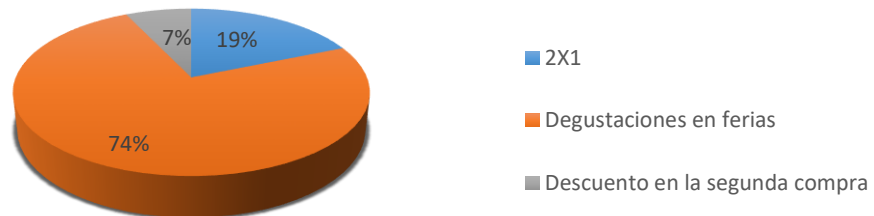
*Promociones*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
2X1	29	19%
Degustaciones en ferias	115	74%
Descuento en la segunda compra	11	7%
<b>TOTAL</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 16**

*Promociones*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas



### Análisis e interpretación

El 74% de la población de estudio, desean que se realicen degustaciones en las ferias, mientras que el 19% prefieren que se realice la promoción 2X1 y finalmente el 7% consideran que les realicen un descuento en la segunda compra. Es por ello que se realizarán las degustaciones en ferias, tal como lo pide la población.

### 16. ¿En qué red social le gustaría que sean anunciadas las promociones?

**Tabla 20**

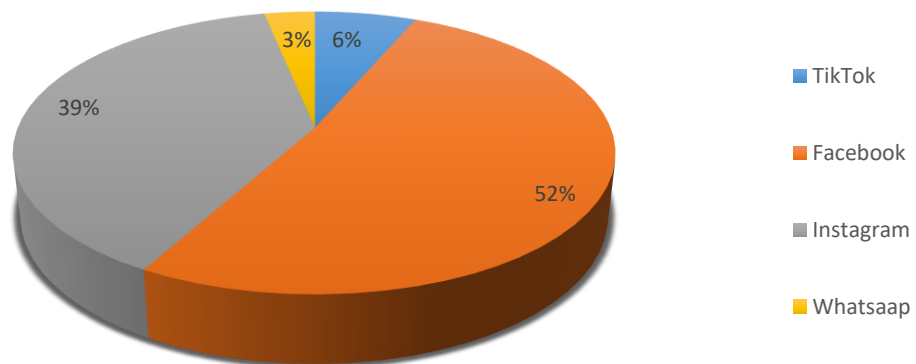
*Publicidad*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
TikTok	10	6%
Facebook	80	52%
Instagram	60	39%
WhatsApp	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 17**

*Publicidad*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

### Análisis e interpretación

Para realizar los anuncios de la promoción del producto, se han considerado diferentes redes sociales, mismo que, el 52% de la población eligió que la promoción sea realizada mediante

la red social Facebook, así mismo el 39% eligió Instagram, al ser estas opciones las más seleccionadas, las promociones serán realizadas por las dos redes sociales, para abarcar un mayor público.

**17. Referente a la publicidad, ¿qué tipo de publicidad prefiere usted?**

**Tabla 21**

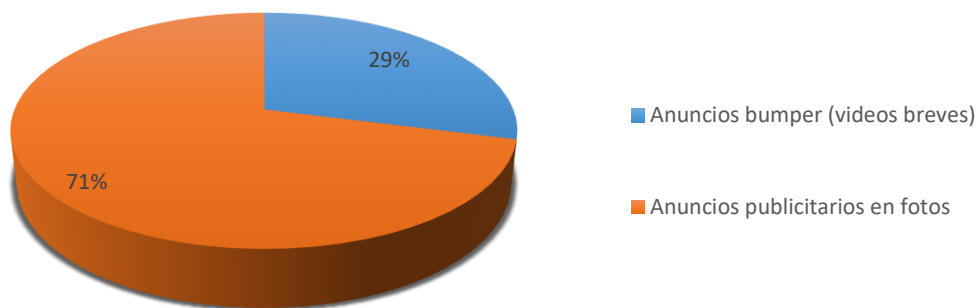
*Preferencia de publicidad*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Anuncios bumper (videos breves)	45	29%
Anuncios publicitarios en fotos	110	71%
Anuncios publicitarios tradicionales	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Figura 18**

*Preferencia de publicidad*



*Nota.* Datos obtenidos de la encuesta a las familias lojanas

**Análisis e interpretación**

En base a los resultados obtenidos, el 71% prefiere que los anuncios publicitarios se lo realicen a través de fotos, mientras que, el 29% prefiere que los anuncios sean realizados en videos breves o también llamados bumper, al ser estas dos opciones las más elegidas, se optará por realizar los anuncios publicitarios mediante fotos y videos breves.

## 7. Discusión

### 7.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta fundamental para comprender las dinámicas de oferta y demanda en las circunstancias del mercado de los helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja. Este proceso se realiza mediante la minuciosa recopilación de datos a través de las encuestas dirigidas a las familias lojanas, quienes se consideran como los principales potenciales de los productos.

#### 7.1.1. Análisis de la demanda

Para realizar un estudio de factibilidad, es fundamental evaluar la existencia de mercado para que se lleve a cabo el presente proyecto, se determina la demanda como la oferta.

#### 7.1.2. Demanda Potencial

Para determinar la demanda potencial se toma en consideración la población de la ciudad de Loja del año 2023 que es de 72.418 que tiene una tasa de crecimiento de 1.38%, esta cantidad se la multiplica por 91% que es el porcentaje de la demanda potencial que sí consumen helados, dato planteado en la pregunta 4, por lo que para el año 0 la demanda potencial sería de 65.593 demandantes potenciales.

A continuación, se presenta la tabla proyectada para 5 años

**Tabla 22**

*Demanda potencial*

	<b>Año</b>	<b>Población (familias) 1,38 (tasa de crecimiento)</b>	<b>Demanda potencial 91%</b>
0	2023	72.418	65.593
1	2024	73.417	66.498
2	2025	74.430	67.416
3	2026	75.457	68.346
4	2027	76.499	69.289
5	2028	77.554	70.246

*Nota.* Datos calculados de la proyección poblacional y la encuesta

### 7.1.3. Demanda Real

Se constituye por la cantidad o bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. Es por ello que se consideró únicamente a los posibles clientes que en la actualidad consumen helados, esta información fue tomada de la pregunta 7.

En el cuadro se proyecta la demanda real para los cinco años; para el cálculo se toma en consideración la demanda potencial que es de 65.593, por lo tanto, para el año 0 la demanda real sería de:  $65.593 \text{ familias} * 79\% = 51.819$  que son los demandantes reales en familias.

**Tabla 23**

#### *Demanda Real*

	<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial 91%</b>	<b>Demanda Real 79%</b>
0	2023	65.593	51.819
1	2024	66.498	52.534
2	2025	67.416	53.259
3	2026	68.346	53.994
4	2027	69.289	54.739
5	2028	70.246	55.494

*Nota.* Datos calculados de la proyección poblacional y la encuesta

### 7.1.4. Demanda Efectiva

La demanda efectiva es la cantidad de servicios y productos que las familias de la ciudad de Loja están dispuestas a adquirir en la nueva empresa, a continuación, se procede a tomar la demanda real de 51.819 y multiplicarla por el porcentaje de la demanda efectiva que es del 86%; por lo tanto, para el año 0 sería de  $51.819 \text{ familias} * 86\% = 44.564$  demandantes efectivos

**Tabla 24**

#### *Demanda efectiva*

	<b>Año</b>	<b>Demanda Real 79%</b>	<b>Demanda Efectiva 86%</b>
0	2023	51.819	44.564
1	2024	52.534	45.179
2	2025	53.259	45.802
3	2026	53.994	46.434
4	2027	54.739	47.075
5	2028	55.494	47.725

*Nota.* Datos calculados de la proyección poblacional y la encuesta

### 7.1.5. Consumo Per Cápita

Para obtener el consumo per cápita se toma en cuenta la información obtenida de las encuestas, además se toma en consideración la suma de los helados que se consumen de forma anual; tanto semanal, quincenal y mensual y esto se divide para los demandantes, quedando lo siguiente;  $27.480 \text{ (unidades/ año) } / 249 \text{ demanda} = 110 \text{ unidades}$

### 7.1.6. Demanda Futura

Para determinar la demanda futura se procede a multiplicar el consumo per cápita de helado a base de yogurt, queso y manjar siendo 110 unidades por la demanda efectiva presentada en la tabla 23, en la que se obtiene lo siguiente:

$110 \text{ unidades} * 44.564 = 4'918.139 \text{ unidades de helados de yogurt para el año 0, convirtiéndolos en litros sería } 309.843$

**Tabla 25**

*Demanda efectiva en unidades*

Año	Demanda efectiva	Consumo Per cápita unidades de 63 ml	Demanda efectiva (unidades)	ml 63 ml/ litros
0	44.564	110,36	4.918.139	309.843
1	45.179	110,36	4.986.009	314.119
2	45.802	110,36	5.054.816	318.453
3	46.434	110,36	5.124.572	322.848
4	47.075	110,36	5.195.291	327.303
5	47.725	110,36	5.266.986	331.820

*Nota.* tabla elaborada por la autora.

### 7.1.7. Análisis de la oferta

#### **Oferta Actual**

La oferta actual, está determinada por la cantidad de ventas de helados de yogurt ofrecidas por las diferentes heladerías de la ciudad de Loja.

#### **Tasa de crecimiento de la oferta**

Para obtener la tasa de crecimiento de la oferta, se obtuvo las ventas del año 2022 y 2023 de las diferentes heladerías de la ciudad de Loja, por lo que se procede a sumar las ventas y del

valor total de las mismas, se procede a determinar la tasa de crecimiento de la oferta como se muestra a continuación

**Tabla 26**

*Total, de ventas del año 2022 y 2023*

<b>Empresa/ año</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>
Yogur Fruit	5.400	6.750
Greenfrost	7.800	11.700
<b>TOTAL</b>	<b>13.200</b>	<b>18.450</b>

*Nota.* Empresas que venden helados a base de yogurt

### **Tasa de crecimiento**

Para determinar la tasa de crecimiento anual de la oferta, se utiliza la siguiente fórmula:

$$i = \left(\frac{df}{db}\right)^{\frac{1}{n}} - 1 \qquad T = i * 100$$

$$i = \left(\frac{18.450}{13.200}\right)^{\frac{1}{5}} - 1 \qquad T = 0,06926287 * 100$$

$$i = (1,39772727)^{0,2} - 1 \qquad T = 6,93 \%$$

$$i = 0,06926287$$

Esto quiere decir que la tasa de crecimiento anual de la oferta es de 6,93%

**Tabla 27**

*Tasa de crecimiento*

<b>Ventas/ Año</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Tasa crecimiento</b>
Ventas totales	13.200	18.450	6,93%

*Nota.* Datos obtenidos de la tabla 25

### **Estimación de la oferta**

Para la proyección de la oferta del producto, se seleccionó las ventas totales realizadas en el año 2023, posterior a eso se incrementó la tasa de crecimiento del 6.93%

A continuación, se presenta el resultado:

**Tabla 28***Proyección de la oferta*

<b>Año</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
0	19.728
1	21.094
2	22.555
3	24.118
4	25.788
5	27.574

*Nota.* Datos obtenidos de la tabla 26

### **7.1.8. Análisis de la Oferta y la Demanda**

Mediante el análisis de la oferta y la demanda se puede determinar la demanda insatisfecha para el producto a ofrecer, además para la determinación de la demanda es necesario tener en cuenta los dos valores, posterior a esto se procede a restar la oferta proyectada y la demanda proyectada.

A continuación, se presenta el resultado:

**Tabla 29***Demanda Insatisfecha (unidades)*

<b>Año</b>	<b>Demanda efectiva</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
0	4.918.139	19.728	4.898.411
1	4.986.009	21.094	4.964.915
2	5.054.816	22.555	5.032.260
3	5.124.572	24.118	5.100.455
4	5.195.291	25.788	5.169.503
5	5.266.986	27.574	5.239.412

*Nota.* Datos obtenidos de la tabla 27

### **7.1.9. Plan de Comercialización**

El plan de comercialización es una de las partes más importantes de la empresa, ya que se trata de un documento en el que se establece el producto o servicio, el público objetivo, la proyección, estimación de ventas en un tiempo determinado, para llegar a conseguir todas las metas hay que planificar las estrategias de venta y programarlas para obtener buenos resultados en el plazo que se haya establecido.

### ***7.1.10. Producto de la empresa***

En la actualidad, los demandantes son cada vez más exigentes, quienes buscan satisfacer sus necesidades, así mismo por el avance de la tecnología, los oferentes tienen un mayor desafío, y por ende deben buscar nuevas estrategias, mejorando la calidad, envase, presentación del producto. Así mismo es fundamental buscar nuevos productos o servicios que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores, siempre dándoles un valor agregado para darle un plus y superar los productos sustitutos.

Es por ello que nace la idea de crear una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar), mismo que será comercializado en helado paleta.

### **Figura 19**

*Envase del producto*



*Nota.* La figura muestra la paleta de helado (63ml) que venderá la empresa

### ***7.1.11. Logotipo de la empresa***

El logotipo de la empresa YoguFusión Cía. Ltda., se diferencia por ser el primer producto en ser elaborado como helado a base de yogurt (queso y manjar).



## Figura 20

*Logotipo de la empresa*



*Nota.* La figura muestra el logotipo que acompañará el producto de la empresa

## Figura 21

*Slogan de la empresa*



*Nota.* Elaborado por la autora

### **Etiqueta del producto**

La etiqueta del producto es fundamental ya que, se incluye la información más importante del producto para poder identificarlo, diferenciarlo, describirlo, además para cumplir con la legislación vigente en lo que compete a cada sector, es decir tiene como finalidad aportar información útil sobre el producto al consumidor.

## Figura 22

*Etiqueta del producto*



*Nota.* La figura muestra la etiqueta del producto de la empresa

### **Precio**

Toda empresa que realice un producto o servicio tiene la obligación de establecer un precio inicial, es por ello que el precio del producto se lo fijará en base a los costos de producción, por ende, también se considerará el precio de los productos similares que existen en el mercado.

### **Plaza (Distribución)**

Para que el producto llegue a manos de los consumidores, se necesita de un canal de distribución; por ello, se ha optado por el canal indirecto. Este tipo de canal involucra intermediarios entre el fabricante y el consumidor.

### **Figura 23**

*Canal de distribución*



**EMPRESA YOGUFUSIÓN**



**CONSUMIDOR FINAL**

*Nota.* En la imagen se muestra el canal de distribución que tendrá la empresa

## **Promoción**

La promoción es una parte fundamental de la estrategia de marketing, porque permite ofrecer incentivos adicionales que busca aumentar la visibilidad del producto y despertar el interés del público, permitiendo estimular la compra por parte del público objetivo. Es por ello que mi empresa se enfoca en la promoción a corto plazo ya que con esto se pretende conseguir el crecimiento progresivo de ventas de los helados a base de yogurt en la ciudad de Loja.

