



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MODALIDAD SELF - SERVICE DE FRUTAS Y HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.

AUTOR: Cevallos Toledo Cristian Bolívar

DIRECTOR: Ing. Marcelo Vallejos

Ibarra, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de grado tiene como objetivo principal determinar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MODALIDAD SELF - SERVICE DE FRUTAS Y HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Para la formulación del proyecto se establecieron siete capítulos; a continuación las ideas más relevantes de cada uno de ellos. Con el diagnóstico efectuado en el cantón Ibarra, se pudieron determinar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que intervendrán en la ejecución del proyecto. En el marco teórico se conceptualizaron términos para facilitar la comprensión del proyecto. En el estudio de mercado se identifican la demanda actual que existe en los locales que se dedican a la venta de ensaladas de frutas y helados y las oportunidades que tiene el servicio para introducirse en el mercado, así como también los precios adecuados para la comercialización del mismo. En el estudio técnico se analizan diferentes variables para determinar con mejor precisión la ubicación estratégica del proyecto, debido a que cuenta con aspectos que favorecen su implementación, como también aspectos técnicos para prestar el servicio de self – service de frutas y helados. En el análisis financiero se presentan los resultados factibles para la ejecución del proyecto en los escenarios analizados. En la parte organizacional y administrativa se plantean lineamientos estratégicos, como los objetivos, políticas que se aplicarán para un buen funcionamiento de la microempresa. Los posibles impactos que el proyecto pudiera presentar se encuentran en un nivel medio positivo, lo que beneficiará especialmente al desarrollo del sector. De esta manera y en base a toda la información recogida se ha logrado edificar la presente propuesta productiva, la misma que va orientada a mejorar la calidad de vida de las personas; mejorar el servicio de alimentación en el cantón Ibarra, así como también fortalecer las estrategias de prestación de servicio y administración de la microempresa.

SUMMARY

This degree work has as main objective to determine a "Feasibility Study for the Creation of a microenterprise MODE SELF - SERVICE OF FRUIT AND ICE CREAM IN the city of Ibarra, Imbabura province." For project formulation seven chapters were established; The most relevant to each of them ideas. With the diagnosis made in the canton Ibarra, they could be determined allies, opportunities, opponents and risks involved in the implementation of the project. In the framework terms they were conceptualized to facilitate understanding of the project. In the study of the current market demand in the local engaged in the sale of fruit salads and ice cream and the opportunities for service to enter the market they are identified, as well as prices suitable for marketing same. The technical study different variables are analyzed to determine with greater precision the strategic location of the project, because it has aspects that favor its implementation, as well as technical aspects to provide the service of self - service fruit and ice cream. In the financial analysis feasible to implement the project in the scenarios analyzed results are presented. In the organizational and administrative aspects arise strategic guidelines and the objectives, policies that apply to the proper functioning of the microenterprise. Possible impacts the project could present are in a positive middle level, which will particularly benefit the development of the sector. In this way and based on all the information collected has been achieved to build this production proposal, the same is geared to improve the quality of life of the people; improve service supply in the canton Ibarra, as well as strategies to strengthen service delivery and administration of microenterprises.

AUTORÍA

Yo, **Cristian Bolívar Cevallos Toledo**, portador de la cédula de ciudadanía N° **100259049-3** declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación personal, y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Cristian Bolívar Cevallos Toledo

En la ciudad de Ibarra, a los días del mes de de 2015.
C.C. 100259049-3



CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del trabajo de grado presentado por el egresado **Cristian Bolívar Cevallos Toledo**, con cédula de ciudadanía N° **100259049-3**, para optar por el título de ingeniero en **Contabilidad Superior y Auditoría, C.P.A.**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MODALIDAD SELF – SERVICE DE FRUTAS Y HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los días del mes de de 2015.

Ing. Marcelo Vallejos

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Cristian Bolívar Cevallos Toledo**, con cédula de ciudadanía N° **100259049-3**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MODALIDAD SELF – SERVICE DE FRUTAS Y HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Y NOMBRES	Cristian Bolívar Cevallos Toledo
DIRECCIÓN:	Calle Armando Hidalgo, pasaje A casa N°2
E MAIL:	cristiancevallos@outlook.com
TELÉFONO Fijo:	2310-143
TELÉFONO MOVIL:	0989948790
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MODALIDAD SELF – SERVICE DE FRUTAS Y HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Cristian Bolívar Cevallos Toledo

Cristian Bolívar Cevallos Toledo

C.C. 100259049-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	DE	100259049-3	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Cevallos Toledo Cristian Bolívar		
DIRECCIÓN:	Calle Armando Hidrobo, pasaje A casa N°2		
E MAIL:	cristiancapo73@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2510-143	TELÉFONO MOVIL:	0989948790
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MODALIDAD SELF – SERVICE DE FRUTAS Y HELADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		

AUTOR:	Cristian Bolívar Cevallos Toledo	
FECHA:	2016-	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C. P. A.	
DIRECTOR:	Ing. Marcelo Vallejos	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Cristian Bolívar Cevallos Toledo**, con cédula de ciudadanía N° **100259049-3**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

Cristian Cevallos

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los días del mes de de 2016.

AUTOR:



Cristian Cevallos

C.C.:100259049-3

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A ti Dios, por darme la oportunidad de vivir y hacer que mis sueños y aspiraciones se hagan realidad. Después de varios días y meses de esfuerzo y sacrificio, he finalizado mi trabajo de grado que con mucho cariño se lo dedico a mis queridos padres Bolívar y Jenny, a mis hermanos Bryan y Rafaela, a mis abuelitos, a mis tíos, a mis primos y a mis amigos, quienes me han apoyado incondicionalmente en los momentos buenos y malos que he tenido que pasar durante mi vida estudiantil. Ellos han sido la fuente de motivación y superación en cada día de mi vida para cumplir con mis metas propuestas.

Cristian Cevallos

AGRADECIMIENTO

Me complace expresar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, por darme la oportunidad de estudiar en sus cálidas aulas, a los distinguidos Docentes quienes con su profesionalismo, sabia experiencia y ética han puesto de manifiesto en las aulas y que me brindaron sus conocimientos, pero sobre todo el ejemplo de trabajo y responsabilidad en el compromiso diario de enseñar y aprender, lo cual me ha servido para ser una persona honesta, trabajadora, responsable y productiva para la sociedad. A mi Director de Tesis, Ing. Marcelo Vallejos, quien con su experiencia como docente y su carisma como persona ha sido la guía idónea, durante el proceso que he llevado para poder realizar esta tesis, mi gratitud por brindarme el tiempo suficiente y la paciencia necesaria para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado. Pero por sobre todas las personas y familiares que me brindaron su apoyo en el transcurso de mi trabajo, agradezco principalmente a Dios, por darme la vida y la salud para culminar con gran alegría mi tesis, ser mi guía y mi amigo incondicional.

Cristian Cevallos

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxv
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxvii
Objetivo General.....	xxvii
Objetivos Específicos.....	xxvii
JUSTIFICACIÓN	xxviii
METODOLOGÍA DEL PROYECTO	xxix
CAPÍTULO I	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
Antecedentes	30
Objetivos del Diagnóstico.....	31
Objetivo General.....	31
Objetivos Específicos.....	31
Matriz de Relación Diagnóstica.....	32
Mecánica Operativa	33
Información Secundaria	33

Desarrollo de la Matriz Diagnóstico	33
Entorno Geográfico.....	33
Aspectos Demográficos	35
Política de Apoyo al Emprendimiento	37
Tecnología.....	39
Economía	40
Matriz AOOR.....	42
Determinación de la Oportunidad de Inversión	43
CAPÍTULO II.....	44
MARCO TEÓRICO.....	44
Microempresa	44
Definición y Clasificación de las Mipymes en el Ecuador	44
Características de una Microempresa	45
Clasificación de la Microempresa.....	45
Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa	46
Aspectos Tributarios	47
Definiciones	48
Self – Service	48
Alimentación.....	50
Nutrición	50
Estudio de Mercado	51
Producto	51
Oferta	52
Demanda	53
Precio	54
Comercialización	55
Publicidad	55
Estudio Técnico	56
Tamaño del proyecto.....	57
Localización del Proyecto.....	57
Macro Localización	57
Micro Localización	58
Ingeniería del proyecto	59

Estudio Financiero	59
Costos de Producción.....	60
Gastos Administrativos	60
Gastos de Venta	60
Gastos Financieros	60
Depreciaciones	61
Estado de Resultados Integral.....	61
Estado de Situación Financiera.....	61
Valor Actual Neto (VAN).....	61
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	62
Relación Costo Beneficio	62
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	62
Estructura Organizacional.....	63
Misión	63
Visión.....	64
Políticas Organizacionales	64
CAPÍTULO III.....	65
ESTUDIO DE MERCADO	65
Presentación	65
Objetivos del Estudio de Mercado	66
Objetivo General	66
Objetivos Específicos.....	66
Identificación del Servicio	66
Características del Servicio.....	67
Presentación del Producto.....	68
Productos o Servicios Sustitutos	71
Matriz de Estudio de Mercado	72
Mecánica Operativa	73
Identificación de la Población.....	73
Identificación de la muestra	74
Cálculo del tamaño de la muestra	75
Técnicas e instrumentos	75
Información Primaria	76

Tabulación y análisis de la información	76
Análisis de la Demanda	87
Demanda Actual.....	87
Proyección de la demanda	87
Análisis de la Oferta.....	88
Oferta actual.....	93
Proyección de la oferta.....	93
Demanda potencial a satisfacer.....	94
Análisis de Precios	95
Estrategias de Mercadeo	96
Estrategias para el Servicio.....	96
Estrategias para el Precio	96
Estrategias para la Plaza o Distribución.....	96
Estrategias para la Promoción y Publicidad.....	97
Conclusiones del Estudio de Mercado	97
CAPÍTULO IV.....	98
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	98
Localización del proyecto	98
Macro localización.....	98
Micro localización	99
Identificación de los posibles lugares	99
Matriz de factores que intervienen.....	100
Matriz de factores ponderada.....	100
Ubicación estratégica de la Microempresa	102
Elementos de la Designación del Proyecto	102
Nombre del Proyecto	102
Logotipo.....	103
Tamaño del proyecto.....	103
Capacidad del proyecto.....	103
Ingeniería del proyecto	104
Flujograma del proceso del proyecto	105
Distribución de la planta	106
Área de operación	106

Área administrativa.....	106
Requerimientos Técnicos.....	107
Inversión	107
Activos Fijos	107
Capital de trabajo	112
Resumen de la inversión	119
Conclusión del estudio técnico	119
CAPÍTULO V.....	120
ESTUDIO FINANCIERO	120
Inversión del proyecto.....	120
Activos depreciables	120
Estructura del financiamiento	121
Amortización.....	121
Pago de intereses.....	123
Pago de capital	123
Presupuesto de costos y gastos	123
Insumos directos	124
Insumos indirectos	125
Talento humano	125
Gastos directos proyectados.....	126
Depreciaciones de activos no corrientes	127
Proyección de arriendo	130
Gastos administrativos	131
Gasto publicidad	131
Gasto Mantenimiento.....	131
Estados financieros proforma	132
Estados iniciales de situación financiera.....	132
Estado de resultados o de ingresos proyectado.....	132
Flujos de efectivo.....	134
Evaluación financiera.....	134
Determinación del costo de capital	134
Tasa de rendimiento medio.....	135
Valor actual neto	135

Tasa interna de retorno.....	137
Periodo de recuperación.....	137
Relación costo - beneficio.....	138
Punto de equilibrio.....	139
CAPÍTULO VI.....	141
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL.....	141
La Microempresa	141
Nombre	141
Conformación jurídica	141
Misión	145
Visión.....	145
Políticas.....	146
Valores	146
Estructura organizacional.....	147
Manual de funciones	148
Administración.....	148
Contador (a)	150
Cajero (a)	151
Cocinero.....	152
Mesero.....	153
Control Interno de la Microempresa	155
Control Interno Financiero.....	155
Control Interno de Inventario.....	155
CAPÍTULO VII	156
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	156
Impactos.....	156
Impacto Social	157
Impacto Económico	158
Impacto Empresarial	159
Impacto Cultural	160
CONCLUSIONES	161
RECOMENDACIONES.....	163
BIBLIOGRAFÍA	164

LINKOGRAFÍA	165
Anexo.....	166
Anexo N°1 Encuesta dirigida a las personas de la ciudad de Ibarra	167
Anexo N°2 Encuesta dirigida a las heladerías de la ciudad de Ibarra.....	170
Anexo N°3 Proforma.....	172
Anexo N°4 Insumos directos.....	173
Anexo N°5 costos indirectos de fabricación	174
Anexo N°6 Sueldos y salarios	175
Anexo N°7 Punto de equilibrio	180

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de Relación Diagnóstica.....	32
2. Población del Cantón Ibarra.....	36
3. Población Urbana y Rural del Cantón Ibarra.....	36
4. Instituciones Financieras de la Ciudad de Ibarra	41
5. Matriz AOOD.....	42
6. Clasificación de las Mipymes en el Ecuador	45
7. Matriz de Estudio de Mercado	72
8. Proyección de Población en ocupación de la Zona Urbana del Cantón Ibarra	73
9. Heladerías encuestadas en la zona urbana del cantón Ibarra	74
10. Población a Investigar del Cantón Ibarra.....	74
11. Frecuencia de Compra	77
12. Precio	78
13. Competencia	79
14. Producto	80
15. Conocer la calidad del producto	81
16. Nivel de Aceptación.....	82
17. Plaza.....	83
18. Precio	84
19. Nivel de Satisfacción	85
20. Promoción.....	86
21. Demanda Actual.....	87
22. Proyección de la Demanda Actual	88
23. Materia Prima.....	89
24. Proceso de Elaboración.....	90
25. Abastecimiento de Insumos	91
26. Volumen de Ventas.....	92
27. Oferta Actual.....	93
28. Oferta Proyectada.....	94
29. Demanda Potencial a Satisfacer.....	95
30. Posibles lugares para ubicación de la empresa	99
31. Matriz de factores que intervienen.....	100