La promoción que se realizará en la empresa será:

- Degustación en ferias libres

La promoción se la consideró en las preguntas de la encuesta realizadas a las familias lojanas, ya que al ofrecer muestras gratuitas y permitir que los clientes prueben el producto antes de comprarlos se crea una experiencia directa que les ayuda a despertar el interés de los clientes a experimentar el sabor y la calidad, incentivando a la compra del mismo.

## **Publicidad**

La publicidad es una herramienta fundamental que permite difundir en el mercado diversos aspectos del producto, es por ello que se ha tomado en consideración el criterio de la población de estudio sobre los medios de comunicación en los que se desea conocer el producto.

### **Medio que se utilizará para la publicidad del producto**

- Redes sociales en las cuales consta de Instagram y Facebook que fueron las opciones más elegidas. Además la publicidad se realizará a través de anuncios en fotos y anuncios bumper (videos cortos), para captar la atención del cliente

## **7.2. Estudio Técnico**

El estudio técnico es fundamental ya que el objetivo principal es evaluar la viabilidad técnica de llevar a cabo un proyecto, además examina la infraestructura, los procesos de producción y la tecnología necesaria para poder implementar la iniciativa.

### **7.2.1. Tamaño**

Para determinar el tamaño se debe tener en consideración los elementos que tienen relación con la demanda ya existente, la tecnología que se dispone, el proceso productivo y el tiempo de duración.

### Capacidad Diseñada

Para la producción de helados a base de yogurt (queso y manjar) se necesita una pasteurizadora, esta máquina permite eliminar las bacterias dañinas, además permite prolongar la vida útil y garantizar la seguridad del yogurt.

Considerando que la cantidad total de minutos al día son 1440 laborando las 24 horas y que el tiempo estimado para producir 10 litros es de 30 minutos, entonces se procede a multiplicar el total de litros (10) por el total de minutos (1440) y se divide para el tiempo de producción dando como resultado un total de 480 litros diarios, que al multiplicarse por los 365 días que tiene el año, arroja un total de 175.200.

**Tabla 30**

*Capacidad diseñada*

Capacidad	Tiempo	24 H/ min	Producción diaria	Producción anual
10	30	1440	480	175.200

*Nota.* Elaborada por la autora

### Capacidad Instalada

Tomando en consideración que la cantidad de minutos al día es de 480 (8 horas laborales) y que el tiempo estimado para producir 10 litros es de 98 minutos, se procede a multiplicar el total de litros (10) por el total de minutos (480) y se divide para el tiempo de producción (98), dando un total de 49 litros diarios, esta producción se multiplica por los 5 días que tiene la semana dando un total de 245 litros a la semana que multiplicándose por las 52 semanas que tiene el año, arroja un valor de 12.735 litros anuales aproximadamente

**Tabla 31**

*Capacidad instalada*

Capacidad	Tiempo	H/ min	Producción diaria	Producción anual
10	98	480	49	12.735

*Nota.* Elaborada por la autora

### Capacidad Utilizada

En la capacidad utilizada se estima que se producirá el 80% este se irá incrementado a partir del segundo año, dando una capacidad utilizada del

**Tabla 32***Capacidad utilizada*

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Porcentaje de capacidad</b>	<b>Capacidad Utilizada en litros</b>	<b>Capacidad Utilizada (helados 63 ml)</b>
1	12.735	80%	10.188	161.710
2	12.735	85%	10.824	171.817
3	12.735	90%	11.461	181.924
4	12.735	95%	12.098	192.031
5	12.735	100%	12.735	202.138

*Nota.* Esta tabla muestra el plan de producción de los helados a base de yogurt (queso y manjar)

**Participación en el mercado**

La participación en el mercado es la cantidad de ventas de la empresa en comparación con la del conjunto de la empresa.

**Tabla 33***Participación en el mercado*

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Capacidad Utilizada (helados 63 ml)</b>	<b>Participación en el mercado</b>
1	4.986.009	161.710	3,24%
2	5.054.816	171.817	3,40%
3	5.124.572	181.924	3,55%
4	5.195.291	192.031	3,70%
5	5.266.986	202.138	3,84%

*Nota.* Esta tabla muestra el porcentaje de participación que tendrá la empresa, elaborado por la autora

Al producir 161.710 unidades de helados a base de yogurt (queso y manjar) de 63 ml, se cubrirá el 3,24% de la demanda insatisfecha, de acuerdo a los datos arrojados en la tabla 32.

**Localización del proyecto**

La localización es el lugar donde se llevará a cabo el proyecto o una unidad productiva, mismo que debe ser estudiado tanto a nivel general y a nivel específico, además debe analizarse aspectos que son realmente fundamentales y que constituyen la razón de la ubicación del mismo.

**Macro localización**



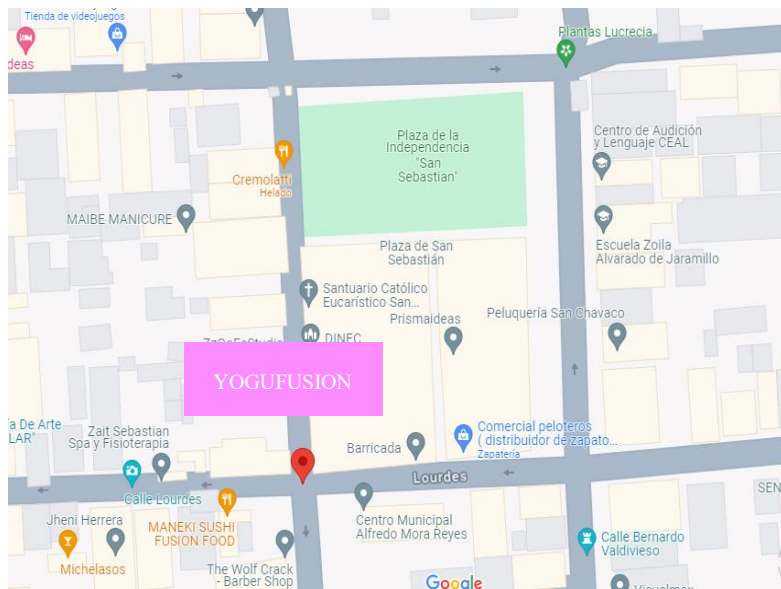
## Micro Localización

En la micro localización se representa gráficamente, mapas, planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La empresa se establecerá en la ciudad de Loja, en el sector San Sebastián, en las calles Lourdes entre Bolívar y Sucre. Se consideró este lugar ya que es apropiado para la recepción de materia prima, cuenta con todos los servicios básicos, además de ser una plaza sumamente frecuentada.

### Figura 25

#### Micro localización



*Nota.* Micro localización de la empresa. Fuente: Google Maps (2024), elaborada por la autora

## Factores que condicionan el proyecto

Los factores de localización permiten confirmar los aspectos que existen con la finalidad de evitar el mal funcionamiento de la empresa, entre los factores encontramos los siguientes:

**Disponibilidad de materia prima.** La materia prima para la elaboración de los helados a base de yogurt (queso y manjar) la compone el yogurt como producto principal. Este producto se adquiere con facilidad en cualquier supermercado de la ciudad de Loja.

**Disponibilidad de acceso para el cliente.** La empresa a considerado ubicarse en un lugar estratégico y frecuentado para la producción y comercialización del producto, además los clientes tendrán fácil acceso a la empresa sin necesidad de sentirse precionados por la multitud.

**Mano de obra.** La consecución de la mano de obra no será un problema dentro de la empresa, ya que los procesos que se realizan dentro de la misma no requieren de personal especializado, cabe mencionar que al realizar la capacitación y adiestramiento adecuado permitirá elaborar un producto de calidad.

**Servicios generales.** El lugar que ha sido seleccionado para el funcionamiento del proyecto cuenta con todos los requerimientos necesarios para ofrecer un servicio óptimo, contando con alcantarillado, agua potable, energía eléctrica, internet y servicio telefónico.

**Medios y costos del transporte.** Para trasladarse desde la empresa YoguFusión Cía. Ltda., hasta el lugar para adquirir la materia prima, herramientas y demás equipos, no se necesita de mayor costo ya que las distribuidoras están cerca.

**Apecto legal y político.** La empresa YoguFusión Cía. Ltda., podrá ser implementada de manera correcta, ya que dará cumplimiento a todas las disposiciones legales establecidas por la ley, mismas que conciernen al:

RUC emitido por el SRI.

Constitución legal de la empresa YoguFusión Cía. Ltda.

Aprobación de los estudios que conciernen al proyecto de la empresa.

Permiso de funcionamiento.

Obtención del registro sanitario.

### **7.2.2. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto permite planificar aspectos importantes como instalación, funcionamiento de la planta, indicar el proceso productivo, maquinaria y equipo a utilizar.

#### **7.2.2.1. Componente tecnológico**

El componente tecnológico permite determinar el equipo y maquinaria adecuada conforme a los requerimientos del proceso productivo que esté acorde con los niveles de la producción esperados de acuerdo al nivel de la demanda a satisfacer.

### **Maquinaria y Equipo**



**Tabla 34**

*Descripción de maquinaria y equipos de producción*

<b>Detalle</b>	<b>Descripción</b>
	<p><b>Pasteurizadora marca SALADULCE</b></p> <p>Tiene una capacidad de 10 litros, con un voltaje de 110 v, además cuenta con una frecuencia de 60 HZ y una temperatura de calentamiento de 100°C, para realizar el proceso de pasteurizado toma un tiempo de 30 minutos, sus medidas son 54*50*60 cm</p>
	<p><b>Batidora Food Mixer</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Es una batidora semi industrial de gran potencia, tiene una capacidad 10 litros.</li><li>-Está elaborado tanto la estructura como el tazón de acero inoxidable.</li><li>-Utiliza un voltaje de 110 v</li><li>-Los accesorios que posee la maquinaria es de globo, gancho y mango.</li></ul>
	<p><b>Refrigerante R600</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Modelo CI- 145; Capacidad: 145 litros</li><li>-Capacidad de hacer hielo: 8kg en 24 horas</li><li>-Control de temperatura digital</li><li>-Puerta con llave</li><li>-Ruedas de alta resistencia</li><li>-Sistema doble acción.</li></ul>



### Balanza digital Camry 15 kg

- Plataforma de acero inoxidable, energía 110
- Batería interna que le permite trabajar más de un día sin conexión a la red eléctrica.
- Capacidad mínima 100g / 0.2 libras
- Unidad de medida: gramos, onzas, kilos, libras, apagado automático después de un tiempo sin uso
- Incluye 1 báscula, 1 plataforma de acero, 1 cable de poder y el manual de funcionamiento.

*Nota.* Esta tabla muestra la maquinaria y equipos que se requerirán para la elaboración de los helados, elaborado por la autora

### Equipo de cómputo

**Tabla 35**

*Descripción de equipo de cómputo*

Detalle	Descripción
	<p><b>Computador CPU</b></p> <p>9th Generación</p> <p>RAM 16 GB</p> <p>Procesador AMD Ryzen 7 5700G 8-Core</p> <p>Disco duro 500 GB</p>



### **Impresora Epson Multifunción**

Wifi L3210

Tinta Continua

USB



### **Regulador de voltaje**

FORZA FVR-3001

3000VA/ 1500W

Voltaje 120V

Tipo de entrada NEMA 5-15P

Tipo de salida: 4 x NEMA 5-15R

Luz LED de estado

---

*Nota.* Esta tabla muestra el equipo de cómputo que se requerirá para el funcionamiento de la empresa, elaborado por la autora

### **Equipo de oficina**

**Tabla 36**

*Descripción de equipo de oficina*

---

<b>Detalle</b>	<b>Descripción</b>
----------------	--------------------

---



### **Copiadora Epson WF2950**

Con impresión automática a dos caras

Alimentador automático de documentos de 30 páginas.

Fácil conectividad inalámbrica

Ofrece documentos, informes y propuestas de calidad profesional.



### **Archivador**

Tapa cubierta con papel liso brillante por el interior.

Cantoneras metálicas de refuerzo en la zona inferior.

Lomo de 7.5 cm

Compresor de hojas, tarjetero a juego en el color del archivador



### **Teléfono Panasonic**

Sistema de teléfono expandible con cable e inalámbrico.

Pantalla LCD con diseño intuitivo

Duración de batería de 180 horas en modo espera y 9 horas en modo de conversación.



### **Porta lápices Decodeco**

Diseño minimalista de malla o rejilla negra

Alto: 10 cm

Diámetro: 8,5 cm



### **Calculadora CASIO**

MODELO:SL-310UC-RD

SKU:250-5096

---

*Nota.* Esta tabla muestra el equipo oficina que se requerirán que funcione la empresa, elaborado por la autora

### **Infraestructura Física**

En la infraestructura de la empresa se hace referencia al espacio físico necesario para la operación de la empresa, en este caso se iniciarán las actividades en la planta, cuya estructura se define de la siguiente manera.

- Producción
- Gerencia
- Secretaría
- Ventas
- Bodega
- Baños

**Área de producción.** Dentro de esta área se realizarán las actividades operativas para la elaboración de los helados a base de yogurt (queso y manjar).

**Área de gerencia.** El gerente general de la empresa estará encargado de dirigir, monitorear y tomar decisiones, asegurándose que se realicen todas las actividades, este espacio estará adecuado con el correspondiente espacio para ofrecer un buen clima laboral dentro de la empresa.

**Área de secretaría.** El área destinada para la secretaría estará debidamente distribuida, donde constará la oficina de secretaria para dar el respectivo apoyo y atención de manera externa.

**Área de ventas.** Dentro del área de ventas se exhibirán los helados a base de yogurt (queso y manjar) en presentación de 63 ml y se las venderá al público.

**Área de bodega.** Se almacenarán todos los insumos como la materia prima requerida para la elaboración del producto, salvaguardando la seguridad y calidad de cada uno de los productos.

**Área de baños.** Servirá principalmente para realizar el aseo personal de todos los que laboran en la empresa como también para los clientes.

**Figura 26**

*Distribución de la empresa*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Proceso de Producción**

Es aquel proceso en el cual se obtendrá el producto o se creará el servicio, lo importante de esto es indicar cada una de las fases del proceso así no sea totalmente detallado, ya que en alguno de los casos está constituido por información confidencial para el manejo interno, además dentro

de este proceso deberá incluirse el flujograma del proceso (representación gráfica), diseño del producto donde se indicarán las principales características del mismo.

Aquí se describirá todo el proceso productivo que se empleará para obtener el producto final (helados a base de yogurt, queso y manjar); mencionando todas las fases del proceso correspondiente.

**Diseño del producto.** Para realizar el diseño del producto se ha considerado todas las características que se crea conveniente que el usuario desee tener en la misma, además se basa en los gustos y preferencias de los consumidores, es por ello que se ha optado por un formato de funda plástica de aproximadamente que abarque el helado de 63 ml.