32. Ponderación de factores principales.....	101
33. Capacidad Diaria.....	104
34. Capacidad mensual y anual.....	104
35. Costo de infraestructura	108
36. Requerimientos de muebles y enseres	108
37. Requerimiento de Equipo de Oficina.....	109
38. Requerimiento de equipo de computación.....	110
39. Maquinaria y Equipo.....	111
40. Requerimiento de menaje y utilería	112
41. Insumos Directos	113
42. Insumos indirectos	113
43. Sueldos y salarios.....	114
44. Talento humano	115
45. Servicios básicos.....	115
46. Gasto de Publicidad	116
47. Gasto Arriendo.....	116
48. Gasto mantenimiento	117
49. Gasto de organización.....	117
50. Gasto administrativos.....	117
51. Capital de trabajo	118
52. Resumen de la Inversión.....	119
53. Activos depreciables	121
54. Estructura del financiamiento	121
55. Tabla de Amortización.....	122
56. Pago de Intereses.....	123
57. Pago de Capital	123
58. Insumos directos	124
59. Insumos indirectos	125
60. Ponderación de remuneración.....	125
61. Talento Humano.....	126
62. CIF Gastos directos proyectados	127
63. CIF Fijo proyectado	127
64. Depreciaciones de activos no corrientes	128

65. Distribución de la depreciación	129
66. Distribución de la depreciación del área administrativa	129
67. Distribución de la depreciación del área operativa	130
68. Proyección de gasto arriendo	130
69. Gastos administrativos	131
70. Gastos de publicidad	131
71. Gasto de mantenimiento	131
72. Estado inicial de situación financiera	132
73. Estado de resultados proyectado	133
74. Flujos de efectivo proyectado	134
75. Costo de capital.....	135
76. Valor actual neto	136
77. Periodo de recuperación corriente	137
78. Costo beneficio	138
79. Matriz de valorización	156
80. Impacto Social	157
81. Impacto Económico	158
82. Impacto Empresarial	159
83. Impacto Cultural	160

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Ubicación Geográfica del cantón Ibarra	34
2. Clima de Ibarra	35
3. Densidad Poblacional del cantón Ibarra	37
4. Ordenanza Municipal.....	38
5. Locales comerciales de la Ciudad de Ibarra	39
6. Atención en local modalidad self - service	49
7. Self – Service de Frutas	49
8. Heladería Self - Service	50
9. Selección de la fruta.....	69
10. Picado de la fruta	69
11. Helado de Paila	70
12. Ensaladas de Frutas con Aderezos	70
13. Ensaladas de Frutas sin Aderezos	71
14. Frecuencia de Compra	77
15. Precio	78
16. Competencia	79
17. Producto	80
18. Conocer la calidad del producto	81
19. Nivel de Aceptación.....	82
20. Plaza.....	83
21. Precio	84
22. Nivel de Satisfacción	85
23. Promoción.....	86
24. Materia Prima.....	89
25. Proceso de Elaboración.....	90
26. Abastecimiento de Insumos	91
27. Volumen de Ventas.....	92
28. Macro localización del Proyecto.....	98
29. Ubicación	102
30. Logotipo.....	103
31. Flujo de proceso de producción	105

32. Distribución de la planta	106
33. Organigrama estructural de la heladería self – service “LA PELUSITA”	148

PRESENTACIÓN

El presente proyecto radica en efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa modalidad self-service de frutas y helados en la ciudad de Ibarra, el mismo que consta de siete capítulos.

En el Capítulo I, en el inicio del presente estudio, está orientado a desarrollar un diagnóstico que permita identificar la situación actual en la que se encuentra la población de la ciudad de Ibarra. Incluye: objetivos, matriz diagnóstica, presentación de hallazgos, la población diagnóstica, matriz AOOD.

En el Capítulo II, se conceptualiza los diferentes términos para mejorar la comprensión del proyecto. Incluye: Términos de Microempresa, Términos de Emprendimiento, Términos de Estudio de Mercado, Términos del Estudio Técnico, Términos del Estudio Financiero y Términos de la Estructura Organizativa.

En el Capítulo III, se analiza el Estudio de Mercado y contiene: introducción, objetivos, matriz de estudio de mercado y los resultados de la investigación de mercado.

En el capítulo IV, se analizan: localización del proyecto, elementos de la descripción del proyecto, requerimientos técnicos y la inversión.

En el capítulo V, se presenta en detalle los diferentes presupuestos: Infraestructura, ingresos, costos fijos, costos variables, gastos, proyecciones financieras e indicadores financieros como el VAN, la TIR, punto de equilibrio, relación beneficio – costo y el periodo de recuperación de la inversión total.

En el Capítulo VI, se va a elaborar la estructura organizacional del proyecto. Incluye: conocer la normativa que tendrá la microempresa y a la vez el establecimiento de su misión, visión,

principios, funciones, valores y el control interno con los cuales permitirá el normal desarrollo de la entidad.

En el Capítulo VII, se destacan los principales impactos que ocurrirán con la ejecución del proyecto, los mismos expresarán una aportación de tipo cualitativo y cuantitativo que se expresarán en la solución de problemas de carácter social, económico, empresarial y cultural en la población de Ibarra.

INTRODUCCIÓN

Siendo Ibarra una ciudad eminentemente turística, se realiza el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, basada en la modalidad de self-service o auto servicio, permitiendo que mejore la atención al cliente en los gustos por las maravillosas frutas que posee el Ecuador en general y por supuesto nuestra provincia.

Cada vez que los turistas llegan a nuestra ciudad, buscan algo diferente, novedoso que les permita distraer, disfrutar y relajarse del diario vivir, tan apurado y apretado con el tiempo; en tal virtud la creación de un nuevo negocio de servicio y atención al cliente permite que todas las personas indistintamente de su pensamiento religión o credo, pongan en primer lugar el deseo de satisfacer a su paladar con cosas maravillosas que nos brinda nuestra tierra como son las frutas.

En nuestra ciudad ya existen lugares tradicionales donde a diario las personas acuden a saborear los deliciosos helados de diferente sabor, así como también las tradicionales ensaladas de frutas , pero al mismo tiempo, se escucha decir que no hay un cambio y una variedad en el servicio ya que todas mantiene la misma modalidad del mostrador y escogen las cosas para servirse , éste proyecto se encamina a que las personas puedan consumir las frutas de su agrado y lo hagan de manera distinta es decir al peso.

La presente propuesta permite innovar éste servicio tradicional de los helados de paila y las ensaladas de fruta, permitiendo al usuario poner en práctica su gusto e imaginación para hacer su propia ensalada utilizando otras frutas que por el costo no las ponen en las ensaladas que comúnmente se sirven, además podrán tomar sus propios aditamentos extras como grajeas, avena, queso, yogurt, entre otros.

Hay que tomar en cuenta que éste trabajo de investigación ha permitido poner en práctica todos los conocimientos recibidos en el aula de clase y que han permitido realizar el estudio de factibilidad para la creación de ésta empresa nueva en el mercado regional.

De ésta manera el nuevo empresario podrá lograr satisfacer una las necesidades alimenticias de la ciudadanía, incorporándose al mercado productivo, favoreciendo al mismo tiempo a los pequeños productores frutales entre otros , además permitirá dar trabajo a otras personas que lo necesitan , promueve el turismo en la ciudad con una oferta novedosa que no existe hasta hoy y logrará mantener como empresario al dueño del proyecto que es un sueño que todos tienen “ SER EL DUEÑO DE UN NEGOCIO PROPIO”.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- **Objetivo General**

Elaborar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa modalidad self-service de frutas y helados en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

- **Objetivos Específicos**

- Conocer la situación actual en el sector de heladería de Ibarra, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas - científicas que sustenten el proyecto a través de la investigación bibliográfica y lincográfica.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar el volumen de oferta y demanda potencial, mediante la investigación de campo sobre los servicios de heladerías que se ofertan en la ciudad de Ibarra e identificar el nivel de aceptación que tendrá el nuevo servicio.
- Elaborar un Estudio Técnico que permita determinar la ubicación del proyecto y los recursos necesarios para su ejecución.
- Hacer la evaluación económica de la propuesta para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Establecer la estructura orgánica funcional y la normativa legal que permita la normal ejecución del proyecto.
- Determinar los principales impactos que se generarán en la realización del emprendimiento.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto ha sido creado para satisfacer la demanda de SELF- SERVICE que no existe en nuestra ciudad en el área de ensaladas de frutas y helados que son productos que se consideran como platos tradicionales de Ibarra al mismo tiempo que permiten al creador del proyecto innovar éste tipo de negocios ya existentes que le permitirá generar un medio de vida propio sin esperar ser un empleado público y ayudando con la economía de su hogar y el de las personas que lo acompañarán en el local; Hay que tomar en cuenta para éste proyecto que el ingreso diario de personas por trabajo estudio u otra actividad ya sea turística o de paso a la ciudad de Ibarra es grande y aumenta cada día como capital de provincia, contribuyendo además a que disfruten del clima cálido donde se encuentra nuestra ciudad que le da ése atractivo especial y que motiva a que la gente consuma los productos que se generan acá con mucho agrado. Para éste proyecto se han tomado en cuenta además a los pequeños productores de fruta que por lo general negocian sus cosechas en la feria popular y solidaria y que no utilizan pesticidas tóxicos si no que han aprovechado sus conocimientos ancestrales para el cuidado de las planta o se han servido de las recomendaciones dadas por los funcionarios públicos que mantiene los proyectos de huertos familiares comunitarios que se mantiene en las zonas aledañas a nuestra ciudad tomando en cuenta que aquí tenemos frutas que se dan en la sierra como en la costa. Este proyecto enmarca un sinnúmero de actividades tradicionales y de servicio que lograrán satisfacer la demanda de los turistas nacionales y extranjeros ya que los sabores de los helados que se despondrán en el local también son nuevos y creativos y que ayudarán a conocer la variedad de productos alimenticios que el Ecuador posee y nuestra tierra maravillosa produce.

METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Método Inductivo:

Este método va a ser utilizado en la presente investigación para conocer de mejor manera la realidad, aplicando entrevistas y encuestas que se realizarán en la ciudad de Ibarra para poder determinar así la demanda y oferta que existe para el proyecto.

Método Analítico:

Este método permitirá conocer más del objeto de estudio, esto se logrará a través de la investigación que se realizará en la ciudad de Ibarra, lugar donde se pretende implementar este proyecto, examinando las principales variables que afectarán la aplicación de una microempresa de self- service de frutas y helados.

Método Deductivo:

Este método ayudará a inferir en nuevos conocimientos, ya que permitirá conocer de manera más específica los principales fenómenos que se dan en Ibarra, a partir de la información general que existe del cantón. Este método será de gran importancia para poder establecer conclusiones sobre estos fenómenos y a la vez para comenzar a edificar el cuerpo del proyecto.

Método Estadístico:

Este método me permitirá durante la investigación del proyecto, como proceso de obtención, la representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos que se presenten en el proyecto para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Al ser Ibarra considerada desde tiempos pasados como una ciudad de turismo, la gastronomía ha sido uno de los aspectos por lo que ha sido valorada y reconocida a nivel nacional y mundial.

Es así que en nuestra existen sitios a los que acuden propios y extraños a degustar lo más sabrosos platos como los helados de paila, las ensaladas de frutas, las empanadas de morocho entre otras, pero al mismo tiempo, durante estos últimos años su crecimiento comercial no ha despegado con la visión que analistas económicos han pronosticado es así que todavía encontramos los sitios tradicionales que mantienen tanto su decoración como la forma de servicio y atención al cliente.

El presente proyecto productivo, permite implementar un sistema novedoso de servicio y alimentación que aún no se ha aplicado en esta ciudad, como es el servicio de self – service en el área de frutas y helados, permitiendo de esta manera que el consumidor deguste y satisfaga su paladar con la frutas de su agrado.

Para desarrollar este proyecto, en su investigación de factibilidad se ha tomado en cuenta, la normativa municipal referente al fomento de unidades de economía popular y solidaria, también los temas referentes a la investigación de campo ya que han permitido obtener información directa sobre el movimiento comercial de la ciudad de Ibarra. Esta información sirvió como base de datos para aplicar el estudio de mercadeo, técnico,

presupuestario contable, financiero, estadístico, administrativo, los mismos que de acuerdo a su resultado arrojan cifras positivas de factibilidad para ejecución de este proyecto como una microempresa ibarreña.

1.2 Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

Conocer la situación actual en el sector de heladería de Ibarra, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Examinar el entorno geográfico de la ciudad de Ibarra.
- Analizar sobre los aspectos demográficos de la ciudad de Ibarra.
- Conocer la normativa legal respecto a la creación de nuevas microempresas.
- Determinar el uso de tecnología en el sector de heladerías en la ciudad de Ibarra.
- Estudiar los aspectos económicos en la ciudad de Ibarra

1.3. Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro 1

Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Fuente	Técnica	Población Informante
Examinar el entorno geográfico de la ciudad de Ibarra.	Entorno Geográfico	Ubicación Clima	Secundaria	Bibliográfica	SENPLADES G.A.D. de Ibarra
Analizar sobre los aspectos demográficos de la ciudad de Ibarra.	Aspectos Demográficos	Población Densidad Poblacional Tasa de Crecimiento	Secundaria	Bibliográfica	SENPLADES INEC G.A.D. de Ibarra
Conocer la normativa legal respecto a la creación de nuevas microempresas.	Política de apoyo al emprendimiento	Normativa Legal	Secundaria	Bibliográfica	G.A.D. de Ibarra
Determinar el uso de tecnología en el sector de heladerías en la ciudad de Ibarra.	Tecnología	Número de locales proveedores de Tecnología	Secundaria	Bibliográfica	G.A.D. de Ibarra
Estudiar los aspectos económicos en la ciudad de Ibarra.	Economía	Actividades Económicas Desempleo Población Económicamente Activa Financiamiento	Secundaria	Bibliográfica	SENPLADES INEC G.A.D. de Ibarra

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

1.4. Mecánica Operativa

1.4.1 Información Secundaria

La información secundaria que se ha investigado para amparar el diagnóstico situacional, se basa principalmente en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de Ibarra de 2012, la normativa legal del GAD de Ibarra en el 2015, en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y en la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).

1.5. Desarrollo de la Matriz Diagnóstico

1.5.1. Entorno Geográfico

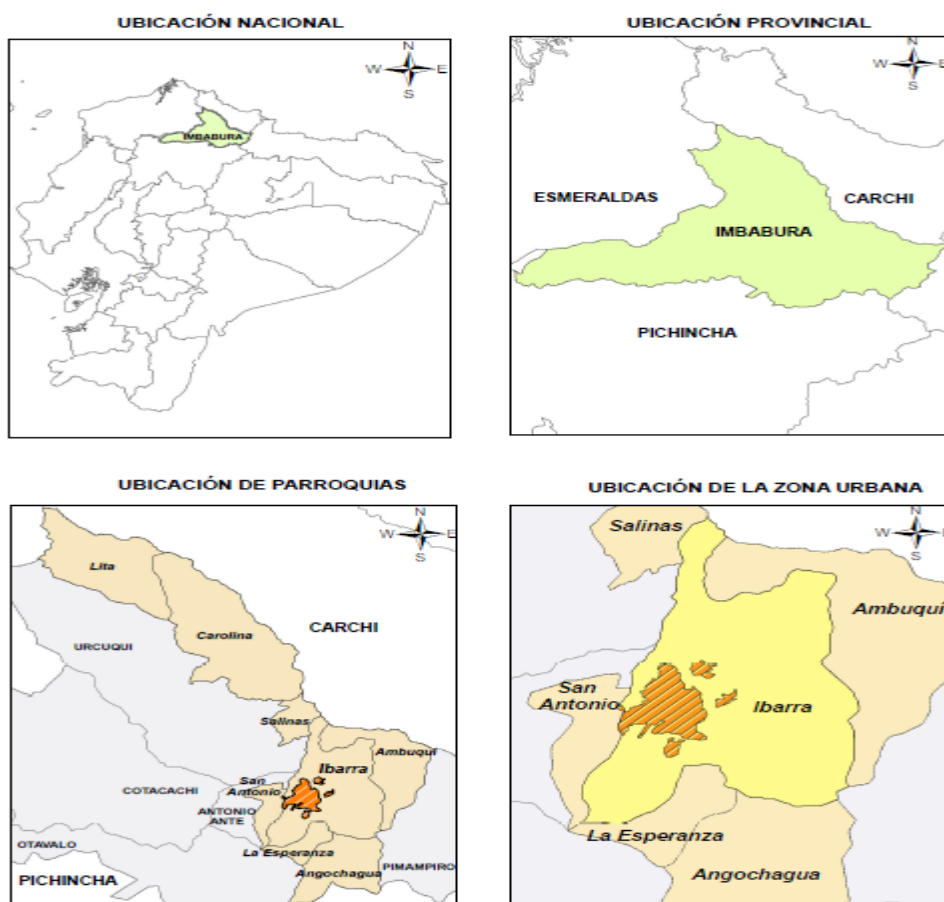
Ubicación

El cantón Ibarra se encuentra en la región norte del Ecuador, pertenece a la provincia de Imbabura, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros s.n.m; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES

Gráfico 1

Ubicación Geográfica del cantón Ibarra



Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Clima

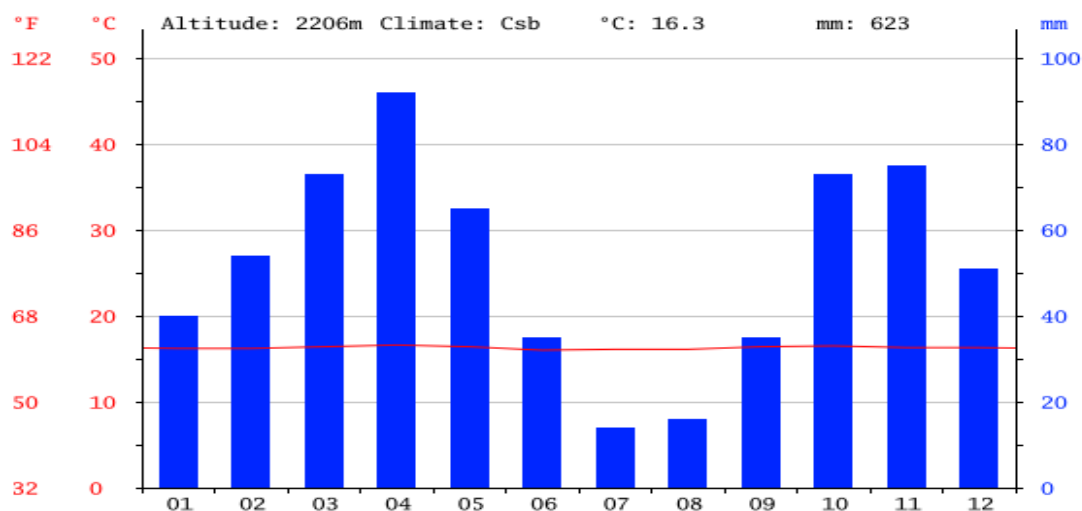
El cantón Ibarra tiene una variedad de climas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, donde se incluye el clima cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina. La ciudad de Ibarra presenta una temperatura media de 15.90°C , con una variación mínima menor a 0.3°C . Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25°C y una mínima media entre los 7 y 11°C .

Actualmente el clima de la ciudad de Ibarra ha variado ya que se sienten olas de calor que han llegado hasta los 32 grados y olas de frío que han bajado hasta los 7°C . Estas

variaciones climáticas influyen en el estado anímico de las provocando un mayor consumo de productos refrescantes, a lo que se hace referencia para ser tomado en cuenta dentro del proyecto con la promoción de los helados de sabores tradicionales y no tradicionales permitiendo al consumidor degustar sabores nuevos y el consumo de frutas frescas como parte de su alimentación diaria.

Gráfico 2

Clima de Ibarra



Fuente: wwwes.climate-data.org/
Año: 2015

1.5.2. Aspectos Demográficos

Población

La población del cantón Ibarra al 2010, según el INEC es de 181.175 habitantes, distribuida la población de hombres que en 87.786 habitantes, y la población de mujeres que es de 93.389 habitantes, siendo estos de raza mestiza, indígena y negra. Esta población se encuentra ubicada tanto en la zona urbana y rural del cantón Ibarra; la cual será motivo de estudio en el presente proyecto. La población se encuentra distribuida en el siguiente cuadro.

Cuadro 2**Población del Cantón Ibarra**

Habitantes	Número
Hombres	87.786
Mujeres	93.389
Total	181.175

Fuente: INEC 2010
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

Cuadro 3**Población Urbana y Rural del Cantón Ibarra**

	Hombres	Mujeres	Total
Ibarra	67.165	72.556	139.721
Ambuqui	2.707	2.770	5.477
Angochagua	1.510	1.753	3.263
Carolina	1.448	1.291	2.739
La Esperanza	3.686	3.677	7.363
Lita	1.788	1.561	3.349
Salinas	887	854	1.741
San Antonio	8.595	8.927	17.522
Total	87.786	93.389	181.175

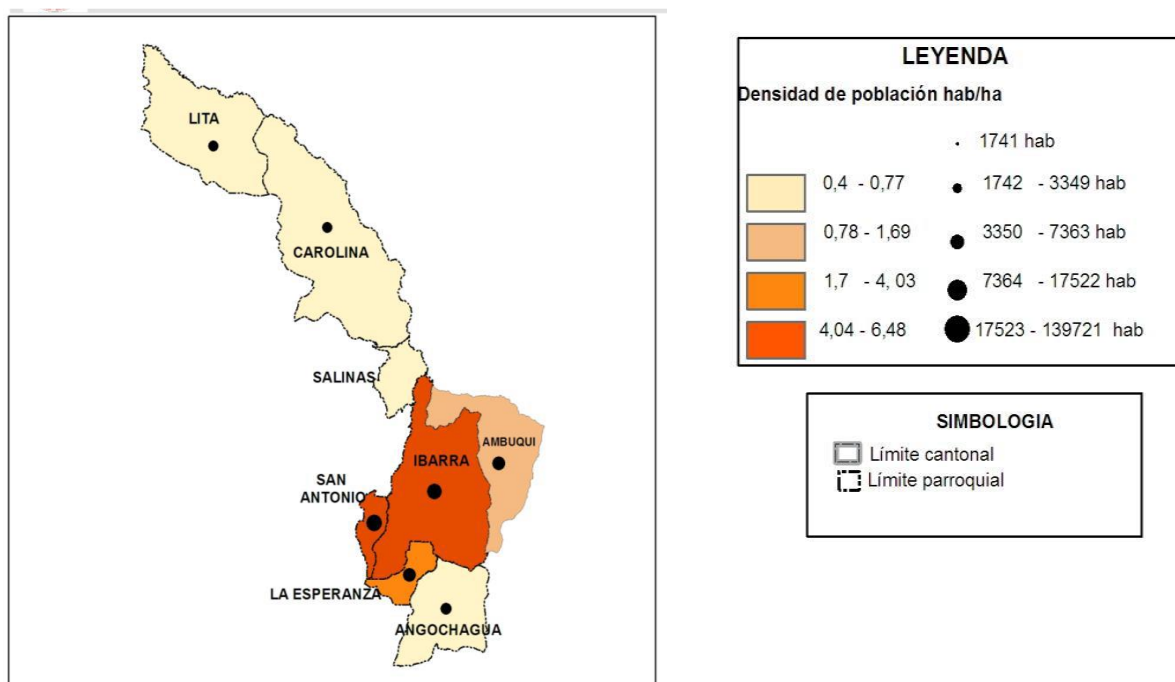
Fuente: INEC 2010
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

Densidad Poblacional

Actualmente en la provincia de Imbabura, el cantón Ibarra es el tercer cantón con mayor índice demográfico dentro de la provincia de 164 hab/km². Si bien el índice demográfico no es el mayor a nivel provincial el porcentaje de concentración poblacional es el más alto con el 45.49%. Estos datos nos conllevan a analizar la evolución de la población dentro del cantón, es decir cómo se distribuye la población según la estructura del territorio. La población urbana de la asciende a 139.721, que representa el 72.8% de la población total del cantón Ibarra. En el área rural, viven 49.319 personas, que representa el 27.2% de la población.

Gráfico 3

Densidad Poblacional del cantón Ibarra



Fuente: INEC 2010.
Año: 2015

Tasa de Crecimiento

Según el INEC, el cantón Ibarra se encuentra en constante crecimiento y evolución, ya que la tasa de crecimiento poblacional del cantón para el año 2010 es de 1,9%, realizando una comparación a nivel nacional y provincial, esta tasa de crecimiento poblacional es mayor con respecto a la tasa provincial que es 1,6% y a la tasa nacional del 1,52 %, del censo realizado en el 2010. Sin embargo en la zona urbana de la ciudad de Ibarra, la tasa de crecimiento es del 2,02% debido al constante crecimiento del casco urbano de la ciudad.

1.5.3. Política de Apoyo al Emprendimiento

Normativa Legal

Para desarrollar el presente proyecto, se ha tomado en cuenta en el aspecto legal, la siguiente normativa que consta en la ordenanza municipal sobre la Promoción y

Fortalecimiento del Desarrollo Económico y Social de Economía Popular y Solidaria que dice textualmente lo siguiente:

Gráfico 4

Ordenanza Municipal



Artículo 2.- Ámbito de aplicación.- La presente ordenanza rige para las formas de organización económica popular y solidaria, sectores cooperativistas, asociativos, comunitarios, empresariales y las Unidades Económicas Populares, como personas naturales o jurídicas, que actúan en el Cantón Ibarra y buscan realizar actividades económicas de manera sustentable y sostenible.

Se sujetan además a estas disposiciones las dependencias municipales que ejercen las funciones de rectoría, ejecución, regulación, control, fomento, fortalecimiento y acompañamiento de los procesos de la Economía Popular y Solidaria.

Esta ordenanza no se aplica a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

No serán aplicables las disposiciones de la presente ordenanza, a las mutualistas, fondos de inversión ni a las formas societarias de capital prescritas en la Ley de Compañías; a las Empresas Unipersonales y de Responsabilidad Limitada; y las Empresas Públicas.