### Figura 27

*Producto helado de yogurt (queso y manjar)*



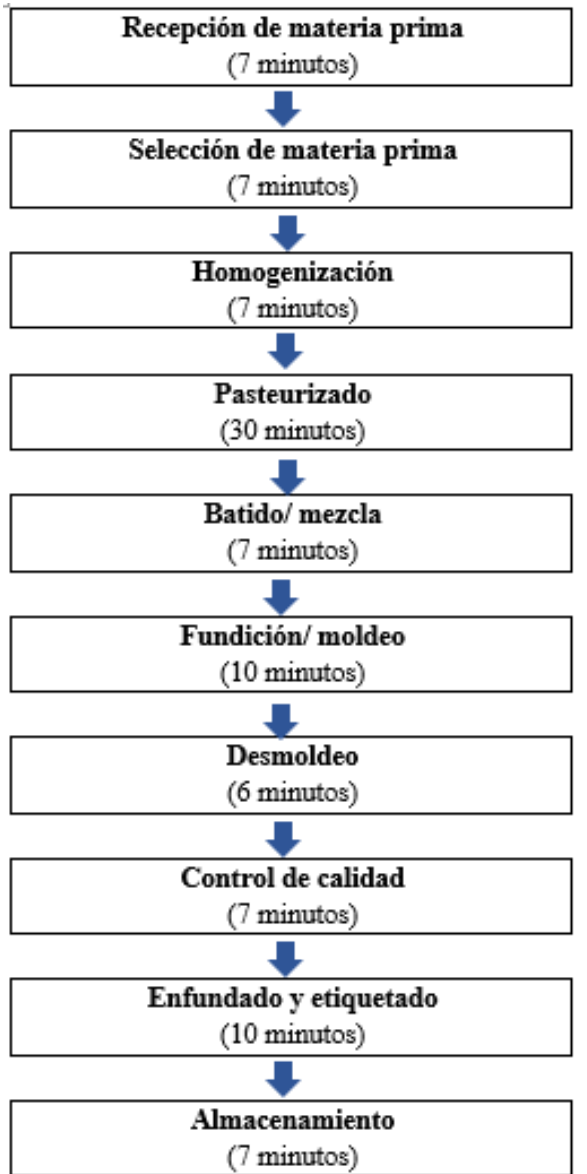
*Nota.* Elaborado por la autora

**Flujograma de proceso.** El proceso de producción del helado a base de yogurt (queso y manjar) se basa en procesos que tienen diferentes tiempos; sin embargo, se complementan en el mismo proceso a la hora de tener el producto final.

A continuación, se describe el proceso productivo de los elementos principales para la obtención del producto.

**Figura 28**

*Flujograma de proceso*



*Nota.* Elaborado por la autora



**Tabla 37**

*Flujograma de proceso*

Fases	Operación	Inspección	Espera	Almacenado	Descripción del proceso	Tiempo
1	●				Recepción de materia prima	7 min
2		■			Selección de la materia prima	7 min
3					Homogenización	7 min
4			⌋		Pasteurizado	30 min
5	●				Batido/ mezcla	7 min
6	●				Fundición/ moldeo	10 min
7			⌋		Desmoldeo	6 min
8		■			Control de calidad	7 min
9	●				Enfundado y etiquetado	10 min
10				▼	Almacenamiento	7 min
<b>10 LITROS POR PROCESO</b>					<b>TOTAL</b>	<b>98 min</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

#### 7.2.2.2. Proceso del helado a base de yogurt (queso y manjar)

**-Recepción de materia prima.** En esta fase se procede a recibir la materia prima y demás insumos, mismos que se deben corroborar que este en buen estado.

**- Selección de materia prima.** En este proceso se seleccionará y se tomará la materia prima en cantidades requeridas para realizar el proceso de producción de los helados a base de yogurt (queso y manjar)

**- Homogenización.** Se procede combinar la leche con la madre del yogurt esto con la finalidad de realizar el yogurt y esté listo para el siguiente proceso.

**- Pasteurizado.** Al tener la combinación de la leche con la madre del yogurt se procede a ponerlo en la maquina pasteurizadora con una capacidad de 10 litros la cual, aumenta la vida útil y permite que el producto sea seguro para el consumo.

- **Batido/ mezcla.** Una vez terminado el proceso de pasteurizado, se mezclará todos los ingredientes con el peso establecido, esto se lo realizará en una batidora con capacidad de 10 litros.

- **Fundición/ moldeo.** Se procede a llenar de producto en los moldes con la forma deseada para llevar a congelación.

- **Desmoldeo.** Al terminar el proceso de fundición y congelación del producto, se empieza a realizar el desmoldeo del producto.

- **Control de calidad.** Una vez culminado el proceso productivo del helado a base de yogurt se realizará el control de calidad del mismo, mediante la prueba de pequeñas cantidades, verificando el sabor y las condiciones para el consumo de los clientes

- **Enfundado y etiquetado.** Seguido de realizar el desmoldeo de los helados y revisando que el helado en estado sólido, se realiza el enfundado y etiquetado del producto con la mayor precaución.

- **Almacenamiento.** Finalmente, ya realizado todo el proceso se almacena el producto en un congelador con una temperatura de -12 °C.

### 7.2.2.3. Balance de materiales

Para el balance de materiales, se determinan las cantidades específicas o aproximadas que se necesiten para producir una unidad del proceso.

**Tabla 38**

*Balance de materiales para el producto*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad ml/gr</b>
Madre para yogurt(185gr)	1.539,71
Leche deslactosada (1000ml)	10.187,76
Leche condensada(397gr)	1.539,71
Crema de leche (500gr)	1.018,78
Manjar Kiosko(500gr)	1.018,78
Queso pasteurizado (500gr)	4.584,49
<b>TOTAL</b>	<b>19.889</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

### **7.2.3. Diseño Organizacional**

En el diseño organizacional se detalla todo lo legal que vaya a constar en la organización, dentro de esto se establece el tipo de organización, base legal, niveles jerárquicos, tipos de organigramas (estructural, funcional y de posición) y el manual de funciones.

#### **7.2.3.1. Base legal**

Dentro de la base legal se busca determinar la viabilidad del proyecto regido a las normas legales, se toma en consideración la legislación y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y diferentes obligaciones laborales, además es importante ya que, si el proyecto es altamente rentable, puede no ser factible por no cumplir con las normas legales.

En lo que corresponde a la compañía, esta se constituirá como una compañía (empresa) de Responsabilidad Limitada, además al constituirse como tal se debe contar con los requisitos de acta de constitución, registro único de contribuyentes, patente municipal, permiso de funcionamiento (municipio), ministerio de salud pública, cuerpo de bomberos y el registro sanitario.

**Nombre.** La razón social de la empresa constará como “YoguFusión Cía. Ltda.”

**Tipo de empresa.** Empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar), pertenecerá al sector lácteo.

**Domicilio.** La compañía se ubicará en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

**Objeto social.** La empresa se dedicará la producción y comercialización de helados a base de yogurt (queso y manjar), con el fin de ser comercializados en la ciudad de Loja, pudiendo extender su cadena de valor, en caso de que el mismo lo desee.

**Duración.** La empresa tendrá un plazo de duración de (5) años de vida útil a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil; sin embargo, el periodo de duración se podrá extender o disolver según las circunstancias de la empresa.

**Capital.** El capital social de la compañía será de: 29.389,87 (USD), del cual; 4.389,87 (USD) será del aporte de los accionistas y los 25.000 (USD) será financiado con el banco. No obstante, cada accionista asume la responsabilidad de tener el mismo número de acciones dentro de la empresa.

De igual manera se entregará el comprobante bancario que certifique el depósito del capital por parte de los accionistas, mismo que podrá ser posteriormente incrementado bajo la resolución de la junta de accionistas.

### **Procedimiento para la constitución legal de la empresa**

Reservar un Nombre.

Apertura de la Cuenta.

Celebración de la Escritura Pública.

Inscripción de la Compañía.

Representantes de la Empresa.

Nombramiento de los Representantes.

Inscripción del Nombramiento de los Representantes

Obtención del RUC.

Obtención de patentes y permisos municipales.

Solicitud y aprobación del permiso del Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Loja.

Obtención del registro sanitario.

Obtención del código de barras para la distinción del producto.

Desarrollo de la propiedad intelectual.

#### **7.2.3.2. Estructura Empresarial**

Determina la estructura organizativa que la misma cuente (organigramas, manual de funciones); con ello se obtiene buena organización, además permite asignar las funciones y responsabilidades a cada uno de los miembros participantes.

#### **Niveles jerárquicos de autoridad**

**Nivel Legislativo – Directivo.** Representa al máximo nivel de dirección dentro de la empresa, además se encuentra representado por la Junta General de Accionistas, siendo su función principal decretar sobre la política de la empresa, los reglamentos, políticas, entre otros.

**Nivel Ejecutivo.** Este nivel se encuentra representado por el Gerente, el cual es nombrado por los socios o accionistas, y se encarga de tomar decisiones sobre las actividades que garanticen el buen desempeño de la empresa.

**Nivel Asesor.** Es representado por un asesor jurídico, será el encargado de informar, aconsejar y preparar proyectos de materia jurídica y demás áreas que se esté asesorando, siendo un abogado que se encuentre en libre ejercicio, es decir que no pertenece a la empresa y se acudiría a él cuando se lo requiera.

**Nivel Auxiliar.** Son aquellos que colaborarán o contribuirán con todas las actividades en el área administrativa.

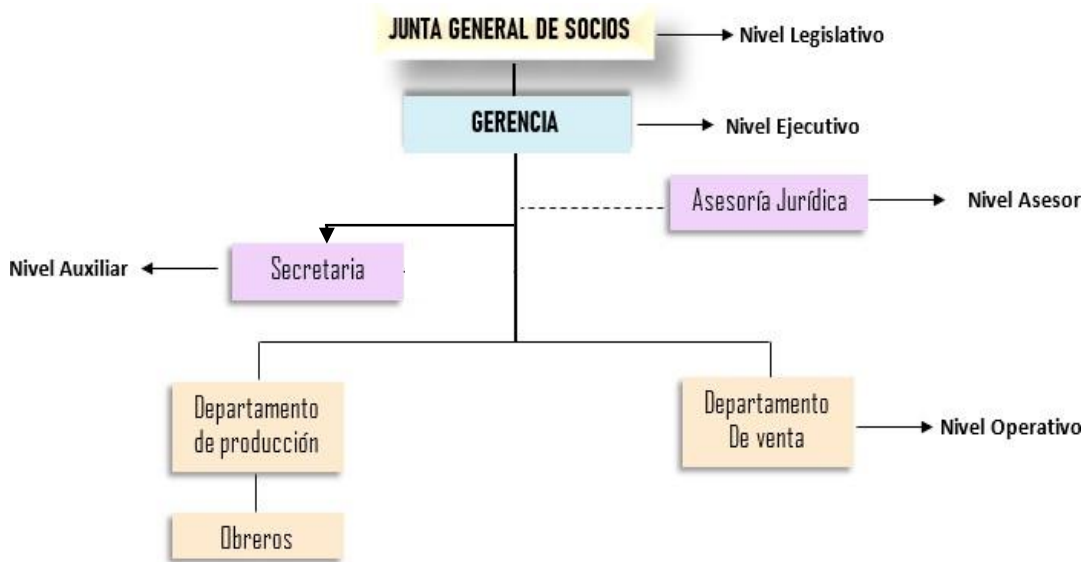
**Nivel operativo.** Es el nivel más importante dentro de la empresa, ya que será el encargado de realizar las disposiciones emanadas del nivel ejecutivo, además de realizar las actividades esenciales de la producción y comercialización del producto.

#### **7.2.3.3. Organigramas**

Los organigramas establecen la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa. Para la empresa se ha propuesto representar de manera gráfica la estructura administrativa mediante el organigrama estructural, funcional y de posición, ya que cada uno de estos organigramas permiten distribuir al personal de manera correcta, explicando cual es la función de cada uno de ellos.

**Figura 29**

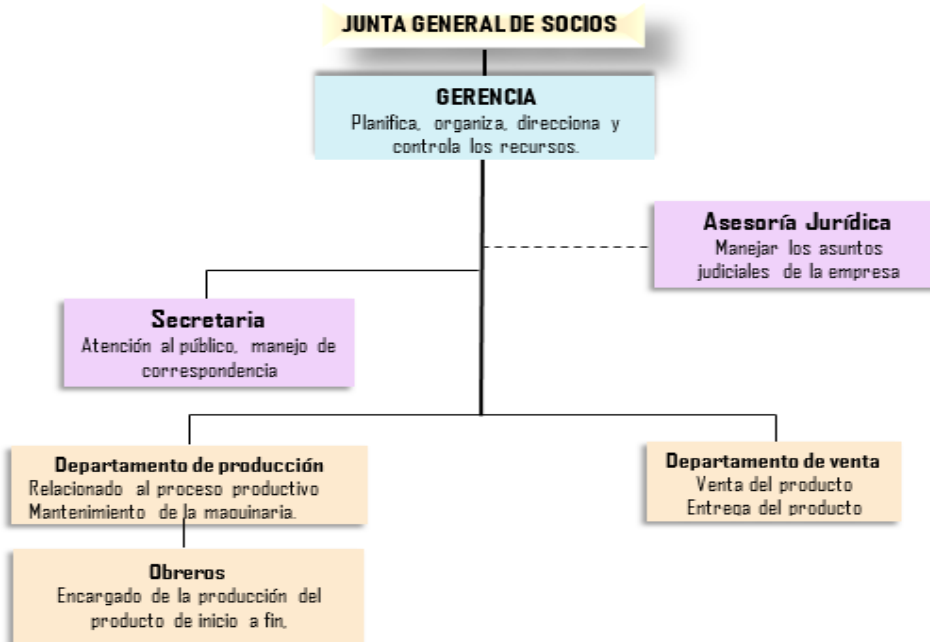
*Organigrama Estructural de la empresa “YoguFusión Cía. Ltda.”*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Figura 30**

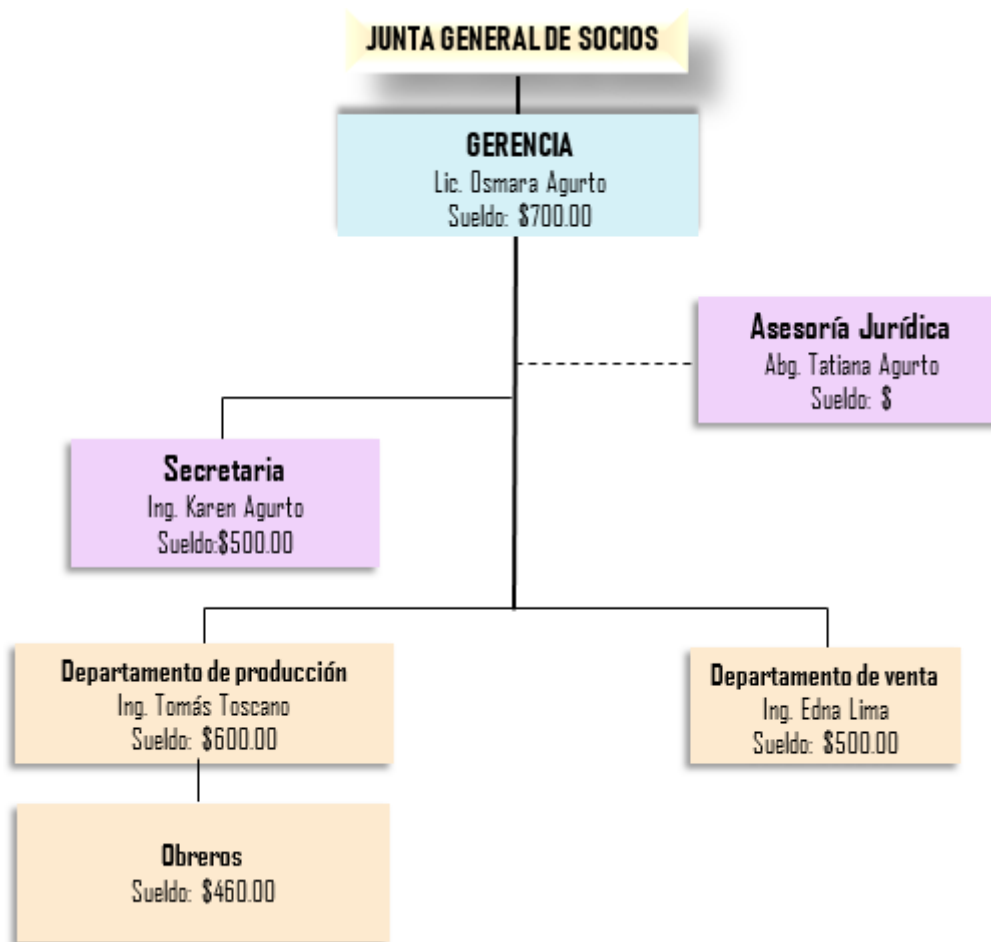
*Organigrama Funcional de la empresa “YoguFusión Cía. Ltda.”*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Figura 31**

*Organigrama de Posición “YoguFusión Cía. Ltda.”*



*Nota.* Elaborado por la autora

#### **7.2.3.4. Manual de funciones**

Se procede a realizar los manuales de funciones, estos ayudan a la administración del talento humano, mismo que determinan las características del puesto, los requisitos que debe cumplir el encargado del mismo y las funciones que se deben ejecutar.