Artículo 3.- Objeto.- La presente Ordenanza tiene por objeto:

- a. Promover la Economía Popular social y Solidaria en su ejercicio y en la relación con la municipalidad y con las otras formas de organización económica;
- b. Fortalecer el desarrollo económico y social incluyente e inclusivo en el Cantón Ibarra
- c. El desarrollo y fortalecimiento de las posibilidades de articulación, cooperación, participación y autogestión con los sectores de la economía popular y solidaria.
- d. Potenciar las prácticas inclusivas en el marco de la economía popular y solidaria que se desarrollan en el cantón Ibarra para alcanzar el Buen Vivir.
- e. "Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y sus unidades económicas productivas para alcanzar el sumak kausay;"
- f. Establecer el marco jurídico en el cantón y su posible ampliación mediante mancomunidad, en armonía con la normativa nacional para las organizaciones que integran la Economía Popular y Solidaria;
- g. Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones que habitan en el cantón, sujetas a esta ordenanza; y,
- h. Establecer la Institucionalidad pública del Cantón que ejercerá la rectoría, promoción, ejecución, acompañamiento y control a las personas y organizaciones sujetas a esta ordenanza.

Con la normativa expuesta anteriormente, el presente proyecto podrá establecer su base de operaciones en esta ciudad y cuenta con el apoyo del G.A.D D de Ibarra.

1.5.4. Tecnología

Locales Proveedores de Tecnología

Para la puesta en marcha del presente estudio de factibilidad, es necesario contar en el aspecto tecnológico, con varios electrodomésticos que son de fácil acceso, mas no se requiere de maquinaria de primera tecnología. Esto ha permitido investigar sobre los locales que ofertan estos bienes en la ciudad de Ibarra que aproximadamente son 2929 locales comerciales siendo los más representativos: Artefacta, Almacenes la Ganga, Comandato, Almacenes Japón, Point Technology, Computrón, Saz Computers, World Computers, TV Cable, Direct TV, entre otras.

Gráfico 5

Locales comerciales de la Ciudad de Ibarra

VENTA AL POR MENOR Y MAYOR, MANTENIMIENTO DE AUTOMOTORES, VENTA DE EFECTOS PERSONALES						
CIU	Subclasificación CIU	Nº LOCALES	% LOCALES	TIPO DE ACTIVIDAD	INGRESOS TOTALES (\$U.S)	PORCENTAJE INGRESOS
	G1	341	9,99	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA AUTOMOTORES.	138799323,7	28,31
	G2	145	4,25	COMERCIO AL POR MAYOR Y EN COMISION, EXCEPTO EL COMERCIO DE VEHICULOS, AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	135113782,8	27,56
	G3	2929	85,77	COMERCIO AL POR MENOR, REPARACION DE EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS, EXCEPTO EL COMERCIO DE VEHICULOS, AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	216368170,7	44,13
TOTAL		3415	100		490281277,2	100
TOTAL CANTONAL		3415	54,95		490.281.277,20	73,33

Fuente: G.A.D. de Ibarra
Año: 2015

1.5.5. Economía

Población Económicamente Activa y Actividades Económicas

La estructura económica del cantón Ibarra la marca la Población Económicamente Activa (PEA) que para el 2010 la tasa de crecimiento es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios.

Según los datos analizados del INEC en el 2010, el sector de servicios es el más representativo a nivel cantonal con el 58,02%, con sus principales actividades de “comercio al por mayor y menor”, enseñanza, administración pública y transporte, esto evidencia la tendencia de crecimiento a la zona urbana con el establecimiento de locales, infraestructura educativa y red vial dentro del casco urbano, haciendo que los tipos de ocupación de la población a nivel cantonal sea el de trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado. Le sigue aunque con menos porcentaje el sector de industrias que representa el 19,38% y el sector agropecuario que representa el 11,61 %.

Desempleo

Tomando como base el porcentaje de desocupación, la única ciudad en el país que presentó un índice mayor a la media nacional urbana (9,1%) a marzo de 2010, fue Guayaquil (12,3%); teniendo en cuenta que esta ciudad representa el mayor porcentaje de población urbana, con alrededor del 24% del total, por lo que su incidencia en la tasa de desocupación total nacional es considerable.

Por otro lado, Machala (8%), Quito (7,1%), Cuenca (3,7%) y Ambato (3,1%) presentaron una tasa de desempleo menor a la media nacional, aunque en las cinco ciudades, en especial Ambato, se presenta una elevada tasa de subempleo. A pesar de que la tasa de

desempleo urbano a nivel nacional aumentó de marzo 2009 a marzo 2010, en las cinco ciudades de referencia dicha tasa disminuyó. Esto significa que el incremento del desempleo tuvo lugar en los restantes 122 centros urbanos del país. Tal es así que para el Cantón Ibarra se asume una tasa de entre el 3 y el 3,5%.

Financiamiento

En la ciudad de Ibarra, existen entidades financieras que apoyan a los emprendimientos otorgando créditos con buenas tasas de interés que a la vez son reguladas por el Banco Central del Ecuador, para el normal funcionamiento de los negocios y fomentando así el comercio en el cantón.

Cuadro 4

Instituciones Financieras de la Ciudad de Ibarra

Cooperativas	Bancos	Otros
23 de Julio	Nacional de Fomento	Mutualista Pichincha
29 de Octubre	Internacional	Mutualista Imbabura
Unión el Ejido	Pichincha	FODEMI
Artesanos	Pacífico	CFN
Pilahuin Tío	Austro	FINANCORP
Acción Imbaburapak	Finca	Sociedad Financiera Ecuatoriana
Atuntaqui	Produbanco	BIESS
Pablo Muñoz Vega	Bolivariano	Banco de la Vivienda
Tulcán	Guayaquil	
San Gabriel	UNIBANCO	
Amazonas	Solidario	
Policía Nacional	Proamérica	
	ProCredit	

1.6. Matriz AOOD

Cuadro 5

Matriz AOOD

ALIADOS		OPORTUNIDADES	
1.	Existe una buena oferta de productos de frutas como mora, guanábana, taxo, tamarindo, ovo, mango, limón, coco, naranjilla, frutilla, , mandarina, guineo, papaya.	1.	El GAD de Ibarra sobre el fomento de microempresas, impulsan el crecimiento de emprendimientos en el cantón Ibarra.
2.	Los medios de comunicación como radio, televisión y redes sociales que puedan ayudar a la difusión del proyecto.	2.	El cantón Ibarra por ser reconocido tradicionalmente por los helados de paila y las ensaladas de frutas, fomenta el crecimiento de la demanda en función del consumo de ensaladas de frutas y helados.
3.	Los supermercados y mercados de la ciudad de Ibarra, donde se va adquirir la insumos necesarios para la elaboración de los helados y preparación de la frutas para llevarlas al exhibidor.	3.	Oferta de un nuevo servicio en el consumo de ensaladas de frutas y helados.
4.	Los locales que ofertan productos tecnológicos y electrodomésticos en la ciudad de Ibarra, en donde se piensa adquirir estos bienes para el desarrollo del proyecto.	4.	Las Instituciones Financieras, que otorgan créditos para el fomento de emprendimientos en el cantón Ibarra.
5.	El clima de la Ciudad de Ibarra, que influye en las personas para el consumo de frutas refrescantes y helados de sabores tradicionales y no tradicionales.		
OPONENTES		RIESGOS	
1.	Excesiva competencia de heladerías que ofertan productos similares, lo cual constituye un desafío en la ejecución del proyecto.	1.	Ubicación errónea del lugar del proyecto.
2.	Costos muy elevados en el arriendo de los locales comerciales, restan oportunidades de gestión comercial.	2.	La competencia puede optar por ofertar un servicio similar al del proyecto.
3.	Información histórica de oferta y demanda escasa de ensaladas de frutas y helados en la ciudad de Ibarra, que sirvan como base para la presente investigación.		

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

1.7. Determinación de la Oportunidad de Inversión

Una vez que se ha realizado el diagnóstico situacional, se concluye que en el cantón Ibarra existen las condiciones suficientes para la creación de un microempresa modalidad self - service en base a la preparación de frutas y helados en el sector preponderante del proyecto.

En Ibarra no existe ningún local que ofrezca este nuevo tipo de servicio, pero existen locales que ofertan con sus servicios productos sustitutos, tales como las heladerías tradicionales que existentes en el cantón.

Los precios de comercialización de los platos típicos en el cantón Ibarra, tienen una alta aceptación por los clientes dependiendo de su poder adquisitivo, existiendo lugares en los que el producto se oferta a un valor muy alto debido a la marca y prestigio del local, presentándose así, una oportunidad de competir en función del precio.

Al analizar la calidad de los productos, que servirán para que el cliente elabore su platillo de ensalada de frutas o helados, se pretende ofertar una variedad de frutas preparadas manteniendo la calidad y la excelencia brindando un servicio eficiente y eficaz.

Una vez investigados los puntos anteriores, se puede comprobar que es factible poner en marcha este proyecto debido a que existen las condiciones legales, de mercado y del entorno para poderlo implementar en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”. (Gómez, 2012, pág. 38)

La microempresa es una organización pequeña que realiza actividades económicas, dedicado a los diferentes sectores de la producción, donde se utiliza pocos recursos, pero genera trabajo y dinamiza el sector económico local.

2.1.1. Definición y Clasificación de las Mipymes en el Ecuador

Según el Registro Oficial, (2010), Título I, Capítulo I, Art. 53: “La Micro,

Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicio, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código”.

Las micros, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador constituyen un factor importante en la economía del país, ya que permiten la generación de empleo y al mismo tiempo son proveedores de bienes y servicios básicos para la sociedad.

Cuadro 6
Clasificación de las Mipymes en el Ecuador

Variab les	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa
Personal Ocupado	1 - 9	10 - 49	50 - 199
Valor Bruto de las ventas anuales	< 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000
Montos Activos	Hasta US \$ 100.000	De US \$ 100.001 hasta US \$ 750.000	De US \$ 750.001 hasta US \$ 3,999.999

Fuente: Superintendencia de Compañías, Resolución 1260 (2010)

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

2.1.2. Características de una Microempresa

(Rojas, 2010) Manifiesta las siguientes características de lo posee una microempresa:

- *La administración de la microempresa es independiente, por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.*
- *El capital de las microempresas generalmente es aportado por una persona o por un grupo de pequeño de ellas.*
- *El radio de operación es local y los propietarios y empleados se ubican en la misma región.*
- *El tamaño relativo de la microempresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve.*
- *Es pequeña cuando se compara con unidades más grandes.*

2.1.3. Clasificación de la Microempresa

Según (Aguirre, 2008,) “las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser:

- **Producción:** *son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, este tipo de microempresas son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.*
- **Comercio:** *son las que tienen como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.*
- **Servicios:** *la cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.” (p.19)*

2.1.4. Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa

(Aguirre, 2008,) manifiesta que “los requisitos para que una microempresa pueda funcionar son:

- **El Registro Único de Contribuyentes:** *documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.*
- **Afiliación a las Cámaras:** *La afiliación a las Cámaras la realizan los propietarios sean estas personas naturales o jurídicas, que desarrollan cualquier actividad productiva, servicio, comercio, entre otros, solicitando voluntariamente su afiliación para obtener servicios preferentes.*
- **Patente Municipal:** *es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.*
- **Seguro Social:** *son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual deberá sacar el número patronal.*

- **Permisos de Funcionamiento:** *Se deben contar con los permisos respectivos para el funcionamiento de la empresa, tales como: El Permiso de Funcionamiento que lo emite el Cuerpo de Bomberos a todos los locales enmarcados dentro de su actividad; y el Permiso Sanitario de Funcionamiento que es otorgado por el Ministerio de Salud a través de sus respectivas direcciones provinciales.*
- **Licencia Sanitaria de venta:** *para productos alimenticios, los productos micro empresariales y artesanales para que puedan distribuir sus productos.” (pág. 20)*

Cumpliendo todos estos requisitos, la microempresa puede comenzar a realizar sus actividades de manera legal, y así pueden satisfacer al cliente ya que la microempresa será confiable, segura y podrán ir posicionándose de mejor forma en el mercado.

2.1.5. Aspectos Tributarios

SRI (2014, ps.2-30). Las personas naturales y sucesiones indivisas (herencias) deben comenzar a llevar contabilidad cuando realicen actividades empresariales en el Ecuador y cuando al 1ro de enero de cada año operen con un capital de trabajo mayor a los \$ 60 000, o cuyos costos y gastos anuales hayan sido superiores a \$ 80 000, o cuando sus ingresos brutos sean mayores a \$ 100 000 al año inmediato anterior, incluyendo para este análisis a las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Todas las personas naturales, nacionales y extranjeras, están obligadas a inscribirse en el RUC ya que estas realizan actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional.

Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deben emitir y entregar comprobantes de venta autorizados en todas sus transacciones.

Las personas naturales obligadas deben incluir la frase “Obligado a llevar contabilidad” en todos los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

Las declaraciones que deben presentar las Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad, relacionadas con su actividad económica, son las siguientes: IVA, impuesto a la renta, retención en la fuente, ICE (si fabricara productos especiales).

La Empresa deberá presentar los siguientes formularios al Servicio de Rentas Internas, que a continuación se detalla:

Formulario 102: Declaración del impuesto a la renta personas naturales.- En este formulario se debe presentar los ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA Y DE PERDIDAS Y GANANCIAS.- Trasladar los saldos de las cuentas de los Estados Financieros al 31 de diciembre del año que se declara, ajustados a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) y Normas Legales y Reglamentarias del Régimen Tributario.