**Tabla 39***Manual de funciones (Gerente)*

---

**“YoguFusión”**

---

**MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

---

<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	: Gerente
<b>CÓDIGO</b>	: G002
<b>JEFE INMEDIATO</b>	: Junta General de Socios
<b>NIVEL</b>	: Ejecutivo
<b>SUBORDINADOS</b>	: Todo el personal
<b>DEPARTAMENTO</b>	: Gerencia

---

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

Planifica, organiza, ejecuta y controla las funciones, actividades y desarrollo de la empresa, en concordancia a los objetivos, políticas, metas que han sido establecidas por la Junta General de Socios.

---

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- Coordina actividades y recursos para garantizar que los objetivos se realicen y se cumplan de manera eficiente.
- Asignar las tareas y responsabilidades a los miembros del equipo, asegurándose que exista una distribución eficiente de los recursos y de las habilidades.
- Mantener los niveles tanto de rendimiento, producción y comercialización optimizando los recursos de la empresa y maximizando la rentabilidad de la misma.
- Aborda, resuelve problemas y desafíos que surgen en el transcurso de las operaciones diarias.
- Establece canales de comunicación efectivos dentro del equipo como con otras partes interesadas, manteniendo a todos informados y alineados.

---

**REQUISITOS**

- Título Licenciado comercial o carreras afines.
- Experiencia de un año en puestos similares.
- Responsabilidad, compromiso y profesionalismo.

---

**CONDICIONES DE TRABAJO**

- Se realiza en oficina, con un espacio adecuado, iluminación apta con buena estructura.
- Existe el riesgo de accidentes laborales y estrés laboral.

---

*Nota.* Elaborada por la autora



**Tabla 40***Manual de funciones (Asesor Jurídico)*

<b>“YoguFusión”</b>	
<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	: Asesor Jurídico
<b>CÓDIGO</b>	: A003
<b>JEFE INMEDIATO</b>	: Gerente
<b>NIVEL</b>	: Asesor
<b>SUPERVISA A</b>	: XXXXXX
<b>DEPARTAMENTO</b>	: Asesoría Jurídica
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
Asesorar sobre los aspectos legales de la empresa y brindar sustento jurídico en caso que la empresa requiera.	
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar las actividades que están relacionadas con los derechos, reglamentos, aplicación de manual de funciones y más.</li> <li>- Representar a la empresa cuando la misma requiera de sus servicios.</li> <li>- Ofrecer opiniones jurídicas en caso de que el gerente lo solicite.</li> <li>- Mantener el archivo de contratos, convenios y reglamentos.</li> <li>- Asesorar en los procedimientos concernientes a contratación del personal, permiso de funcionamiento, salarios, entre otros.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de doctor en jurisprudencia o abogado</li> <li>- Experiencia mínima de un año</li> <li>- Responsable y ético</li> </ul>	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se realiza en oficina, con un espacio adecuado, iluminación apta con buena estructura.</li> <li>- Existe el riesgo de sufrir con estrés laboral.</li> </ul>	

*Nota.* Elaborada por la autora**Tabla 41***Manual de funciones (Secretaria)*

<b>“YoguFusión”</b>	
<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	: Secretaria
<b>CÓDIGO</b>	: S004
<b>JEFE INMEDIATO</b>	: Gerente
<b>NIVEL</b>	: Auxiliar
<b>SUPERVISA A</b>	: XXXXXXXX
<b>DEPARTAMENTO</b>	: Secretaría

---

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

- Son la primera línea de contacto entre la organización, clientes, proveedores u otras partes interesadas, además de coordinar horarios y asegurarse de que las fechas agendadas lleguen a ser concluidas.

---

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- Comunicarse de manera efectiva con los empleados, proveedores, clientes.
- Manejar y organizar documentos, archivos, así mismo mantener un archivo adecuado, clasificación y archivado los documentos importantes.
- Realizar un registro efectivo, con la finalidad de no interponerse con las actividades ya agendadas.
- Ejecución de las funciones de manera responsable
- Manejar la información con discreción para garantizar la seguridad de los documentos y datos que sean importantes y sensibles de la empresa.

---

**REQUISITOS**

- Título en Secretaria ejecutiva
- Experiencia mínima de un año
- Atención al cliente, responsable y ético
- Adaptación en entornos de trabajos cambiantes
- Manejar situaciones imprevistas de la manera más adecuada.

---

**CONDICIONES DE TRABAJO**

- Momentos de alta carga de trabajo, especialmente al gestionar múltiples tareas y responsabilidades.
- Estrés laboral

---

*Nota.* Elaborada por la autora

**Tabla 42**

*Manual de funciones (Jefe de producción)*

---

<b>“YoguFusión”</b>	
<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	: Jefe de Producción
<b>CÓDIGO</b>	: J005
<b>JEFE INMEDIATO</b>	: Gerente
<b>NIVEL</b>	: Operativo
<b>SUPERVISA A</b>	: Obreros
<b>DEPARTAMENTO</b>	: Producción
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
- Asegurar que la producción se realice de manera efectiva para satisfacer la demanda del mercado y llegar a lograr los objetivos establecidos por la empresa.	

---

---

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- Supervisar al personal de producción asegurándose que los mismos se encuentren capacitados.
- Identificar áreas de mejora en los procesos de producción e implementar soluciones que permitan aumentar la eficiencia y reducir costos.
- Supervisar el nivel de inventarios para garantizar la existencia de materia prima disponible y necesaria para el proceso de producción.
- Evitar el desperdicio de materiales.
- Garantizar la calidad de los productos además de supervisar los procesos del control de calidad.

---

**REQUISITOS**

- Título en Ingeniería Industria alimenticia u otras carreras afines.
- Experiencia de 1 a 3 años
- Capacidad de planificar y organizar de manera eficiente la producción.
- Habilidades sólidas de liderazgo para guiar al personal y tomar las decisiones más efectivas para la empresa.
- Responsabilidad al realizar los procesos

---

**CONDICIONES DE TRABAJO**

- Capacidad de trabajar bajo presión
- Accidentes laborales como caídas, golpes, cortaduras o atrapamientos.
- Riesgo de incendios o explosiones
- Estrés laboral

---

*Nota.* Elaborada por la autora

**Tabla 43**

*Manual de funciones (Obreros)*

---

<b>“YoguFusión”</b>	
<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	: Obrero
<b>CÓDIGO</b>	: 006
<b>JEFE INMEDIATO</b>	: Jefe de producción
<b>NIVEL</b>	: Operativo
<b>SUPERVISA A</b>	: _XXXXXXXX
<b>DEPARTAMENTO</b>	: Producción
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar el proceso de producción de manera adecuada, cuidando la maquinaria y dándole mantenimiento a la misma para garantizar un buen proceso de la materia prima y un producto de calidad.</li></ul>	

---

---

**FUNCIONES PRINCIPALES**

- Operar la maquinaria de forma responsable y adecuada.
- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Realizar los procedimientos de manera correcta para garantizar y mantener la calidad del producto.
- Reportar alguna anomalía en el proceso de producción, para que se tomen las medidas correspondientes.
- Asegurar que la maquinaria esté preparada y lista para su uso.

---

**REQUISITOS**

- Título de bachiller.
- Experiencia de 1 año
- Seguir estrictamente las normas de seguridad
- Iniciativa al realizar las actividades.

---

**CONDICIONES DE TRABAJO**

- Capacidad de trabajar bajo presión
  - Accidentes laborales como caídas, golpes, cortaduras o atrapamientos.
  - Riesgo de incendios o explosiones
  - Estrés laboral
- 

*Nota.* Elaborada por la autora

**Tabla 44**

*Manual de funciones (Vendedor)*

---

<b>"YoguFusión"</b>	
<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	: Vendedor
<b>CÓDIGO</b>	: J006
<b>JEFE INMEDIATO</b>	: Gerente
<b>NIVEL</b>	: Operativo
<b>SUPERVISA A</b>	: XXXXXXXX
<b>DEPARTAMENTO</b>	: Ventas
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Monitorear y analizar las tendencias del mercado y la competencia mismo que le permite identificar oportunidades y desafíos, planificando estrategias de distribución y comercialización del producto.</li></ul>	
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplir con las obligaciones emanadas por los superiores.</li><li>- Presentar y destacar las características, beneficios del producto.</li><li>- Mantener los registros preciosos y actualizados de las ventas.</li><li>- Identificar oportunidades de ventas.</li><li>- Responsables de ventas.</li></ul>	

---

---

**REQUISITOS**

- Título en marketing, ventas u otras carreras a fin
- Experiencia mínima de 1 año
- Cursos de capacitación en el área de ventas
- Curso en relaciones humanas

---

**CONDICIONES DE TRABAJO**

- Capacidad de trabajar bajo presión
  - Accidentes laborales como caídas, golpes.
  - Riesgo de accidentes de tráfico
  - Riesgo de robos
  - Estrés laboral
- 

*Nota.* Elaborada por la autora

### **7.3. Estudio Financiero**

El estudio financiero es un examen minucioso preparado para determinar si un proyecto o una empresa pueden ser factibles, disfrutar de una posición estable y ser beneficiosos financieramente. Es un componente vital del plan empresarial, ya que brinda a los empresarios y a la administración la información necesaria para la toma de decisiones.

#### **Inversiones y Financiamiento**

Para llevar a cabo la implementación de la empresa “YoguFusión Cía. Ltda.” Se debe considerar la inversión, esta se conforma por bienes, materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo eficiente de la empresa.

Las inversiones que se realizaran es:

- Inversión en Activo Fijo
- Inversión en Activo Diferido
- Inversión en Activo Circulante o capital de trabajo

#### **7.3.1. Inversiones en activos fijos**

Es la representación de la inversión que se realiza en bienes tangibles, los mismos que serán utilizados para el proceso productivo, estos bienes se mantienen en la empresa con la finalidad de usados y no comercializados.

#### **Maquinaria y Equipo**

Son las máquinas que se utilizan para realizar directamente el proceso productivo de los helados que comercializara la empresa, su valor es de 2.450,00 dólares.

**Tabla 45**

*Costo de maquinaria y equipo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Batidora	1	650,00	650,00
Pasteurizadora	1	1.000,00	1.000,00
Congelador	1	800,00	800,00
<b>Total</b>			<b>2.450,00</b>

*Nota.* La tabla indica el costo de la maquinaria y equipo de la empresa, elaborado por la autora

### **Herramientas**

Son aquellos elementos que se utilizan para regular el funcionamiento o complementar el proceso productivo dentro de la empresa, el valor es de 477,41 dólares.

**Tabla 46**

*Costo de herramientas*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Balanza	1	261,39	261,39
Juegos de llaves	2	150,00	300,00
Extintor	1	177,41	177,41
<b>Total</b>			<b>477,41</b>

*Nota.* La tabla indica el costo de las herramientas de la empresa, elaborado por la autora

### **Utensilios de planta**

Son los elementos que se ocuparán de forma indirecta en la producción de los helados, su valor es de 570,00 dólares.

**Tabla 47**

*Costo de utensilios de planta*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Jarra	2	3,00	6,00
Moldes	100	3,71	371,00
Cubetas	5	2,00	10,00
Fundas	100	0,10	10,00
Paletas Madera	100	1,70	170,00

Cucharas medidoras	3	1,00	3,00
<b>Total</b>			<b>570,00</b>

*Nota.* La tabla indica el costo de los utensilios de la empresa, elaborado por la autora

### **Muebles y Enseres de planta**

Son todos aquellos bienes que se necesitan para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, considerando las funciones para las cuales fueron diseñadas dentro de la empresa, tendrá un costo de 341,00 dólares.

**Tabla 48**

*Costo muebles y enseres de planta*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Mesas	3	75,00	225,00
Sillas Plásticas	3	12,00	36,00
Perchas	2	40,00	80,00
<b>Total</b>			<b>341,00</b>

*Nota.* La tabla indica el costo de muebles y enseres de planta, elaborado por la autora

### **Muebles y enseres administrativos**

Son objetos que son propiedad de la empresa y que le sirven para llevar a cabo sus actividades administrativas, su valor es de 526,00 dólares.

**Tabla 49**

*Costo muebles y enseres administrativos*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Sillas Plásticas	3	12,00	36,00
Escritorios	2	120,00	240,00
Armario	1	70,00	70,00
Sillones	2	90	180,00
<b>Total</b>			<b>526,00</b>

*Nota.* La tabla indica el costo de los muebles y enseres administrativos de la empresa, elaborado por la autora

### **Equipo de Oficina**

Conjunto de valores que se pagaran por la compra de bienes necesarios para la empresa, además esto permite que dentro del área administrativa se realicen las funciones que le competen y se describen a continuación, su valor es de 467,00 dólares.

**Tabla 50***Costo equipo de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Copiadora	1	300,00	300,00
Teléfono	1	90,00	90,00
Archivadores	3	5,00	15,00
Porta Lápiz	2	2,00	4,00
Calculadora	2	29,00	58,00
<b>Total</b>			<b>467,00</b>

*Nota.* La tabla indica el costo del equipo de oficina, elaborado por la autora

**Equipo de cómputo**

Es una herramienta fundamental para realizar las labores administrativas y digitales de la empresa, su valor es de 760,00 dólares.