Formulario 103: Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta.- Es la declaración de las Retenciones en la fuente del impuesto a la renta, que se la realiza cada mes, haya o no efectuado la empresa las retenciones por la adquisición de bienes o servicios.

Formulario 104: Impuesto al Valor Agregado.- Es la declaración mensual del IVA, por concepto de las ventas y compras de bienes y/o servicios que se realiza con tarifa 12% y/o tarifa 0%.

2.2. Definiciones

2.2.1. Self – Service

(Consumoteca , 2010) explica en su página:

Un restaurante de autoservicio o self - service es un establecimiento donde se expenden diversos platos de comida para ser consumidos en el mismo local que, en vez de ser servidos por camareros, son recogidos en el mostrador por los mismos consumidores y abonados al final del autoservicio, antes del acceso al comedor.

Gráfico 6

Atención en local modalidad self - service



Fuente: Internet
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 7

Self – Service de Frutas



Fuente: Internet
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 8
Heladería Self - Service



Fuente: Internet
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

2.2.2. Alimentación

(Asociación 5 Al Día, 2015) explica en su sitio Web:

*La **alimentación** es el conjunto de acciones mediante las cuales se proporcionan alimentos al organismo. Abarca la selección de alimentos, su cocinado y su ingestión. Depende de las necesidades individuales, disponibilidad de alimentos, cultura, religión, situación socioeconómica, aspectos psicológicos, publicidad, moda, etc. Los **alimentos aportan sustancias que denominamos nutrientes**, que necesitamos para el mantenimiento de la salud y la prevención de enfermedades.*

2.2.3. Nutrición

(Asociación 5 Al Día, 2015) explica en su sitio Web:

Nutrición es la ciencia que comprende todos aquellos procesos mediante los cuales el organismo incorpora, transforma y utiliza, las sustancias químicas (nutrientes) contenidas en los alimentos. El cuerpo humano necesita los nutrientes para llevar a cabo distintas funciones:

- *Cubrir las necesidades energéticas*
- *Formar y mantener las estructuras corporales*
- *Regular los procesos metabólicos*
- *Prevenir enfermedades relacionadas con la nutrición*

2.3.- Estudio de Mercado

(Pelton & Lumpkin, 2005) mencionan que el Estudio de Mercado:

Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. (pág. 7)

El Estudio de Mercado comprende básicamente el análisis del comportamiento que hay entre la demanda, la oferta y las estrategias comerciales del bien y/o servicio, los cuales permitan el normal desarrollo del proyecto.

2.3.1. Producto

“El producto es el bien o el servicio generado por el trabajo humano, que es objeto de una transacción comercial”. (Kirchner & Castro, 2010, pág. 89)

“El producto es el resultado tangible de la acción de trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer necesidades.” (Arboleda Vélez, 2009, pág. 49)

El producto es todo lo que constituye un bien o servicio producto del trabajo humano; y que al ser vendido a un precio establecido, se enfoca siempre a satisfacer cualquier tipo de necesidad que los consumidores puedan tener.

2.3.2. Oferta

“Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores), está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”
(Baca Urbina, 2010, pág. 41)

Representa al número de productores están dispuestos a ofrecer una cierta cantidad de bienes y servicios en el mercado a un determinado precio.

a) Factores determinantes de la oferta

(Fernández Luna & Quintero Miranda, 2010, pág. 47) establecen que “ los factores determinantes de la oferta son:

- *Número de empresas del sector industrial.*
- *Capacidad productiva de las empresas existentes.*
- *Costo de los factores de producción.*
- *Técnicas de producción.”*

Para poder ingresar en el mercado, hay que analizar a la competencia, como conocer cuántas empresas hay dedicadas a la misma producción que la nuestra, es decir se debe emplear estrategias para tener mayor participación e influencia en el mercado.

2.3.3. Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

(Baca Urbina, 2010, pág. 15)

La demanda establece la cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores, el análisis de la demanda es muy importante analizarlo realizar antes de lanzar un producto al mercado, ya que de ahí depende la factibilidad del proyecto.

a) Factores determinantes de la demanda

(Fernández Luna & Quintero Miranda, 2010, págs. 30 - 31) nos indican que, *“las cantidades de un producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado, estarán determinados por los siguientes factores:*

- *Gustos y preferencias de los consumidores.*
- *Número de consumidores.*
- *Precio de los productos sustitutos.*
- *Ingresos de los consumidores.*
- *El nivel general de los precios.”*

Para conocer la demanda a la cual va a estar dirigido el producto, se debe primeramente analizar los factores determinantes que darán a conocer la demanda, que puede adquirir los productos en el mercado.

2.3.4. Precio

“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (Baca Urbina, 2010, pág. 44)

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Este valor para poder determinarlo se debe basar en el juicio de los oferentes y lo que los demandantes puedan pagar por el producto.

a) Factores determinantes del precio

(Córdova Padilla, 2011, pág. 77), establece que “el precio de venta depende de:

- *Elasticidad – precio de la demanda.*
- *Concepto de mercadotecnia de la empresa.*
- *Estructura del mercado en cuanto a la oferta y número de consumidores.*
- *Fijación de precios oficiales.*
- *Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.*
- *Estructura de los costos de operación.”*

Para determinar el precio, se debe analizar varios aspectos para poder establecer un valor adecuado, ya que dicha fijación y sus posibles variaciones, dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

2.3.5. Comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicios al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.” (Baca Urbina, 2010, pág. 48)

“Se entiende por comercialización el conjunto de actividades relacionadas con las transferencias de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.” (Fernández Luna & Quintero Miranda, 2010, pág. 49)

La comercialización toma en cuenta todas las actividades necesarias para el producto ofrecido por el vendedor llegue sin problema hasta el consumidor final.

2.3.6. Publicidad

(Lamb & McDaniel, 2009) definen a la publicidad como: *“la forma o el medio comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar son:*

- *Crear nuevas ofertas.*
- *Ofrecer cupones o vales de descuentos.*
- *Obsequiar regalos por las compras.*
- *Ofrecer descuentos por cantidad, o por temporadas.*
- *Crear sorteos o concursos entre clientes.*
- *Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.*

- *Crear boletines tradicionales o electrónicos.*
- *Participar en ferias.*
- *Crear puestos de degustación.*
- *Crear actividades o eventos.*
- *Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.” (pág. 18)*
- *Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.*
- *Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios*

Son las formas para dirigirse hacia el mercado meta con el fin de dar a conocer e incentivar el consumo, así como también la adquisición del bien o servicio.

2.4.- Estudio Técnico

“Este estudio determina la necesidad de capital y de mano de obra, necesaria para la ejecución del proyecto”. (Córdova Padilla, 2011, pág. 106)

(Guzzetta, 2013) indica que el estudio técnico: busca determinar las capacidades instaladas y utilización de la empresa, así como todos los costos de inversión y/o de operación involucrados en el proceso de producción. Cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

Una vez culminado el estudio de mercado, el estudio técnico busca tomar en cuenta lo que se necesita para lograr ejecutar el proyecto como el tamaño, localización, distribución de la planta, para el buen funcionamiento de la microempresa.

2.4.1.- Tamaño del proyecto

“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.”

(Córdova Padilla, 2011, pág. 107)

Es el volumen de producción instalado en el proyecto, así como también expresa la cantidad de producto o servicio por unidad de tiempo, tomando en cuenta el tipo de proyecto que se está implementando.

2.4.2. Localización del Proyecto

(Córdova Padilla, 2011) define a la localización del proyecto como:

El análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando. (pág. 112)

La localización del proyecto es la evaluación de factores que determinen la ubicación del proyecto, con el objetivo de lograr la máxima utilidad y al mismo tiempo el mínimo costo.

2.4.3. Macro Localización

(Córdova Padilla, 2011) indica que la Macro localización:

Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además,

compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto. (pág. 119)

Las condiciones básicas de una región son:

- *Distancia y acceso a la infraestructura.*
- *Mercados de venta amplios.*
- *Disponibilidad de insumos.*
- *Abastecimientos de energía.*
- *Industrias conexas y servicios auxiliares.*
- *Disponibilidad de mano de obra.*

2.4.4. Micro Localización

(Córdova Padilla, 2011) muestra que la micro localización:

Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.

Esta localización integra los siguientes elementos:

- *Suma de costos de fletes de insumos a la planta y el producto al mercado.*
- *La disponibilidad y los costos relativos de los insumos.*
- *Estímulos fiscales, leyes, reglamentos, condiciones generales de vida, clima,*
- *facilidades administrativas, factores externos, preferencias personales y ventajas sociales.*

(pág. 121)

2.4.5. Ingeniería del proyecto

(Córdova Padilla, 2011) asevera que la ingeniería del proyecto:

Tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución. (pág. 122)

A través de este estudio de ingeniería, se establece el proceso de producción más óptimo para utilizar de manera eficiente y eficaz los recursos disponibles en la producción de bienes y servicios.

2.5. Estudio Financiero

(Baca Urbina, 2010) define al Estudio Financiero como:

La forma de expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso. (pág. 138)

El Estudio Financiero constituye una herramienta fundamental en la determinación la factibilidad del proyecto, ya que por medio de proyecciones e indicadores financieros aportarán a la toma de decisiones que establezcan si el proyecto es rentable o no.

2.5.1. Costos de Producción

(Fundación Romero, 2012) menciona que los Costos de Producción:

En toda empresa a la hora de producir su producto o servicio, debe asumir ciertos costos que le tomará llevarlo a cabo. Normalmente estos costos dependerán de la materia prima que se utilice, la mano de obra que se necesite, el alquiler del local, el pago de impuestos y servicios como agua, electricidad, teléfono, entre otros.

2.5.2. Gastos Administrativos

“Son, como su nombre lo indica, los gastos que provienen de realizar la función de administración en la empresa.” (pág. 142)

2.5.3. Gastos de Venta

“En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia.” (Baca Urbina, 2010, pág. 142)

Son todos aquellos egresos que se generan por las actividades realizadas en el departamento de ventas.

2.5.4. Gastos Financieros

(Baca Urbina, 2010) define que los Gastos Financieros:

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es

registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. (pág. 143)

2.5.5. Depreciaciones

“El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian.” (Baca Urbina, 2010, pág. 144)

Las depreciaciones se aplican a los activos fijos por el uso o desuso que han tenido en un periodo de tiempo determinado.

2.5.6. Estado de Resultados Integral

(Andrade de Guajardo & Guajardo Cantú, 2014) afirman que:

Resume los resultados de las operaciones de la compañía referentes a las cuentas de ingresos y gastos de un determinado periodo. Del estado de resultados se obtienen los resultados de las operaciones para determinar si se ganó o perdió en el desarrollo de estas. (pág. 135)

2.5.7. Estado de Situación Financiera

(Andrade de Guajardo & Guajardo Cantú, 2014) afirman que:

Es un informe en el cual se presenta información útil para la toma de decisiones en cuanto a la inversión y el financiamiento. En él se muestra los montos del activo, pasivo y capital contable en una fecha específica, es decir, se presentan los recursos con que cuenta la empresa, lo que debe a sus acreedores y el capital aportado por los dueños. (pág. 137)

2.5.8. Valor Actual Neto (VAN)

(Salazar, 2010) afirma que:

El Valor Presente Neto de un proyecto consiste en que una vez construido el flujo de los ingresos netos y los egresos netos del proyecto se descuenten los mismos al costo de oportunidad, esto es, se traigan a su valor equivalente actual una vez que se tengan todos ellos en el momento cero. (pág. 104)

El valor presente Neto es el resultado de restar la suma de los flujos proyectados menos la inversión inicial.

2.5.9. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Baca Urbina, 2010, pág. 184)

La Tasa Interna de Retorno permite conocer el porcentaje de rentabilidad en el cual el proyecto obtiene año a año durante su permanencia.

2.5.10. Relación Costo Beneficio

(Pimienta Hernández, 2013) comenta que:

La relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

La relación costo – beneficio permite conocer cuánto gana el proyecto por cada dólar que se ha invertido.

2.5.11. Periodo de Recuperación de la Inversión

(Córdova Padilla, 2011) define al Periodo de Recuperación de la Inversión como:

El instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al período de recuperación. (pág. 234)

El periodo de recuperación de la inversión en un proyecto debe cumplirse en un plazo máximo de cinco años, y para ello hay que realizar los flujos netos de efectivo que permitan conocer en cuanto tiempo se va a recuperar el capital invertido y determinar si es factible seguir con el proyecto o no.

2.6.- Estructura Organizacional

(Sánchez Gómez, 2014) en su texto establece que la estructura organizacional :

Se refiere conjuntamente a los conceptos de distribución y orden. La distribución tiene que ver con los distintos elementos o partes que forman la organización, mientras que el orden alude a la relación entre los mismos. (pág. 250)

En la creación de una microempresa se debe establecer su estructura organizacional para que las personas que vayan a trabajar en ella tengan desde un inicio sus responsabilidades y sus tareas definidas como trabajadores de la misma.

2.6.1. Misión

“Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión”. (Herrera A., 2013, pág. 63)

La misión es fundamental en la microempresa, ya que determina la razón de ser de la misma, así como también las actividades básicas a desarrollar para lograr el cumplimiento de la misma.

2.6.2. Visión

(Herrera A., 2013) establece que la visión:

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa". (pág. 64)

La visión constituye lo que desea la organización obtener como resultados a futuro al mediano y largo plazo.