**Tabla 51***Costo equipo de cómputo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora	1	500,00	500,00
Impresora	1	200,00	200,00
Regulador Voltaje	1	60,00	60,00
<b>Total</b>			<b>760,00</b>

*Nota.* La tabla indica el costo del equipo de cómputo, elaborado por la autora

**Vehículo**

Es el medio de transporte el cual se utilizará para distribuir el producto de la empresa por medio del chofer, esto tiene un valor de 15.000,00 dólares.

**Tabla 52***Costo de Vehículo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Vehículo	1	15.000,00	15.000,00
<b>Total</b>			<b>15.000,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo del vehículo, elaborado por la autora

**Resumen de activos fijos**



A continuación, se detalla el cuadro correspondiente a los activos fijos mismo que se toma en consideración de dólares de cada uno de los activos. El monto del presente rubro es de 20.591,41 dólares.

**Tabla 53**

*Resumen de activos fijos*

<b>Detalles</b>	<b>Año</b>	<b>Valor Activo</b>
Maquinaria y Equipo	10	2.450,00
Herramientas	10	477,41
Utensilios Planta	10	570,00
Vehículo	5	15.000,00
Muebles y Enseres Planta	10	341,00
Muebles y Enseres Administración	10	526,00
Equipos Oficina	10	467,00
Equipo Cómputo	3	760,00
<b>TOTAL</b>		<b>20.591,41</b>

*Nota.* Tabla del resumen de los activos fijos, elaborado por la autora.

### **7.3.2. Inversiones en activos diferidos**

Los activos diferidos son aquellos bienes o servicios que ha adquirido una empresa de manera anticipada, es decir que los mismos no eran usados a la inmediatez.

**Tabla 54**

*Costo de activos diferidos*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Estudio del mercado	450,00
Patente Municipal	250,00
Organización	350,00
Abogado	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.550,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de los activos diferidos, elaborado por la autora

### **7.3.3. Inversión en activos circulantes**

La inversión en activos circulantes es aquel activo líquido que dispone una empresa al cierre del ejercicio contable. Por lo tanto, estará constituido por el efectivo y aquellos otros bienes y derechos de la entidad que puedan convertirse en metálico dentro del periodo comprendido entre

la compra de los activos y la obtención de efectivo por su realización. Su duración por lo general no supera al año.

### 7.3.3.1. Costo de producción

Es el gasto económico que representa la elaboración del producto o prestación del servicio. Al determinar este costo que está constituido por: costo de producción y costo de operación, se puede establecer el precio de venta al público.

#### Materia prima directa

Son los valores que se pagan por la compra de la materia prima y es parte esencial del producto, ya que sin ellos el producto sería inexistente. El valor es de 32.510,36 dólares

**Tabla 55**

*Costo de la materia prima directa*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Madre para yogurt(185gr)	1.539,71	0,85	1.308,75
Leche deslactosada (1000ml)	10.187,76	1,00	10.187,76
Leche condensada(397gr)	1.539,71	2,40	3.695,31
Crema de leche (500gr)	1.018,78	2,15	3.310,38
Manjar Kiosko(500gr)	1.018,78	2,50	2.546,94
Queso pasteurizado (500gr)	4.584,49	2,50	11.461,22
<b>TOTAL</b>			<b>32.510,36</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de la materia prima directa que pagara la empresa, elaborado por la autora

#### Mano de obra directa

Este rubro está conformado por el valor a pagar al personal (obreros), quienes intervienen directamente en la fabricación, elaboración, transformación del producto, utilizando máquinas que les permitan transformar la materia prima en un producto terminado. Así mismo la remuneración debe ser considerada a las leyes establecidas del país.

**Tabla 56***Costo de la mano de obra directa*

<b>Detalle</b>	<b>Obreros</b>
Sueldo básico unificado	460,00
Décimo tercer sueldo(12%)	38,33
Décimo cuarto sueldo(12%)	38,33
Vacaciones(24)	19,17
Aportes al IESS (11.15%)	51,29
Fondos de reserva (12%)	38,33
Aportes al IECE (0.50%)	2,30
<b>TOTAL AL MES</b>	<b>647,76</b>
Número de obreros	2
<b>Total nómina al mes</b>	<b>1295,51</b>
<b>Total nómina año</b>	<b>15546,16</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de la mano de obra directa que pagara la empresa, elaborado por la autora

### **Materia prima indirecta**

Los materiales indirectos son aquellos elementos complementarios que permiten que el producto cumpla de manera efectiva su función.

**Tabla 57***Costo de la materia prima indirecta*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Fundas (500 unidades)	20,4	10,00	203,76
Paletas (100 unidades)	101,9	1,20	122,25
etiquetas(1000unidades)	10,2	5,00	50,94
<b>TOTAL</b>			<b>376,95</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de la materia prima indirecta que pagara la empresa, elaborado por la autora

### 7.3.3.2. Costos de operación

#### Gastos administrativos

Son necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa entre ellos se encuentra: remuneraciones al personal de oficina, suministros de oficina, servicios básicos, depreciación de equipo de oficina, depreciación de muebles y enseres, etc.

#### Sueldos administrativos

**Tabla 58**

*Valor de sueldos administrativos*

Detalle	Gerente	Secretaria	Chofer
Sueldo básico unificado	700,00	500,00	500,00
Décimo tercer sueldo(12%)	58,33	41,67	41,67
Décimo cuarto sueldo(12%)	38,33	38,33	38,33
Vacaciones(24)	29,17	20,83	20,83
Aportes al IESS (11.15%)	78,05	55,75	55,75
Fondos de reserva (12%)	58,33	41,67	41,67
Aportes al IECE (0.50%)	3,50	2,50	2,50
<b>Total al mes</b>	<b>965,72</b>	<b>700,75</b>	<b>700,75</b>
<b>Total al año</b>	<b>11.588,60</b>	<b>8.409,00</b>	<b>8.409,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>28.406,60</b>	

*Nota.* Esta tabla detalla el valor total que pagara la empresa los sueldos administrativos, elaborado por la autora

#### Suministros de oficina

**Tabla 59**

*Costo de suministros de oficina*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Libretin facturas	10,00	9,50	95,00
Papel bond (resma)	10,00	4,60	46,00
Sellos	4,00	8,50	34,00
<b>Total</b>			<b>175,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de suministros de oficina de la empresa, elaborado por la autora

#### Útiles de aseo

**Tabla 60***Costo de útiles de aseo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Escobas	9,00	3,00	27,00
Trapeadores	9,00	2,60	23,40
Basureros plásticos	4,00	3,50	14,00
Recolector de basura	3,00	1,00	3,00
Franelas	5,00	1,00	5,00
<b>Total</b>			<b>72,40</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo total de los útiles de aseo, elaborado por la autora

### **Servicios básicos**

**Tabla 61***Costo de servicios básicos*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Consumo Agua potable	230,00	0,35	80,50
Energía eléctrica	240,00	0,20	48,00
Teléfono	300,00	0,40	120,00
<b>TOTAL AL MES</b>			<b>248,50</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>			<b>2.982,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo total de los servicios básicos que pagará la empresa, elaborado por la autora

### **Útiles de oficina**

**Tabla 62***Costo de útiles de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Perforadora	2,00	4,50	9,00
Engrampadora	2,00	5,15	10,30
Saca grapas	2,00	0,40	0,80
<b>Total</b>			<b>20,10</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de los útiles de oficina que pagará la empresa, elaborado por la autora

### **Arriendo**

Para poder realizar el proyecto es importante considerar arrendar el local en una ubicación de fácil acceso para los demandantes y proveedores.

**Tabla 63***Costo de arriendo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Arriendo	12	350,00	4.200,00
<b>Total</b>			<b>4.200,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo de arriendo que pagará la empresa, elaborado por la autora

**Gastos de ventas**

En este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para poder asegurar la venta del producto.

**Publicidad****Tabla 64***Costo del servicio de publicidad*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Redes sociales	3	10,00	30,00
<b>Total al mes</b>	<b>3</b>		<b>30,00</b>
<b>Total al año</b>			<b>360,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo total del servicio de publicidad que pagará la empresa, elaborado por la autora

**Costo del combustible**

Para el correcto funcionamiento del vehículo es necesario elementos básicos, los cuales se detalla a continuación.

**Tabla 65***Costo del combustible*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Gasolina	800	2,54	2032,00
Cambio de aceite	10,00	30,00	300,00
<b>Total</b>			<b>2.332,00</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el costo del combustible que comprará la empresa, elaborado por la autora

**Resumen de activos circulantes**

**Tabla 66***Resumen de activos circulantes*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Materia Prima Directa	32.510,36
Materiales Indirectos	376,95
Mano de obra directa	15.546,16
Sueldo/ Administración	28.406,60
Servicios Básicos	2.982,00
Combustibles	2.332,00
Útiles de aseo	72,40
Publicidad al mes	360,00
Útiles de oficina	20,10
Arriendo Bodega	4.200,00
Suministros de oficina	175,00
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>86.981,57</b>
<b>TOTAL AL MES</b>	<b>7.248,46</b>

*Nota.* Esta tabla detalla el valor del monto de la inversión de activos circulantes, elaborado por la autora

**Inversión Total**

Los activos fijos, diferidos y circulantes se encuentran de forma detallada en la siguiente tabla, donde la inversión total asciende a los \$29.389,87 dólares americanos.

**Tabla 67***Resumen inversión total*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Activos Fijos	20.591,41
Activo Diferido	1.550,00
Activo Circulante	7.248,46
<b>TOTAL</b>	<b>29.389,87</b>

*Nota.* En esta tabla se detalla el resumen de la inversión total, elaborado por la autora

**7.3.4. Financiamiento**

El proyecto contará con una inversión total de 29.389,87 dólares, misma que será financiada con el 15% de capital propio y con el 85% de capital externo mediante un préstamo bancario del BanEcuador con una tasa de interés del 11,25%.

**Tabla 68***Financiamiento total*

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	4.389,87	15%
Préstamo Bancario	25.000,00	85%
<b>TOTAL</b>	<b>29.389,87</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se detalla las fuentes de financiamiento del proyecto, elaborado por la autora

**7.3.5. Amortización del crédito**

Para poder completar el financiamiento del proyecto, se realiza un préstamo a la entidad financiera BanEcuador con un monto de 25.000 dólares (85%), a una tasa de interés del 11.25% el cual tendrá un plazo de cinco años que será la misma duración del proyecto, con una amortización trimestral, como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 69***Amortización del crédito bancario*

<b>Cuota Trimestral</b>	<b>Capital/ Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Dividendo</b>	<b>Saldo Capital</b>
				25.000,00
1	1.250,00	703,125	1.953,13	23.750,00
2	1.250,00	667,97	1.917,97	22.500,00
3	1.250,00	632,81	1.882,81	21.250,00
4	1.250,00	597,66	1.847,66	20.000,00
5	1.250,00	562,50	1.812,50	18.750,00
6	1.250,00	527,34	1.777,34	17.500,00
7	1.250,00	492,19	1.742,19	16.250,00
8	1.250,00	457,03	1.707,03	15.000,00
9	1.250,00	421,88	1.671,88	13.750,00
10	1.250,00	386,72	1.636,72	12.500,00
11	1.250,00	351,56	1.601,56	11.250,00
12	1.250,00	316,41	1.566,41	10.000,00
13	1.250,00	281,25	1.531,25	8.750,00
14	1.250,00	246,09	1.496,09	7.500,00
15	1.250,00	210,94	1.460,94	6.250,00
16	1.250,00	175,78	1.425,78	5.000,00
17	1.250,00	140,63	1.390,63	3.750,00
18	1.250,00	105,47	1.355,47	2.500,00
19	1.250,00	70,31	1.320,31	1.250,00
20	1.250,00	35,16	1.285,16	0,00

*Nota.* En esta tabla se detalla la amortización del crédito bancario, elaborado por la autora



### 7.3.6. Amortización de los activos diferidos

Se refiere al proceso de distribuir el costo de un activo diferido a lo largo de su vida útil.

**Tabla 70**

*Amortización de los activos diferidos*

AMORTIZACION		
Año	Valor	
1	310,00	1.240,00
2	310,00	930,00
3	310,00	620,00
4	310,00	310,00
5	310,00	0,00

*Nota.* En la tabla se detalla la amortización de los activos diferidos, elaborado por la autora

### 7.3.7. Proyección de los costos totales

Los costos son aquellos desembolsos que se realizan durante un ejercicio económico, siendo este un aspecto fundamental para determinar la rentabilidad del proyecto, así mismo ayuda en el análisis mediante la proyección.

**Tabla 71**

*Costos proyectados para 5 años de vida útil*

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costo de producción</b>					
Materia Prima directa	32.510,36	32.949,25	33.394,06	33.844,88	34.301,79
Mano de Obra directa	15.546,16	15.756,03	15.968,74	16.184,32	16.402,81
<b>TOTAL DE COSTOS PRIMOS</b>	<b>48.056,52</b>	<b>48.705,28</b>	<b>49.362,80</b>	<b>50.029,20</b>	<b>50.704,59</b>
<b>Gastos Indirectos de Fabricación</b>					
Materiales Indirectos	376,95	382,04	387,19	392,42	397,72
Utensilios de Planta	570,00	577,70	585,49	593,40	601,41
Dep. Maquinaria y equipo	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50
Dep. Herramientas	42,97	42,97	42,97	42,97	42,97
Dep. Muebles y enseres de planta	30,69	30,69	30,69	30,69	30,69
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</b>	<b>1.241,10</b>	<b>1.253,89</b>	<b>1.266,84</b>	<b>1.279,98</b>	<b>1.293,28</b>
<b>Gastos de Administración</b>					
Sueldos de Administración	28.406,60	28.790,09	29.178,76	29.572,67	29.971,90
Servicios Básicos	2.982,00	3.022,26	3.063,06	3.104,41	3.146,32
Útiles de aseo	72,40	73,38	74,37	75,37	76,39
Suministros de Oficina	175,00	177,36	179,76	182,18	184,64

Arriendo de bodega	4.200,00	4.256,70	4.314,17	4.372,41	4.431,43
Útiles de oficina	20,10	20,37	20,65	20,93	21,21
Combustible	2.332,00	2.363,48	2.395,39	2.427,73	2.460,50
Dep. Muebles y enseres administrativos	47,34	47,34	47,34	47,34	47,34
Dep. Equipos de Oficina	37,36	37,36	37,36	37,36	37,36
Dep. Vehículo	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Dep. Equipo de Cómputo	168,87	168,87	168,87	168,87	168,87
Amortización Activo diferido	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>41.151,67</b>	<b>41.667,21</b>	<b>42.189,71</b>	<b>42.719,26</b>	<b>43.255,97</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Publicidad	360,00	364,86	369,79	374,78	379,84
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>360,00</b>	<b>364,86</b>	<b>369,79</b>	<b>374,78</b>	<b>379,84</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Interés	2601,5625	2460,9375	1757,8125	1054,6875	351,5625
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>2.601,56</b>	<b>2.460,94</b>	<b>1.757,81</b>	<b>1.054,69</b>	<b>351,56</b>
<b>TOTAL</b>	<b>93.410,86</b>	<b>94.452,18</b>	<b>94.946,96</b>	<b>95.457,90</b>	<b>95.985,24</b>

*Nota.* Se proyecta para los 5 años de vida útil de la empresa, elaborado por la autora

### 7.3.8. Costo unitario de producción

Para conocer el valor de la unidad a producir, se debe incluir los costos fijos y los variables, dicho esto, para obtener el costo unitario se debe dividir el costo total de producción para las unidades a producir, esto en base a la capacidad instalada.

**Tabla 72**

*Costo total de producción*

Años	Costo Total	Unidades Producción	Costo Unitario (helados 63ml)
1	93.410,86	161.710,40	<b>0,58</b>
2	94.452,18	171.817,30	<b>0,55</b>
3	94.946,96	181.924,20	<b>0,52</b>
4	95.457,90	192.031,10	<b>0,50</b>
5	95.985,24	202.138,00	<b>0,47</b>

*Nota.* En la tabla se detalla el coso unitario de producción de los helados a base de yogurt (queso y manjar) en paletas de 63 ml, elaborado por la autora

### 7.3.9. Determinación de ingresos

#### Precio de venta

Para conocer o establecer el precio de venta de los helados a base de yogurt (queso y manjar) se toma en cuenta los precios similares a los de la competencia y el margen de utilidad designado. Se ha seleccionado un margen de utilidad del 20%, mismo que a cada año irá incrementando 5%, esto quiere decir que para el año 5 el margen de utilidad será del 40%.

**Tabla 73**

*Precio de venta*

<b>Año</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Porcentaje de utilidad</b>	<b>Precio de venta</b>
1	0,58	20%	<b>0,693</b>
2	0,55	25%	<b>0,687</b>
3	0,52	30%	<b>0,678</b>
4	0,50	35%	<b>0,671</b>
5	0,47	40%	<b>0,665</b>

*Nota.* En la tabla se detalla el precio de venta del producto al público, elaborado por la autora

### **Ingresos totales**

Estos ingresos totales se los obtiene mediante el precio de venta al público establecido y las unidades producidas a lo largo de los años, obteniendo los ingresos totales necesarios para el estado de pérdidas y ganancias durante los cinco años.

**Tabla 74**

*Ingresos totales*

<b>Año</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Unidades Producidas</b>	<b>Total Ingresos</b>
1	0,69	161.710,40	<b>112.093,03</b>
2	0,69	171.817,30	<b>118.065,22</b>
3	0,68	181.924,20	<b>123.431,04</b>
4	0,67	192.031,10	<b>128.868,17</b>
5	0,66	202.138,00	<b>134.379,34</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

### **7.3.10. Estado de pérdidas y ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias permite conocer la situación de la empresa durante los cinco años de vida útil, aquí se establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de los ingresos y egresos.

**Tabla 75***Estado de pérdidas y ganancias*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingreso de ventas</b>	112.093,03	118.065,22	123.431,04	128.868,17	134.379,34
Costo total de operación	93.410,86	94.452,18	94.946,96	95.457,90	95.985,24
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>18.682,17</b>	<b>23.613,04</b>	<b>28.484,09</b>	<b>33.410,27</b>	<b>38.394,10</b>
15% utilidad de trabajadores	2.802,33	3.541,96	4.272,61	5.011,54	5.759,11
Utilidad antes/impu/renta	15.879,85	20.071,09	24.211,47	28.398,73	32.634,98
<b>22% impuesto renta</b>	<b>3.493,57</b>	<b>4.415,64</b>	<b>5.326,52</b>	<b>6.247,72</b>	<b>7.179,70</b>
<b>UTILIDAD LÍQUIDA</b>	<b>12.386,28</b>	<b>15.655,45</b>	<b>18.884,95</b>	<b>22.151,01</b>	<b>25.455,29</b>

*Nota.* Elaborado por la autora**7.3.11. Clasificación de los costos**

**Costos fijos.** Los costos fijos son aquellos valores monetarios que merecen a la empresa con el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción, es por ello que la empresa está en la obligación de cubrirlos ya que de ello depende su operación.

**Costos variables.** Los costos variables son aquellos valores en que incurre la empresa, en función a la capacidad de producción, se encuentran directamente relacionados con los niveles de producción de la empresa, mismos que aumentan o disminuyen en proporción al volumen de producción.

**Tabla 76***Distribución de costos fijos y variables*

DETALLE	AÑO 1		AÑO 5	
	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables
<b>Costo de producción</b>				
Materia Prima directa		32.510,36		34.301,79
Mano de Obra directa		15.546,16		16.402,81
<b>TOTAL DE COSTOS PRIMOS</b>		<b>48.056,52</b>		<b>50.704,59</b>

<b>Gastos Indirectos de Fabricación</b>				
Materiales Indirectos		376,95		397,72
Utensilios de Planta	570,00		601,41	
Dep. Maquinaria y equipo	220,50		220,50	
Dep. Herramientas	42,97		42,97	
Dep. Muebles y enseres de planta	30,69		30,69	
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</b>	<b>864,16</b>	<b>376,95</b>	<b>895,57</b>	<b>397,72</b>
<b>Gastos de Administración</b>				
Sueldos de Administración	28.406,60		29.971,90	
Servicios Básicos	2.982,00		3.146,32	
Útiles de aseo	72,40		76,39	
Suministros de Oficina	175,00		184,64	
Arriendo de bodega	4.200,00		4.431,43	
Útiles de oficina	20,10		21,21	
Combustible		2.332,00		2.460,50
Dep. Muebles y enseres administrativos	47,34		47,34	
Dep. Equipos de Oficina	37,36		37,36	
Dep. Vehículo	2.400,00		2.400,00	
Dep. Equipo de Cómputo	168,87		168,87	
Amortización Activo diferido	310,00		310,00	
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>38.819,67</b>	<b>2.332,00</b>	<b>40.795,46</b>	<b>2.460,50</b>
<b>Gastos de Ventas</b>				
Publicidad	360,00		379,84	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>360,00</b>		<b>379,84</b>	
<b>Gastos Financieros</b>				
Interés		2601,5625		351,56
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>2.601,56</b>		<b>351,56</b>
<b>TOTAL</b>	<b>42.645,39</b>	<b>50.765,47</b>	<b>42.422,43</b>	<b>53.562,81</b>
		<b>93.410,86</b>		<b>95.985,24</b>

*Nota.* Esta tabla detalla la distribución de los costos fijos y variables, elaborado por la autora

### **7.3.12. Determinación del punto de equilibrio**

El punto de equilibrio permite combinar factores determinantes de las posibles pérdidas o utilidades a diferentes niveles de producción, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones. Para determinar el punto de equilibrio se utiliza el método matemático en función a la capacidad instalada y ventas, acompañada del método gráfico para su representación.

**Tabla 77***Determinación del punto de equilibrio*

<b>COSTO TOTAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Costos fijos</b>	42.645,39	42.422,43
<b>Costos Variables</b>	50.765,47	53.562,81
<b>Costo Total</b>	93.410,86	95.985,24
<b>Ingresos</b>	112.093,03	134.379,34

*Nota.* Elaborado por la autora**Punto de equilibrio por capacidad año 1****Tabla 78***Punto de equilibrio año 1*

<b>COSTO TOTAL</b>	<b>AÑO 1</b>
<b>Costos fijos</b>	42.645,39
<b>Costos Variables</b>	50.765,47
<b>Costo Total</b>	93.410,86
<b>Ingresos</b>	112.093,03

*Nota.* Elaborado por la autora

$$PEC = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Ingresos} - \text{Costo variable})}$$

$$PEC = 42.645,39 / (112.093,03 - 50.765,47)$$

$$PEC = 69,54$$

**Punto de equilibrio por ingresos año 1**

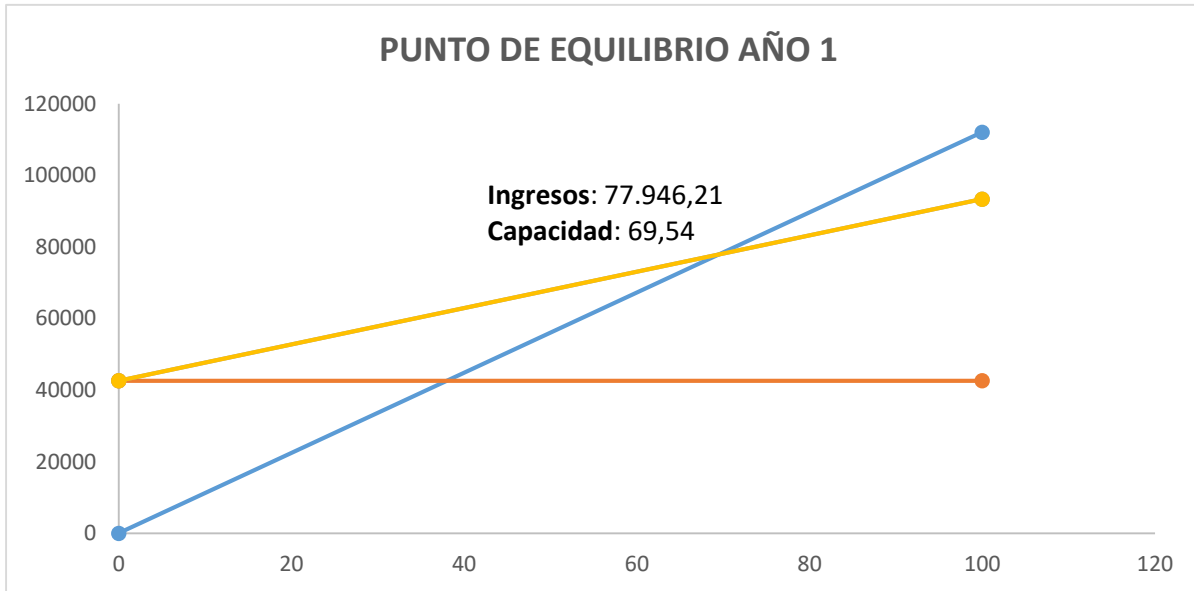
$$PEIN = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}\right)}$$

$$PEIN = 42.645,39 / 1 - (50.765,47 / 112.093,03)$$

$$PEIN = 77.946,21$$

**Figura 32**

*Punto de equilibrio año 1*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Análisis del punto de equilibrio del año 1.** El punto de equilibrio para el año 1 de operación del proyecto se produce cuando los ingresos son de 77.946,21 y trabaja con una capacidad instalada de 69.54%, por ende, el proyecto empezará a presentar rentabilidad.

### **Punto de equilibrio por capacidad año 5**

**Tabla 79**

*Punto de equilibrio año 5*

<b>COSTO TOTAL</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Costos fijos</b>	42.422,43
<b>Costos Variables</b>	53.562,81
<b>Costo Total</b>	95.985,24
<b>Ingresos</b>	134.379,34

*Nota.* Elaborado por la autora

$$PEC = \text{Costo fijo} / (\text{Ingresos} - \text{Costo variable})$$

$$PEC = 42.422,43 / (134.378,34 - 53.562,81)$$

$$PEC = 52,49$$

### **Punto de equilibrio por ingresos año 5**

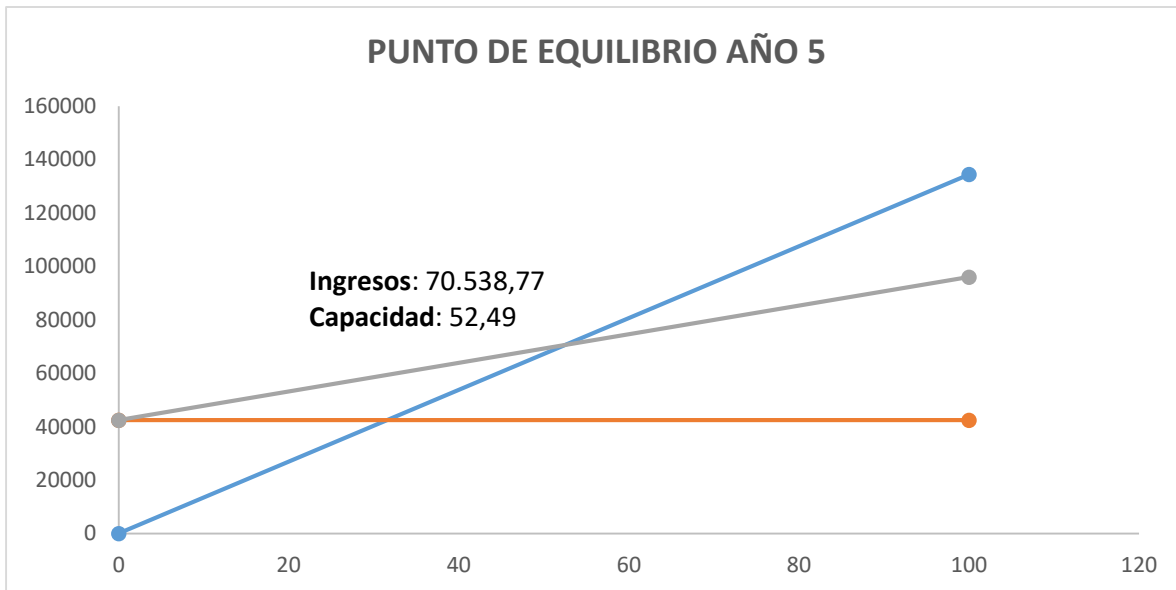
$$\text{PEIN} = \text{Costo Fijo} / 1 - (\text{costo variable} / \text{ingresos})$$

$$\text{PEIN} = 42.422,43 / 1 - (53.562,84 / 134.379,34)$$

$$\text{PEIN} = 70.538,77$$

### Figura 33

*Punto de equilibrio año 5*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Análisis del punto de equilibrio del año 5.** El punto de equilibrio para el año 5 de operación del proyecto se producirá cuando los ingresos sean de 70.538,77 y trabaje con una capacidad instalada del 52,49% por ende, el proyecto empezará a presentar rentabilidad.

#### 7.4. Evaluación financiera

Permite analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los socios del proyecto, la evaluación financiera mide tres aspectos fundamentales.

Estructura el plan de financiamiento una vez que ya se haya medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.

Mide el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.

Ofrece información base para la toma de decisiones sobre la inversión del proyecto.



Este tipo de evaluación permite determinar la viabilidad del proyecto, combinado con operaciones matemáticas con la finalidad de obtener coeficientes de evaluación.

#### 7.4.1. Flujo de caja

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, el flujo de caja incide directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas.