2.6.3. Políticas Organizacionales

"El punto de partida para manejar la diversidad y el multiculturalismo son las políticas que adopta una organización que afectan en forma directa o indirecta la manera en que se trata a las personas". (Griffin, 2011, pág. 187)

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

La alimentación en la población ecuatoriana, en estos últimos años, ha sufrido un cambio bastante considerado debido a la forma de vida apresurada que lleva la sociedad, teniendo como consecuencia grave la propagación de enfermedades en las personas. Por esta razón, el Gobierno ha ejecutado varias campañas sobre del cuidado en la salud pensando en una correcta alimentación, por medio de una dieta rica en altos nutrientes y vitaminas.

En el cantón Ibarra, se han estado implementando acciones para llegar a socializar a los habitantes sobre cómo llevar una correcta dieta alimenticia. Por este motivo, se ha decidido crear una idea muy novedosa, que en el mercado no existe y que trae consigo muchos beneficios saludables para las personas amantes de las frutas y también del helado, que es tan tradicional en esta ciudad. Este es el caso de una heladería modalidad self- service, ya que este servicio ofrece una nueva alternativa que permitirá al consumidor ser el principal participe en el proceso de alimentación, dándole la oportunidad de escoger lo que realmente desee comer.

Los negocios de tipo self – service son desconocidos por la mayoría de la población, consiguiendo que sea más atractivo esta nueva forma de servicio, brindando una atención de calidad, para poder satisfacer las necesidades y expectativas que existan por parte del consumidor.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita determinar el volumen de oferta y demanda potencial, mediante la investigación de campo sobre los servicios de heladerías que se ofertan en la ciudad de Ibarra e identificar el nivel de aceptación que tendrá el nuevo servicio.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar el análisis de la oferta del producto en el área de influencia del proyecto.
- Identificar el nivel de demanda potencial del producto en la Ciudad de Ibarra.
- Identificar insumos, procedimientos y equipos para la elaboración de helados y ensaladas de frutas.
- Identificar el rango de precios que permita formular un valor competitivo de la microempresa para el mercado.
- Diseñar las estrategias comerciales para introducir y posesionar el self- service de frutas y helados en el mercado.

3.3. Identificación del Servicio

El servicio que se ofertará está dirigido al segmento de mercado que está representando por la población de la zona urbana de la ciudad de Ibarra y los turistas nacionales y extranjeros. Los principales productos que se ofrecerán en este establecimiento son las frutas y el helado.

El objetivo principal de esta heladería es brindar un producto nutritivo y sano, priorizando varios aspectos relacionados con salubridad, decoración y principalmente la excelente atención al cliente.

Los aspectos mencionados anteriormente ayudan a que los clientes se sientan a gusto consigo mismos, su pareja, familia y amigos. Para una mejor explicación sobre el objeto del presente estudio de factibilidad, se presentan a continuación las características del self- service de frutas y helados.

3.3.1. Características del Servicio

- **Calidad del servicio**

Para que un servicio de comida como es el de los alimentos, sea de calidad debe cumplir con ciertos requisitos, como procedimientos técnicos y operativos a utilizar, la optimización en el servicio, de manera que genere así satisfacción en las necesidades de los clientes tanto internos como externos.

- **Higiene**

La limpieza será lo principal en este establecimiento, ya que se están ofreciendo productos de consumo humano y que requieren el máximo cuidado al momento de ofrecer al consumidor.

- **Satisfacción del cliente**

El brindar precios de acuerdo a la capacidad de pago de nuestros clientes, será una de las principales características de este restaurante y en conjunto con la calidad y atención, buscar fascinar al cliente con el servicio ofertado.

- **Seguridad**

La seguridad involucra confiabilidad, que a su vez contiene integridad y honestidad, es decir que no sólo es importante el cuidado de los intereses del restaurante, sino que también la organización debe demostrar su preocupación por los clientes, para dar así una mayor satisfacción a los mismos.

- **Accesibilidad**

Representa la facilidad de acceso que tendrá el cliente, así como también a la ruta más óptima para la llegada de los insumos por parte de los proveedores.

3.3.2. Presentación del Producto

El "self - service" cuenta normalmente con dos módulos principales: uno donde se dispone de frutas y aderezos, y otro donde se colocan los helados, la cristalería, la vajilla y las servilletas.

Una vez escogido el producto de excelente calidad, se procede a picar cada fruta por separado en un recipiente previamente destinado para poner el producto.

Seguidamente, la persona o cliente puede escoger del enfriador las frutas de su agrado y prepararlas con los diferentes aderezos que presenta la microempresa, proporcionando productos naturales y saludables que permiten contribuir en la alimentación y salud de las personas.

Las personas cancelan de acuerdo al peso de lo que comerán las frutas y helados según su gusto, su preferencia y la cantidad que crean necesaria para saciar su gana de alimento, se

debe crear conciencia en los clientes para que puedan su plato servirse según cuanto necesita su cuerpo con el fin de no dejar desperdicios.

Gráfico 9

Selección de la fruta



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 10

Picado de la fruta



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 11
Helado de Paila



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 12
Ensaladas de Frutas con Aderezos



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 13

Ensaladas de Frutas sin Aderezos



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3.4 Productos o Servicios Sustitutos

Los productos que se los elegirán como sustitutos serán las heladerías existentes en la ciudad que ofrezcan los mismos productos, y que atiendan todo el día. Se debe considerar como fundamental, los gustos y preferencias de los posibles clientes, para tener éxito en la penetración y permanencia del producto en el mercado.

3.5. Matriz de Estudio de Mercado

Cuadro 7

Matriz de Estudio de Mercado

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Fuente	Técnica	Población Informante
Realizar el análisis de la oferta del producto en el área de influencia del proyecto.	Oferta	Frecuencia de comercialización Materia Prima Proceso de Elaboración Volumen de Ventas Abastecimiento de Insumos	Primaria	Encuesta	Heladerías de la Ciudad de Ibarra
Identificar el nivel de demanda potencial del producto en la ciudad de Ibarra.	Demanda	Población Densidad Poblacional Tasa de Crecimiento	Primaria	Encuesta	Población Urbana de la Ciudad de Ibarra
Identificar el rango de precios que permita formular un valor competitivo de la microempresa para el mercado.	Precio	Análisis de Precios	Primaria	Encuesta	Heladerías de la Ciudad de Ibarra
Diseñar estrategias comerciales en la determinación del precio, la plaza, el producto y la promoción para posesionar el self- service de frutas y helados en el mercado.	Estrategias comerciales	Producto Plaza Precio Promoción	Primaria	Encuesta	Población Urbana de la Ciudad de Ibarra

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3.6. Mecánica Operativa

El estudio de mercado permitirá conocer la demanda y oferta de las heladerías que hay en la ciudad de Ibarra, poder determinar así, la demanda que el proyecto va a satisfacer, así como también el precio del producto que saldrá al mercado; además, se determinará las estrategias de comercialización para posicionar en el mercado el self – service de frutas y helados.

3.6.1. Identificación de la Población

La población a investigarse es la población de la zona urbana del cantón Ibarra, en donde se consideró como población a investigar, una parte de la Población Económicamente Activa perteneciente a la cantidad de personas ocupadas que según el Censo de Población y Vivienda, son 60.951 personas en el cantón Ibarra en el año 2010; y además se encuentran el número de turistas nacionales y extranjeros que hasta el mes de mayo del 2015, según el GAD de Ibarra, visitan la ciudad 9.746 personas. Adicionalmente como parte de la población a investigar, se tomó en cuenta una muestra de las heladerías más representativas de la ciudad, las cuales permitirán identificar la oferta en el presente estudio de mercado.

Cuadro 8

Proyección de Población en ocupación de la Zona Urbana del Cantón Ibarra

Año	Población
2015	60.951
2016	62.182
2017	63.438
2018	64.720
2019	66.027
2020	67.361

Fuente: INEC 2010
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Cuadro 9**Heladerías encuestadas en la zona urbana del cantón Ibarra**

Heladerías	Dirección	Teléfono	Propietario
Heladería Los Alpes	AV. MARIANO ACOSTA C.C. LA PLAZA	264-3699	Herrera José
La Esquina	JUAN JOSÉ FLORES 7-07 Y OLMEDO	295-1931	Chamorro Tania
Helados la Bermejita # 1	PEDRO MONCAYO 6-30 Y BOLÍVAR	260-7405	Paredes Edwin
Helados la Bermejita # 2	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 8-74 Y OVIEDO	264-2268	Paredes Patricio
Helados Rosalía Suárez	OVIEDO 7-79 Y OLMEDO	295-0107	Vásquez Tiberio
Helados de Don Lucho	BOLÍVAR 6-61 ENTRE OVIEDO Y FLORES	295-6698	Guerra Luis
Helados de la Bolívar	BOLÍVAR 6-45 ENTRE OVIEDO Y FLORES	2958757	Aguirre Fanny
Heladería Frutimimix	CALLE CHICA NARVÁEZ 6-36 y JUAN JOSÉ FLORES	098 458 2919	Quiroz Angélica
Pan de Leche y Helados de Crema Odi	Caranqui, Calicuchima 2-12 y Rumipamba	265-0949	Merlo Odila
Frutitas, Ensaladas & Café	JUAN JOSÉ FLORES # 6-71 Y BOLÍVAR	295-2430	Almeida Ana

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3.6.2. Identificación de la muestra

La muestra se la toma del total de la población en ocupación de la zona urbana del cantón Ibarra y del número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, que es de 67.361 personas y 9.746 turistas nacionales y extranjeros al mes de mayo del 2015, quienes a futuro serán los posibles consumidores del self – service de frutas y helados.

Cuadro 10**Población a Investigar del Cantón Ibarra**

Población en Ocupación	67.361
Turistas Nacionales y Extranjeros	9.746
Total	77.107

Fuente: INEC 2010 – GAD DE IBARRA

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3.6.3. Cálculo del tamaño de la muestra

En cuanto a los posibles consumidores se aplica la siguiente fórmula para obtener la muestra de estudio.

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

Donde:

N= Población 77.107

E= Error 5%

Z= Nivel de Confianza 1,96

δ^2 = Varianza 0,25

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,25^2 \times 77.107}{0,05^2 \times (77.107 - 1) + 1,96^2 \times 0,25^2}$$

n= 382

3.6.4. Técnicas e instrumentos

La información que se obtuvo para el desarrollo del presente proyecto se la ha recopilado en base a las técnicas de investigación de campo como son las encuestas consideradas como información primaria; así como la investigación bibliográfica considerada información secundaria.

3.6.5 Información Primaria

Para realizar el presente estudio se ha considerado obtener la información a través de encuestas y observación debido a la carencia de datos históricos tanto de oferta como demanda de heladerías.

- **Encuesta:** La encuesta se la aplicó a 382 personas que es la muestra de la población urbana del cantón Ibarra y de los turistas nacionales y extranjeros, que serán los posibles consumidores del self – service de frutas y helados.

3.7. Tabulación y análisis de la información

La tabulación y análisis de la información se la realiza de las encuestas que fueron dirigidas a la población en ocupación de la ciudad de Ibarra y turistas nacionales y extranjeros, tomando una muestra de 382 personas cuyos resultados son los siguientes:

3.7.1 Encuesta aplicada a la población urbana de Ibarra

1. ¿Con que frecuencia usted y su familia acuden a heladerías?

Cuadro 11

Frecuencia de Compra

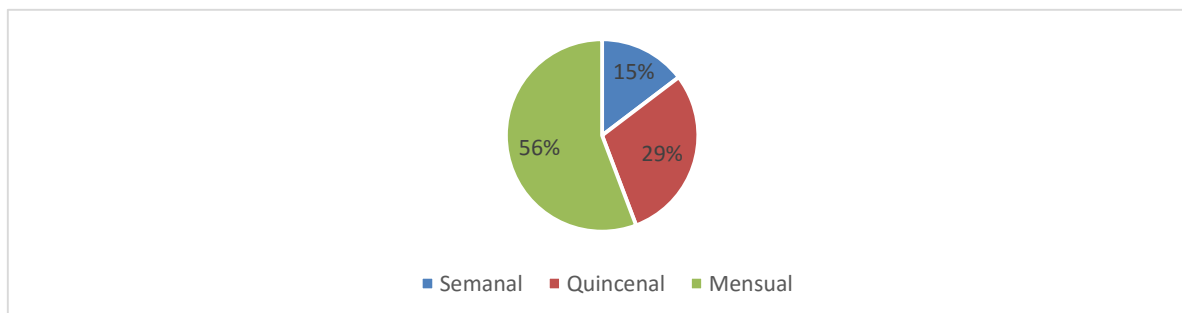
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	56	14,56%
Quincenal	113	29,58%
Mensual	213	55,76%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 14

Frecuencia de Compra



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

Cada vez es más común que las familias, o personas con horarios ajustados de trabajo acudan a lugares o sitios de comida preparada. Como se puede apreciar en el gráfico, la mayor parte de personas encuestadas visitan las heladerías de forma semanal y mensual especialmente en fines de semana o feriados, debido a que disponen de más tiempo para estar en familia. Con este análisis se pueden realizar las respectivas proyecciones financieras para identificar la periodicidad de visita.

2. ¿Cuánto dinero destina para comida en heladerías en el mes por familia?

Cuadro 12

Precio

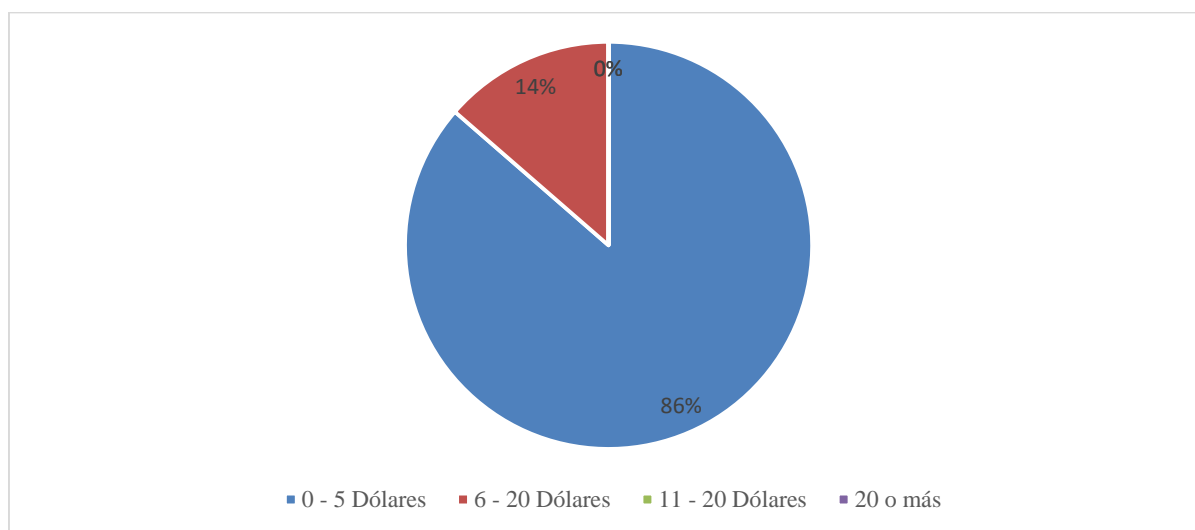
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0 -5 Dólares	330	86,39%
6 – 10 Dólares	52	13,61%
11- 20 Dólares	0	0,00%
20 o más	0	0,00%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 15

Precio



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

El gráfico indica que la mayor parte de la población urbana en la ciudad de Ibarra, destina precios promedios entre 0 y 5 dólares para su alimentación y la de su familia en heladerías, esto indica que la oferta gastronómica del proyecto deberá adecuarse según al rango de mayor preferencia del gasto discrecional de las familias.

3.- ¿A qué heladería acude con mayor frecuencia?

Cuadro 13

Competencia

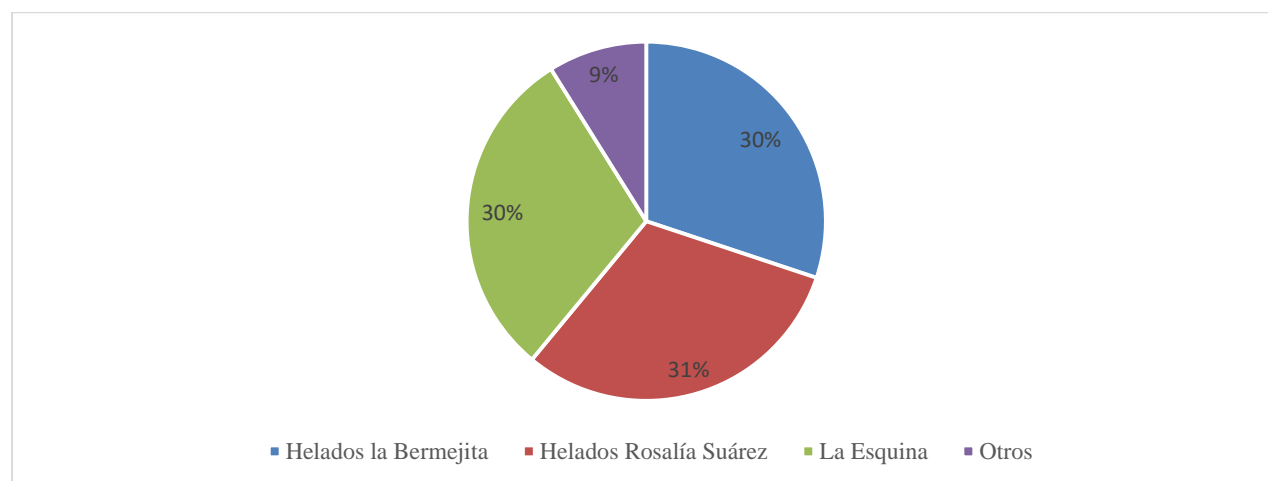
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Helados la Bermejita	115	30,10%
Helados Rosalía Suárez	118	30,89%
La Esquina	115	30,10%
Otros	34	8,90%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 16

Competencia



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

En el gráfico se puede indicar que de la población urbana en la ciudad de Ibarra que visita heladerías, lo hace especialmente en heladerías que tienen una participación casi equilibrada en el mercado, esto indica que existe una gran competencia en el mercado con 3 heladerías ya que ofertan productos sustitutos y por ende sería factor determinantes al momento de establecer los precios para ofrecer a los clientes.

4. ¿Qué tipo de platillos prefiere servirse en una heladería?

Cuadro 14

Producto

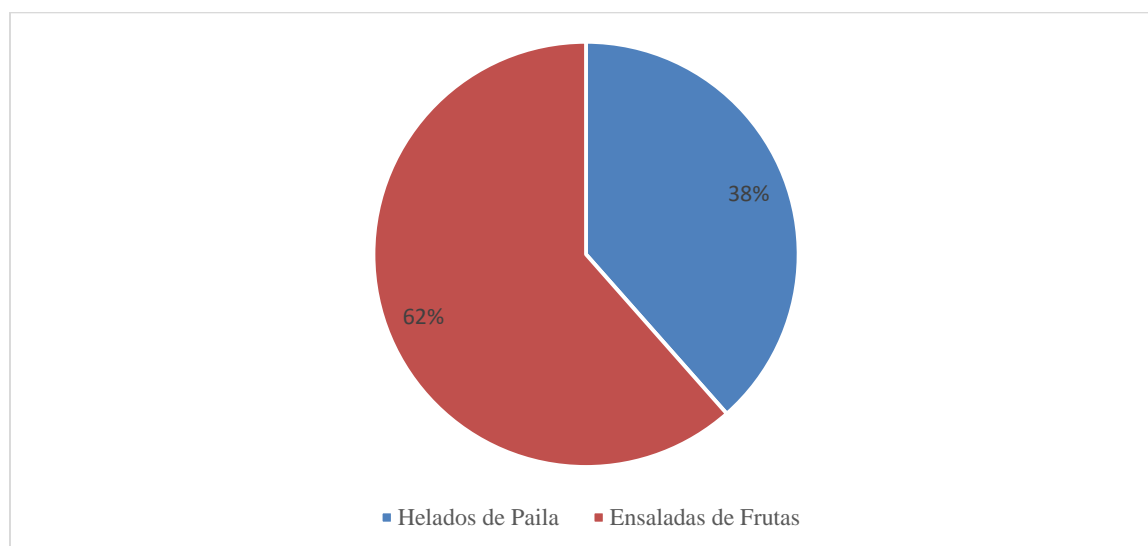
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Helados de Paila	147	38,48%
Ensaladas de Frutas	235	61,52%
TOTAL	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 17

Producto



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

Como se puede observar en el gráfico, una vez realizada la encuesta, se conoce que la población urbana, cuando visita las heladerías, prefieren en un 61.52% las ensaladas de frutas, seguido los helados de paila, permitiendo conocer el tipo de producto que más demanda, así también como gustos y preferencias.

5. ¿Qué es lo que más valora en una heladería?

Cuadro 15

Conocer la calidad del producto

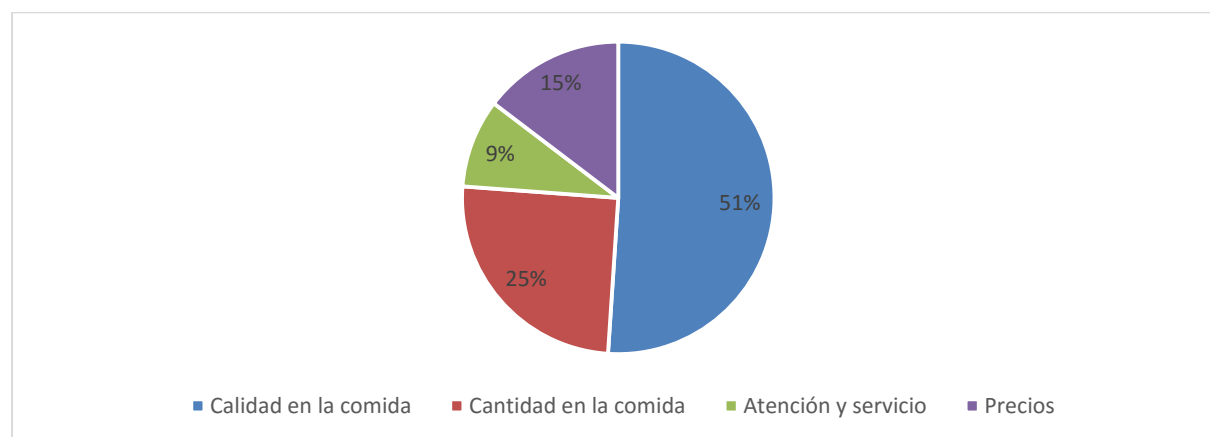
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Calidad en la comida	195	51,05%
Cantidad en la comida	96	25,13%
Atención y servicio	35	9,16%
Precios	56	14,66%
TOTAL	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 18

Conocer la calidad del producto



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

Las características que más aprecia la población urbana encuestada al momento de elegir una heladería son principalmente la calidad en la comida que se ofrece; en segundo lugar, la cantidad en la comida y así también se encuentra el precio en tercer lugar; por lo tanto éstos son aspectos que deben considerarse al momento de poner en marcha el proyecto, debido a que así se mantendrá satisfechos a los clientes y se generará confianza e inclinación al momento de acudir a una heladería.

6. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se instale una heladería modalidad self - service en donde usted pueda escoger el menú que más le agrade?

Cuadro 16

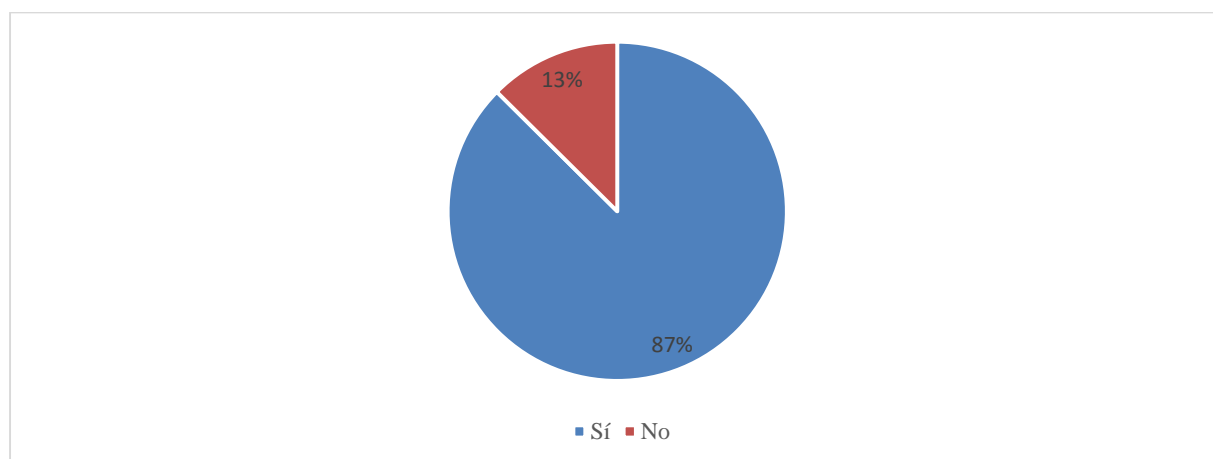
Nivel de Aceptación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	334	87,43%
No	48	12,57%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 19

Nivel de Aceptación



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Análisis:

Existe una gran aceptación por parte de los encuestados, ya que consideran importante y ventajosa para los habitantes de la zona urbana del cantón la creación de una heladería modalidad self service, debido a que permitirá a las personas y sus familias, contar con un lugar que disponga de la variedad necesaria de frutas a elección de los clientes, hecho que permita mejorar la calidad de vida, la alimentación y la nutrición de las personas que acudan a la heladería propuesta.

7. ¿En qué lugar sugiere se debería ubicar este tipo de negocio?