**Tabla 80**

#### *Flujo de caja*

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos/Ventas</b>	-	112.093,03	118.065,22	123.431,04	128.868,17	134.379,34
Capital Externo	25.000,00					
Capital Propio	4.389,87					
Valor Residual	-			253,33		3.736,47
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>29.389,87</b>	<b>112.093,03</b>	<b>118.065,22</b>	<b>123.684,38</b>	<b>128.868,17</b>	<b>138.115,82</b>
Activo Fijo	20.591,41					
Activo circulante/capital	7.248,46					
Activo diferido	1.550,00					
Costo total de operación	-	93.410,86	94.452,18	94.452,18	94.946,96	95.457,90
15% utilidad de trabajadores	-	2.802,33	3.541,96	4.272,61	5.011,54	5.759,11
22% impuesto de ventas	-	3.493,57	4.415,64	5.326,52	6.247,72	7.179,70
Depreciación (-)	-	-3.003,70	-3.003,70	-3.003,70	-3.003,70	-3.003,70
Amortización activo diferido(-)	-	-310,00	-310,00	-310,00	-310,00	-310,00
Amortización capital(+)	-	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>29.389,87</b>	<b>101.393,05</b>	<b>104.096,07</b>	<b>105.737,62</b>	<b>107.892,52</b>	<b>110.083,02</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>10.699,98</b>	<b>13.969,15</b>	<b>17.946,76</b>	<b>20.975,65</b>	<b>28.032,80</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

#### 7.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto representa el valor existente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto, sumando los costos de oportunidad. Los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales.

El valor actual neto tiene los siguientes criterios; Si el VAN es positivo, el proyecto se acepta ya que el valor de la empresa aumentará. Si el VAN llegase hacer negativo, el proyecto no se acepta, porque la inversión perderá su valor con el tiempo. Si el VAN llega hacer 0, la inversión queda a consideración del inversionista.

Teniendo en consideración que el valor actual neto es positivo con un valor de 34.692,66 se puede deducir que el proyecto es favorable y se da seguimiento a los siguientes indicadores de la evaluación financiera.

**Tabla 81**

*Valor actual neto*

Año	Flujo de caja	Factor Actualizado	Valor Actualizado
0		11,25%	
1	10.699,98	0,89888	9.617,96
2	13.969,15	0,80798	11.286,77
3	17.946,76	0,72627	13.034,25
4	20.975,65	0,65283	13.693,53
5	28.032,80	0,58681	16.450,02
<b>TOTAL ACUMULADO</b>			64.082,53
<b>VALOR INVERSIÓN</b>			29.389,87
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			34.692,66

*Nota.* La tabla muestra el valor actual neto, elaborado por la autora

### 7.4.3. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o también conocida como tasa de interés, está constituida por la tasa de rendimiento que oferta el proyecto. La TIR es utilizada para tomar decisiones ya sea para aceptar o rechazar un proyecto, considerando los siguientes criterios; Se acepta el proyecto siempre y cuando la TIR sea mayor que el costo de capital. Si la TIR es igual al capital la realización de la inversión queda a consideración del inversionista. Se rechaza el proyecto si la TIR es menor que el costo de capital.

Para calcular la tasa interna de retorno se utiliza la siguiente fórmula.

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

Donde,

**TIR**= Tasa Interna de Retorno

**TM**= Tasa Mayor

**Tm**= Tasa Menor

**Dt**= Diferencia de Tasas

VAN= Valor Actual Neto

**Tabla 82**

*Base de datos para calcular TIR*

Año	Flujo de caja	Factor actualizado tasa menor	Valor Actualizado	Factor Actualizado Tasa Mayor	Valor Actualizado
0	-	44%	-29.389,87	45%	-29.389,87
1	10.699,98	0,69444	7430,54	0,68966	7.379,30
2	13.969,15	0,48225	6736,66	0,47562	6.644,07
3	17.946,76	0,33490	6010,33	0,32802	5.886,84
4	20.975,65	0,23257	4878,27	0,22622	4.745,08
5	28.032,80	0,16151	4527,45	0,15601	4.373,47
<b>Valor Actual Neto</b>			<b>193,38</b>		<b>-361,12</b>

*Nota.* Tabla de base de datos para calcular TIR, elaborado por la autora

**Tabla 83**

*Tasa interna de retorno del proyecto*

<b>TIR=</b>	<b>44</b>	<b>1</b>	<b>193,38</b>	
			<b>193,38</b>	<b>-361,12</b>
<b>TIR=</b>	44	1	0,3488	
<b>TIR=</b>	44	0,3488		
<b>TIR=</b>	<b>44,35</b>			

*Nota.* En la tabla se describe la TIR de la empresa, elaborado por la autora

La Tasa Interna de Retorno es 44,35%, siendo mayor que el costo de oportunidad del capital, esto demuestra que la inversión ofrece un alto rendimiento y por lo tanto debe ejecutarse.

#### **7.4.4. Periodo de recuperación del capital (PRC)**

Es el tiempo en que se tarda en recuperarse la inversión del proyecto, para ello es necesario determinar el costo de capital promedio ponderado.

Para su cálculo se utiliza la siguiente formula:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del Año que supera la Inversión}}$$

**Tabla 84***Periodo de recuperación del capital*

<b>Año</b>	<b>Flujo de caja</b>
0	
1	10.699,98
2	13.969,15
3	17.946,76
4	20.975,65
5	28.032,80
	<b>91.624,34</b>

*Nota.* Tabla del periodo de recuperación del capital, elaborado por la autora

PRC= (Sumatoria de flujos de caja – inversión) /último flujo de caja

PRC= (91.624,34 – 29.389,87) / 28.032,80

**PRC= 2,22**

2,22		<b>2</b>	<b>Años</b>
0,22	2,64	<b>2</b>	<b>Meses</b>
0,64	19,22	<b>19</b>	<b>Días</b>

El periodo de recuperación del capital será de 2 años, 2 meses y 19 días.

#### **7.4.5. Relación beneficio – costo (RBC)**

Es una herramienta financiera que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida. Para decidir si el proyecto se acepta o no, se basa en los siguientes criterios; Si la relación beneficio costo es > 1 el proyecto es rentable. Si la relación beneficio costo es igual a 1 el proyecto es indiferente. Si la relación beneficio costo es < 1 el proyecto no es rentable.

$$\mathbf{RBC = \left( \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}} \right) - 1}$$

**Tabla 85***Relación beneficio – costo*

Años	Costo Original	Factor Actualizado	Valor costo actualizado	Ingresos Originales	Factor Actualizado	Valor ingreso actualizado
0		11,25%			11,25%	
1	93.410,86	0,89888	83.964,81	112.093,03	0,89888	100.757,78
2	94.452,18	0,80798	76.315,36	118.065,22	0,80798	95.394,20
3	94.946,96	0,72627	68.957,42	123.431,04	0,72627	89.644,64
4	95.457,90	0,65283	62.317,76	128.868,17	0,65283	84.128,97
5	95.985,24	0,58681	56.325,41	134.379,34	0,58681	78.855,58
<b>15</b>			<b>347.880,76</b>			<b>448.781,16</b>

*Nota.* Esta tabla describe los datos para calcular la relación beneficio- costo de la empresa, elaborado por la autora

$$RBC = 448.781,16 / 347.880,76$$

$$RBC = 1,29$$

La relación beneficio costo del presente proyecto es; por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,29 centavos. Por consiguiente, de acuerdo a los resultados obtenidos el proyecto es rentable.

#### **7.4.6. Análisis de sensibilidad**

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro. Por ello es importante realizar un análisis de sensibilidad, ya que se mide si es sensible o no el producto ante dos economías como es el aumento de los costos y la disminución en los ingresos, considerando lo siguiente; Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, por ende, anulan la rentabilidad. Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, por ende, los cambios no afectan la rentabilidad. Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

#### **Análisis de sensibilidad con el incremento del 14,56% en los costos**

**Tabla 86***Análisis de sensibilidad con el incremento del 14,57% en los costos*

Año	Costo Original	Incremento en costo	Ingresos Originales	Flujo de caja	Factor Actualizado Tasa Menor	Valor Actualizado	Factor Actualizado Tasa Mayor	Valor Actualizado
0		14,56%			25%	-29.389,87	35%	-29.389,87
1	93.410,86	107.011,48	112.093,03	5.081,55	0,80000	4.065,24	0,74074	3.764,11
2	94.452,18	108.204,41	118.065,22	9.860,81	0,64000	6.310,92	0,54870	5.410,59
3	94.946,96	108.771,23	123.431,04	14.659,81	0,51200	7.505,82	0,40644	5.958,36
4	95.457,90	109.356,58	128.868,17	19.511,60	0,40960	7.991,95	0,30107	5.874,32
5	95.985,24	109.960,69	134.379,34	24.418,65	0,32768	8.001,50	0,22301	5.445,69
						<b>4.485,56</b>		<b>-2.936,80</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

NTIR= Tasa menor + diferencia de tasas (VAN menor/VAN menor-VAN mayor)

NTIR=  $25 + 10(4.485,56 / (4.488,56 - (-2.936,80)))$

**NTIR= 31,04**

Diferencia de tasas= TIR proyecto-NTIR

Diferencia de tasas= 44,35 – 31,04

**Diferencia de tasas= 13,31**

Porcentaje de variación= Diferencia de tasas/TIR de proyecto x 100

Porcentaje de variación=  $(13,31 / 44,35) * 100$

**Porcentaje de variación= 30,00**

Análisis de sensibilidad= % de variación/NTIR

Análisis de sensibilidad=  $30,00 / 31,04$

**Análisis de sensibilidad= 0,97**

En el presente proyecto se considera que el porcentaje máximo de aumento en los costos es de 14,56 % ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos, por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1, indicando que el proyecto no es sensible y por ende los cambios no afectan la rentabilidad.

## Análisis de sensibilidad con disminución del 11,48% en los ingresos

**Tabla 87**

*Análisis de sensibilidad con disminución del 11,48% en los ingresos*

Año	Costo Original	Ingresos Originales	Disminución Ingresos	Flujo de caja	Factor Actualizado Tasa Menor	Valor Actualizado	Factor Actualizado Tasa Mayor	Valor Actualizado
0			11,48%		25%	-29.389,87	35%	-29.389,87
1	93.410,86	112.093,03	99.224,75	5.813,89	0,80000	4.651,11	0,74074	4.306,59
2	94.452,18	118.065,22	104.511,33	10.059,16	0,64000	6.437,86	0,54870	5.519,43
3	94.946,96	123.431,04	109.261,16	14.314,20	0,51200	7.328,87	0,40644	5.817,89
4	95.457,90	128.868,17	114.074,10	18.616,20	0,40960	7.625,20	0,30107	5.604,75
5	95.985,24	134.379,34	118.952,59	22.967,35	0,32768	7.525,94	0,22301	5.122,03
						<b>4.179,11</b>		<b>-3.019,19</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

NTIR= Tasa menor + diferencia de tasas (VAN menor/VAN menor-VAN mayor)

NTIR=  $25 + 10 (4.179,11 / (4.179,11 - (-3.019,19)))$

**NTIR= 30,81**

Diferencia de tasas= TIR proyecto-NTIR

Diferencia de tasas=  $44,35 - 30,81$

**Diferencia de tasas= 13,54**

Porcentaje de variación= Diferencia de tasas/TIR de proyecto x 100

Porcentaje de variación=  $(13,54 / 44,35) * 100$

**Porcentaje de variación= 30,54**

Análisis de sensibilidad= % de variación/NTIR

Análisis de sensibilidad=  $30,54 / 30,81$

**Análisis de sensibilidad= 0,99**

En el presente proyecto se considera que el porcentaje máximo de disminución de ingresos es del 11,48 % ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto, se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo, esto demuestra que el proyecto es rentable.

## 8. Conclusiones

Culminando el desarrollo del proyecto y tomando en consideración los resultados obtenidos del mismo, se presenta a continuación las conclusiones.

- ✓ El yogur es uno de los productos sumamente consumidos a nivel local, nacional y mundial, es por ello que el presente proyecto de factibilidad brinda la oportunidad de crear una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) con el nombre “YoguFusión Cía. Ltda.”
- ✓ A través del estudio de mercado se ha demostrado que existe una demanda efectiva, la misma que indica una buena aceptación del helado a base de yogurt (queso y manjar), de modo que el proyecto puede ser ejecutado.
- ✓ Dentro de plan de comercialización se determinó la publicidad mediante el cual se dará a conocer el producto; esto se lo realizará por medio de las redes sociales tales como; Instagram y Facebook ya que abarcan a un mayor público.
- ✓ En el estudio técnico se determinó la capacidad que la empresa utilizará y el proceso productivo que requiere de materia prima como; leche, madre de yogurt, queso, manjar, crema de leche, leche condensada; así mismo maquinaria y equipos que sean adecuados para garantizar la calidad del producto.
- ✓ La empresa “YoguFusión” se encontrará ubicada en la ciudad de Loja, sector San Sebastián, en las calles Lourdes entre Bolívar y Sucre” ya que cuenta con todos los servicios básicos, además de ser una plaza sumamente frecuentada y con una plaza sumamente distribuida, misma que permitirá realizar la producción de una manera rápida y efectiva.
- ✓ En la estructura organizacional se dio a conocer sobre la distribución con la que contará la empresa mediante organigramas y manual de funciones para el funcionamiento y desempeño de las actividades a realizarse dentro de la empresa, mismo que permitirá evitar la duplicidad de las actividades.
- ✓ En el estudio financiero del proyecto se determinó el total de inversión de 29.389,87 dólares, con un capital propio de 4.389,87 dólares que abarca al 15%, por lo que los 25.000 dólares se los obtendrá mediante un financiamiento con capital externo del 85% de una entidad bancaria BanEcuador con una tasa de interés del 11,25% con un plazo de 5 años con pagos trimestrales.



- ✓ Considerando la producción total se obtiene que; para el primer año de producción es de \$93.410,86 dando un valor de 0,58 centavos del costo unitario de venta, lo cual para el primer año se le agrega el 20% utilidad, quedando 0,69 centavos como precio de venta al público; para el año 5 se tiene un total de producción de \$95.985,24 con un costo unitario de 0,47 centavos, por lo que para el año 5 el margen de utilidad es del 40% obteniendo un precio de venta de 0,66 centavos.
- ✓ La evaluación financiera del proyecto presenta un (VAN) positivo de 34.692,66 dólares, por lo tanto, indica que se acepta el proyecto ya que es mayor a la inversión inicial; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 44,35%, la Relación Beneficio Costo es de 1.29, esto quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto se recupera veintinueve centavos, el periodo de recuperación del capital (PRC) es de 2 años, 2 meses y 19 días, el análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos es del 13,54%, el valor obtenido es de 0.99 demuestra que el proyecto no es sensible en futuras dimensiones que puede existir en los ingresos.

Por lo ya antes mencionado, se puede concluir de forma general que el proyecto tiene una buena rentabilidad en las etapas de su desarrollo, por la cual es factible la ejecución del mismo.

## 9. Recomendaciones

Al finalizar el presente trabajo de investigación se cree conveniente realizar lo siguiente:

- La ejecución de este proyecto es recomendable económicamente, esto se determinó de acuerdo a todos los resultados obtenidos, así mismo cuenta con un amplio mercado, con materia prima de excelente calidad y una buena mano de obra local, esto permite tener una competencia justa.
- A demás se recomienda que en un futuro se debería realizar tanto, estudios técnicos y económicos, esto con la intención de aumentar la capacidad de producción o de servicio y poder satisfacer una mayor demanda en el mercado, aunque esto aumente un poco más la inversión.
- Para la implementación de la empresa se aconseja realizar un buen estudio de mercado, porque esto es el punto de partida del proyecto, en el que se pueda disminuir cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, esto permite asegurar la ganancia y éxito de la misma.

## 10. Bibliografía

- Aguilera, N., & Zapata, L. (2 de Diciembre de 2020). *ODECU*. Obtenido de <https://www.odecu.cl/wp-content/uploads/2020/02/Estudio-Yogur-2020-Informe-Final.pdf>
- Alonso, M. (18 de enero de 2024). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/process-flow>
- Arias, E. (1 de diciembre de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/organizacion-de-un-proyecto.html>
- Barría, C. (2024). El Producto y sus Atributos como Factores Fundamentales de las Estrategias de Marketing. *Ciencia Latina*, 8(1), 8. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.9511](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9511)
- BBVA. (11 de Enero de 2024). Obtenido de <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-son-las-inversiones-financieras-y-que-tipos-existen/>
- Bello, J. (2024). PRODUCTOS LÁCTEOS: LA RUTA DE LA METAMORFOSIS. *Revista Digital Universitaria*, 5(7), 4. <https://doi.org/http://www.revista.unam.mx/vol.6/num9/art89/int89.htm>
- Bienestar. (19 de Agosto de 2022). *La nación*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/salud/nutricion/nutricion-los-10-beneficios-que-genera-tomar-un-yogur-por-dia-nid19082022/>
- Bind. (12 de enero de 2024). *Bind*. Obtenido de <https://bind.com.mx/glosario/glosario-ventas-analisis-de-costos>
- Botey, P. (2022). Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven. <https://doi.org/https://doi.org/https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Bravo, E. (28 de septiembre de 2021). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/528152706/EVALUACION-FINANCIERA-CONCEPTO>

- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Tercera edición. <https://doi.org/https://doi.org/978-970-10-7340-7>
- Chico, S. (22 de junio de 2022). *repositorio.uide*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/5897/1/UIDE-Q-TGAS-2023-10.pdf>
- Corbella, J. G. (2007). Valor nutritivo de los helados y su integración en la dieta saludable. *Dialnet*, 26(8), 86-92. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5324551>
- Cromos*. (20 de Julio de 2020). Obtenido de <https://www.cromos.hn/beneficios-de-dulce-de-leche/#:~:text=Uno%20de%20los%20beneficios%20del,encontrar%20en%20casi%20cualquier%20mercado>.
- Cumbal, A. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de helado artesanal por litros a domicilio, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito*.
- Elizalde, L. (21 de agosto de 2019). Los estados financieros y las políticas contables. *Dialnet*(4), 217-226. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144051>
- Extractosandinos. (10 de Mayo de 2021). Obtenido de <https://www.extractosandinos.com/post/saborizantes-naturales>
- Ferrell, L. (1 de febrero de 2010). *UDGVIRTUAL*. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/506>
- Garcias, K., Haro, B., & Valencia, S. (2019). La importancia de un diseño organizacional en las empresas, permite mejorar la eficiencia y ser competitiva. *Dialnet*(7). <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8930064>
- Google Maps. (5 de agosto de 2024). *google.com*. Obtenido de [https://www.google.com/maps/place/Sim%C3%B3n+Boh%C3%ADvar+%26+Lourdes,+Loja/@-4.0019596,-79.2012275,19z/data=!4m6!3m5!1s0x91cb37ff343d6875:0x9ec0df3b35ee85db!8m2!3d-4.0024546!4d-79.2016727!16s%2Fg%2F11gd\\_vd3rw?entry=ttu](https://www.google.com/maps/place/Sim%C3%B3n+Boh%C3%ADvar+%26+Lourdes,+Loja/@-4.0019596,-79.2012275,19z/data=!4m6!3m5!1s0x91cb37ff343d6875:0x9ec0df3b35ee85db!8m2!3d-4.0024546!4d-79.2016727!16s%2Fg%2F11gd_vd3rw?entry=ttu)

- Huamani, E. (2021). Flujo de caja: Inversión, operativo y financiamiento. Caso empresa privada. [https://doi.org/https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNEI\\_25017d9498fb911cd5bd7f0f53f82c4c](https://doi.org/https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNEI_25017d9498fb911cd5bd7f0f53f82c4c)
- IEQFB. (10 de Octubre de 2023). *¿Qué son las bacterias lácticas y para qué sirven?* Obtenido de <https://ieqfb.com/que-son-bacterias-lacticas/>
- Infobae. (17 de Abril de 2024). *infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/salud/2024/04/17/es-saludable-comer-yogur-todos-los-dias-que-dice-la-ciencia/>
- Instituto Geográfico Militar. (5 de octubre de 2014). Obtenido de [https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Mapa-politico-de-la-Republica-del-Ecuador-Fuente-Instituto-Geografico-Militar\\_fig1\\_316601391](https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Mapa-politico-de-la-Republica-del-Ecuador-Fuente-Instituto-Geografico-Militar_fig1_316601391)
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. decimotercera.
- Liendo, M., & Martínez, A. (2006). Obtenido de <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/5e2d3f06-b3a6-4172-87f4-86a182cb1f31/content>
- López, V. (24 de agosto de 2020). *Econfinados*. <https://doi.org/https://doi.org/https://www.econfinados.com/post/la-localizacion-de-la-empresa>
- Mapas de ecuador. (19 de febrero de 2009). *mapasadeecuador*. Obtenido de <https://mapasdeecuador.blogspot.com/2009/02/mapa-de-la-provincia-de-loja.html>
- Maribe, C. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *scielo*. [https://doi.org/https://doi.org/http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=en&pid=S2305-60102016000100005&script=sci\\_arttext](https://doi.org/https://doi.org/http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=en&pid=S2305-60102016000100005&script=sci_arttext)
- MedlinePlus*. (8 de Diciembre de 2021). Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/vitamins.html>
- Mundo Artesano*. (10 de febrero de 2023). Obtenido de <https://mundo-artesano.com/noticias-artesania/que-son-productos-artesanos-y-por-que-son->

valorados/?srsltid=AfmBOoouo3DrHwSXLHh01Mc6N-s2iqzMJGlzOa-IqbvnJisR7hw0cYyz

National Institutes of health. (29 de Noviembre de 2022). Probióticos. Obtenido de <https://ods.od.nih.gov/factsheets/Probiotics-DatosEnEspanol/>

National Institutes of health. (19 de Septiembre de 2023). Obtenido de <https://ods.od.nih.gov/factsheets/Calcium-DatosEnEspanol/>

Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. segunda edición.

Pasaca, M. E. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. segunda edición.

Pedrosa, S. (30 de enero de 2024). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiro, A. (26 de enero de 2024). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Perdomo, A. (1998). *Planeación Financiera*. Cuarta Edición.

Perucontable. (22 de marzo de 2023). *perucontable*. Obtenido de <https://www.perucontable.com/contabilidad/costo-unitario-de-un-producto-como-calcularlo/>

Pincay, S., & Suarez, E. (Mayo de 2023). *itsep.edu.ec*. Obtenido de <https://itsep.edu.ec/wp-content/uploads/2023/08/TESIS-HELADO.pdf>

*Quirobsalud*. (25 de Noviembre de 2016). Obtenido de [https://www.quironsalud.com/es/comunicacion/actualidad/propiedades-nutricionales-queso#:~:text=El%20queso%20es%20un%20alimento,o%20la%20B2%20\(riboflavina\).](https://www.quironsalud.com/es/comunicacion/actualidad/propiedades-nutricionales-queso#:~:text=El%20queso%20es%20un%20alimento,o%20la%20B2%20(riboflavina).)

Romero, G., Lopez, Y., & Mora, N. (2021). La creación de emprendimientos y su incidencia en las personas naturales de la ciudad de Machala. *Dialnet*, 2(1), pp.180-190. <https://doi.org/http://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.687>

Saber Ucv. (2 de febrero de 2024). *saber.ucv*. Obtenido de <http://saber.ucv.ve/bitstream/10872/9454/5/TEMA%205%20tama%C3%B1o%20y%20localizaci%C3%B3n%20del%20proyecto2.pdf>

- Sanchez, J. (19 de marzo de 2024). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Sapag, N., & Reinaldo, S. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta edición.
- Sarango, M., & Solano, G. (4 de febrero de 2012). *dspace.unl*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20479>
- Sevilla, A. (6 de febrero de 2024). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Tapia, I. O. (2022). Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas . *scielo*, 52(136). <https://doi.org/https://doi.org/doi.org/10.18566/rfdcp.v52n136.a11>
- Torres, D. (21 de febrero de 2024). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda#:~:text=de%20demanda%20funcional,-,Qu%C3%A9%20es%20el%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20demanda,y%20generar%20los%20resultados%20esperados>.
- Valverde, L., Sarango Amay, M. E., & Solano Maza, G. Y. (3 de noviembre de 2012). *dspace.unl*. <https://doi.org/https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20479>
- Vélez, D. (5 de octubre de 2015). *Municipio de Loja*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Mapa-politico-de-la-Republica-del-Ecuador-Fuente-Instituto-Geografico-Militar\\_fig1\\_316601391](https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Mapa-politico-de-la-Republica-del-Ecuador-Fuente-Instituto-Geografico-Militar_fig1_316601391)
- Westreicher, G. (1 de octubre de 2021). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-venta.html>
- Williams, W. (15 de Abril de 2019). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado#:~:text=En%20econom%C3%ADa%2C%20un%20mercado%20o%20es,el%20marco%20de%20las%20transacciones>.

## **11. Anexos**

### **Anexo 1**

#### ***Objetivo de la investigación***

##### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja.

##### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y las preferencias del consumidor.
- Elaborar un estudio técnico para demostrar la viabilidad técnica de la implementación eficiente de procesos y tecnologías.
- Definir la estructura legal y administrativa de la empresa.
- Realizar un estudio financiero y evaluación financiera para conocer la inversión y factibilidad que tendrá el proyecto dentro de la ciudad de Loja.



## Anexo 2

*Formato de encuesta a los demandantes*



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
Facultad Jurídica, Social y Administrativa  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Soy estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas, me encuentro realizando la presente investigación que tiene como finalidad recolectar información para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar), con el fin de llegar a conocer las oportunidades existentes en el mercado de los gustos y preferencias de las familias lojanas. De ante mano le agradezco por su colaboración

**1. ¿Cuántos integrantes conforman su familia?**

- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9 o más

**2. ¿Cuántas personas trabajan en su hogar?**

- 1 a 2
- 3 a 4
- 5 a más
- Todos

**3. ¿Cuáles son los ingresos mensuales de su hogar?**

- 400 a 600
- 601 a 750
- 751 a 800

- Más de 900
4. **¿Su familia conoce sobre los helados de yogurt?**
- Sí
- No
5. **¿Su familia adquiere helados a base de yogurt?**
- Sí
- No
6. **¿Qué marcas de helados de yogurt de la ciudad de Loja adquiere habitualmente?**
- Yogurt Frost
- Greenfrost
- Yogurt Fruit
- Yogupop Loja
- Yogurt Ice
- Topsy
- Bogati
7. **¿En qué envase adquiere los helados de yogurt? (63 ml)**
- Vaso
- Paleta
8. **¿Cuál es el precio que acostumbra a pagar por un helado en paleta?**
- 0,50
- 0,75
- 1,00
- 1,25
9. **¿Con qué frecuencia adquiere usted el helado de yogurt en paleta?**
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
10. **¿Qué cantidad de helados en paleta (63 ml) suele consumir?**
- 1 a 3
- 4 a 6
- 7 a 9

**11. Le gustaría consumir helados a base de yogurt (queso y manjar)**

- Sí
- No

**12. ¿Cómo le gustaría que fuera endulzado el helado a base de yogurt (queso y manjar)?**

- Azúcar
- Stevia

**13. ¿Cómo le gustaría que sea el nivel de endulzante del helado a base de yogurt (queso y manjar)?**

- Alto
- Medio
- Bajo

**14. Si en la ciudad de Loja, se creara una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar), ¿estaría dispuesto a adquirirlo?**

- Sí
- No

**15. ¿Qué promociones le gustaría que la empresa realice?**

- 2X1
- Degustaciones en ferias
- Descuento en la segunda compra

**16. ¿En qué red social le gustaría que sean anunciadas las promociones?**

- TikTok
- Facebook
- Instagram
- WhatsApp

**17. Referente a la publicidad, ¿qué tipo de publicidad prefiere usted?**

- Anuncios Bumper (videos breves)
- Anuncios publicitarios en fotos
- Anuncios publicitarios tradicionales

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

### Anexo 3

#### *Formato de encuesta a los oferentes*



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
Facultad Jurídica, Social y Administrativa  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La presente entrevista tiene la finalidad de recabar información para uso académico, que será utilizado para realizar un estudio de factibilidad mismo que forma parte de mi proyecto de titulación. Agradezco encarecidamente su colaboración.

1. **¿Desde qué año la empresa se dedica a la elaboración de helados de yogurt?**
2. **¿Cuántos litros de helado de yogurt vende aproximadamente al mes?**
3. **¿Cuál es el porcentaje anual de incremento en las ventas de los helados de yogurt?**
4. **¿Cuál es el precio de distribución que tienen los helados de acuerdo a la presentación o tamaño?**
  - Precio
  - Tamaño
5. **Considera que los precios de sus productos ofrecidos son**
  - Costosos
  - Normales
  - Económicos
6. **¿En qué presentación o envase los consumidores adquieren más el producto?**
  - Plástico
  - Ecológico
  - Tetrapak
  - Paleta
7. **¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar sus productos?**
  - Volantes

- Periódico
- Redes Sociales
- Otros

**8. De elegir la opción de redes sociales en la pregunta anterior, especificar porque red social se hace la publicidad**

**9. A que lugares distribuye sus helados**

- Tiendas
- Supermercados
- Consumo local
- Ninguno

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo 4

### *Certificado de traducción del resumen*

Lic. Andrea Sthefania Carrión Mgs

0984079037

[andrea.s.camion@unLedu.ec](mailto:andrea.s.camion@unLedu.ec)

Loja-Ecuador

Loja, 14 de agosto del 2024

La suscrita, Andrea Sthefania Carrión Fernández, Mgs, DOCENTE EDUCACIÓN SUPERIOR (registro de la SENESCYT número: 1008-12-1124463), ÁREA DE INGLÉS-UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, a petición de la parte interesada y en forma legal.

**CERTIFICA:**

Que la traducción del resumen del documento adjunto, solicitado por la señorita: Osmary Bristney Agurto Peñarmeta con cédula de ciudadanía No. 1150321709, cuyo tema de investigación se titula: "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados a base de yogurt (queso y manjar) en la ciudad de Loja" ha sido realizado y aprobado por mi persona, Andrea Sthefania Carrión Fernández, Mgs. en Pedagogía.

El apartado del Abstract es una traducción textual del Resumen aprobado en español.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes, facultando al portador del presente documento, hacer el uso legal pertinente.

ANDREA  
STHEFANIA  
CARRION  
FERNANDEZ

Firmado digitalmente  
por ANDREA STHEFANIA  
CARRION FERNANDEZ  
Fecha: 2024.08.14  
15:46:07 -06'00'

Andrea Sthefania Carrión Fernández. Mgs.

English Professor