Cuadro 17

Plaza

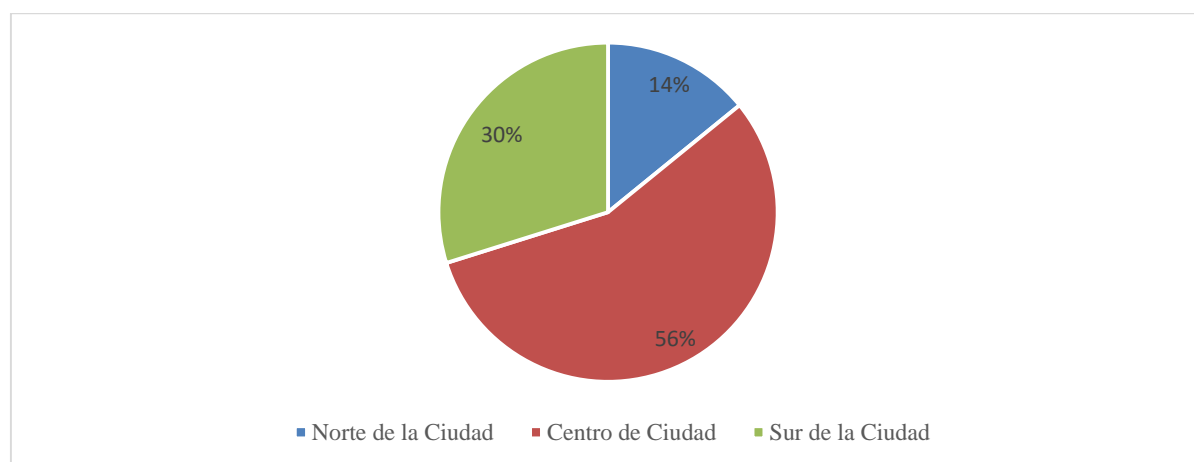
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Norte de la Ciudad	54	14,14%
Centro de Ciudad	214	56,02%
Sur de la Ciudad	114	29,84%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 20

Plaza



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

En su mayoría, los encuestados de la zona urbana prefieren que la heladería se ubique en el centro de la ciudad, debido a que se facilita su acceso y visita, ya que las personas necesitan lugares cercanos a su lugar de trabajo al igual que los fines de semana buscan con sus familias visitar sectores alejados a sector de residencia, y esto permite determinar el posible lugar de ubicación de la heladería propuesta que definitivamente será en el centro de la ciudad de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada.

8. ¿Cuánto invertiría en su alimentación y la de su familia al acudir a un local de helados y ensaladas de frutas?

Cuadro 18

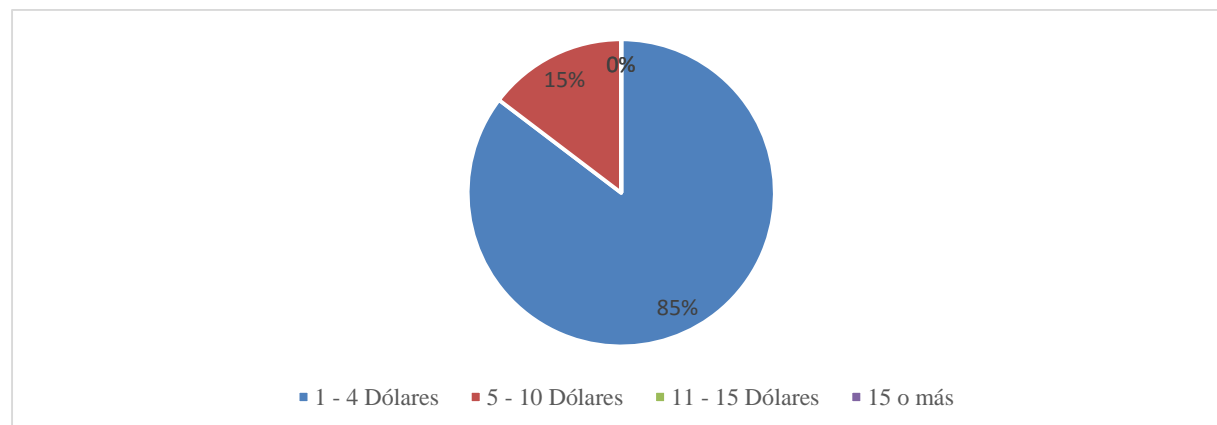
Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 - 4 Dólares	326	85,34%
5 - 10 Dólares	56	14,66%
11 - 15 Dólares	0	0,00%
15 o más	0	0,00%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 21

Precio



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Análisis:

Esta interrogante es importante debido a que se puede determinar que un porcentaje mayoritario de encuestados en la zona urbana de Ibarra, estarían dispuestos a invertir entre 1 y 5 dólares para la alimentación suya y de su familia, por ello se puede conocer la tendencia en cuanto al gasto en alimentación y saber cuánto está dispuesta a pagar una persona en la ciudad por cubrir sus necesidades alimenticias.

9. ¿Qué servicio adicional desearía que le brinde este negocio?

Cuadro 19

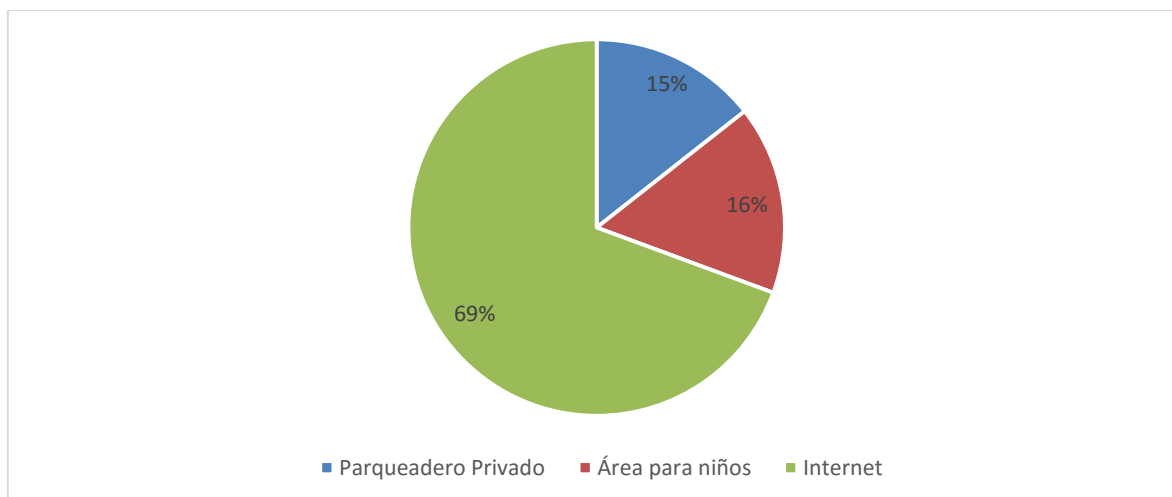
Nivel de Satisfacción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Parqueadero Privado	55	14,40%
Área para niños	62	16,23%
Internet	265	69,37%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 22

Nivel de Satisfacción



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Análisis:

Por medio de esta pregunta, se puede evidenciar que los servicios adicionales que la población urbana de Ibarra desearía que se ofrezcan en la heladería modalidad self - service son: internet, parqueadero privado y área para niños. Con esta información se tendrá una referencia clara de las adecuaciones que se deberán realizar en la infraestructura del proyecto.

10. ¿A través de qué medios le gustaría conocer de los servicios que oferta este negocio?

Cuadro 20

Promoción

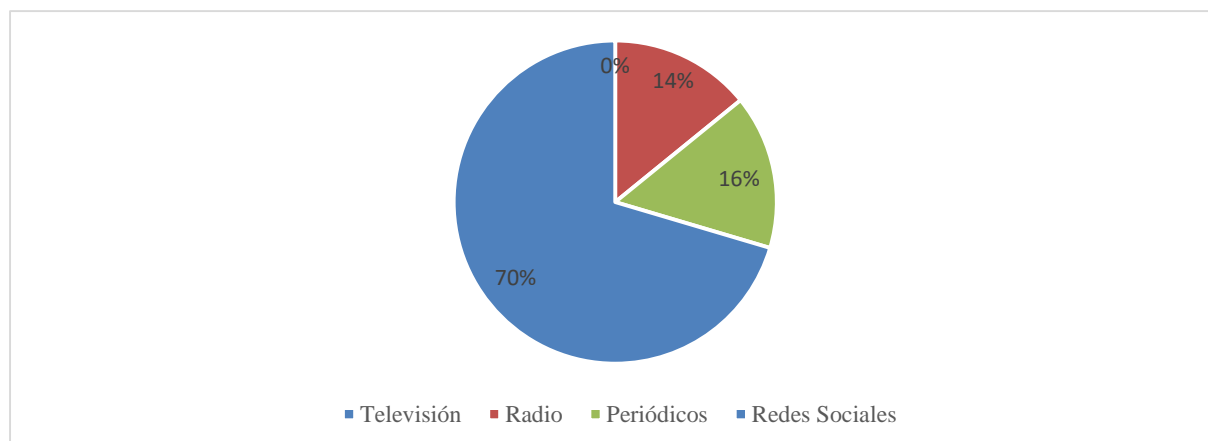
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	0	0,00%
Radio	54	14,14%
Periódicos	59	15,45%
Redes Sociales	269	70,42%
TOTAL:	382	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 23

Promoción



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

Como se puede observar, la mayoría de encuestados prefieren que el servicio se dé a conocer a través de las redes sociales, debido a que la población urbana hace uso de este medio de manera constante, pero también prefieren que la heladería modalidad self – service se promocioe en las radios y periódicos de la localidad.

3.8. Análisis de la Demanda

El Cantón Ibarra tiene un mercado potencial, el cual sí desearía tener diversificación en este tipo de actividades, en la manera de cómo se comercializa los helados y ensaladas de frutas en las heladerías existentes, es decir que los productos deben comercializarse de una manera innovadora e inexistente en la ciudad.

3.8.1. Demanda Actual

Para la determinar la demanda actual, se tomó como base la encuesta aplicada a los potenciales consumidores del sector urbano del cantón Ibarra, que corresponden a la población en ocupación del cantón así como también a los turistas que visitan la urbe; para realizar el cálculo de la demanda actual se tomó en cuenta los resultados obtenidos en la pregunta N° 1 que muestra las frecuencias de consumo con la que la población investigada consume productos similares al ofertado, que tiene relación con la pregunta N° 6 que define el nivel de aceptación del producto por parte de los potenciales consumidores.

Cuadro 21

Demanda Actual

Población de la Ciudad de Ibarra a Investigar:	77.107
% De consumo en heladerías	87,43%
Subtotal	67,418 personas
% De frecuencia de consumo en las heladerías (mensualmente)	55,76%
Total Demanda	37.592 personas
Total Demanda Anual	451.101 personas

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

3.8.2. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se toma como base la tasa de crecimiento de la población urbana del cantón Ibarra que según el INEC es del 2,02%. Para realizar la

proyección de la demanda se ha tomado como base la siguiente fórmula de crecimiento exponencial:

Dónde:

$$Q_n = Q_o(1 + i)^n$$

Q_n = Demanda Futura

Q_o = Demanda Inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Cuadro 22

Proyección de la Demanda Actual

Año	Demanda en Personas
2015 (año base)	451.101
2016	460.213
2017	469.509
2018	478.993
2019	488.669
2020	498.540

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3.9. Análisis de la Oferta

No existen cifras históricas en la ciudad de Ibarra respecto de heladerías, por lo que se consideró información obtenida en la investigación de campo y de esta forma cuantificar la oferta en el entorno donde se pretende ejecutar el proyecto.

1. ¿Cuáles son los ingredientes básicos para elaborar helados y ensaladas de frutas?

Cuadro 23

Materia Prima

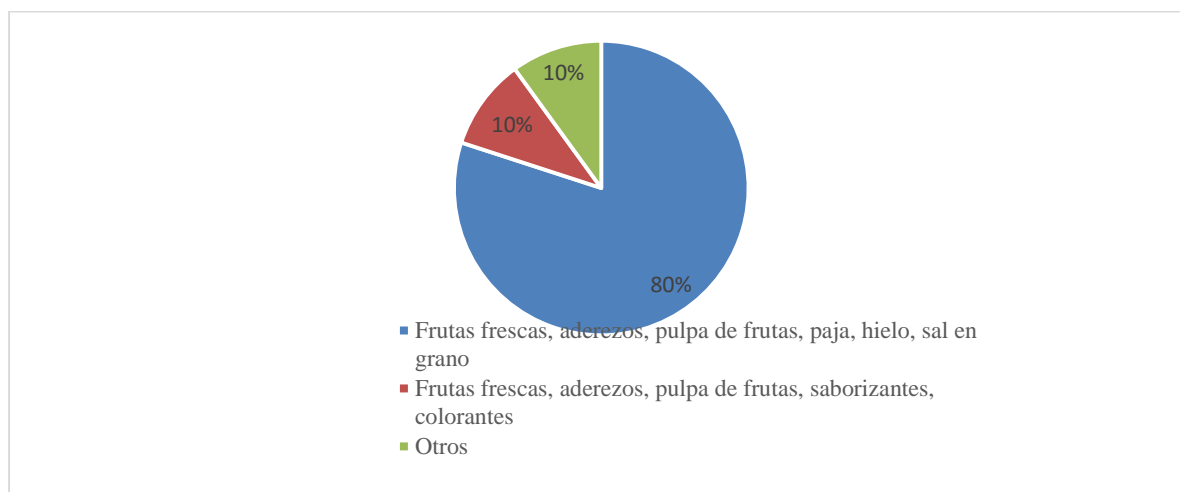
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frutas frescas, aderezos, pulpa de frutas, paja, hielo, sal en grano	8	80,00%
Frutas frescas, aderezos, pulpa de frutas, saborizantes, colorantes	1	10,00%
Otros	1	10,00%
TOTAL:	10	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 24

Materia Prima



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

El 80% de encuestados, coinciden en que los ingredientes para elaborar los helados son: frutas frescas, aderezos, pulpa de fruta, paja, hielo, sal en grano, el 10% afirma que los ingredientes para elaborar los helados son: frutas frescas, aderezos, pulpa de frutas, saborizantes, colorantes y el 10% restante coincide con el criterio de otros ingredientes.

Por lo tanto, los encuestados en su mayoría saben cuáles son los ingredientes para elaborar helados y ensaladas de frutas.

2. ¿Se requiere algún equipo especial para la elaboración de los helados y ensaladas de frutas?

Cuadro 24

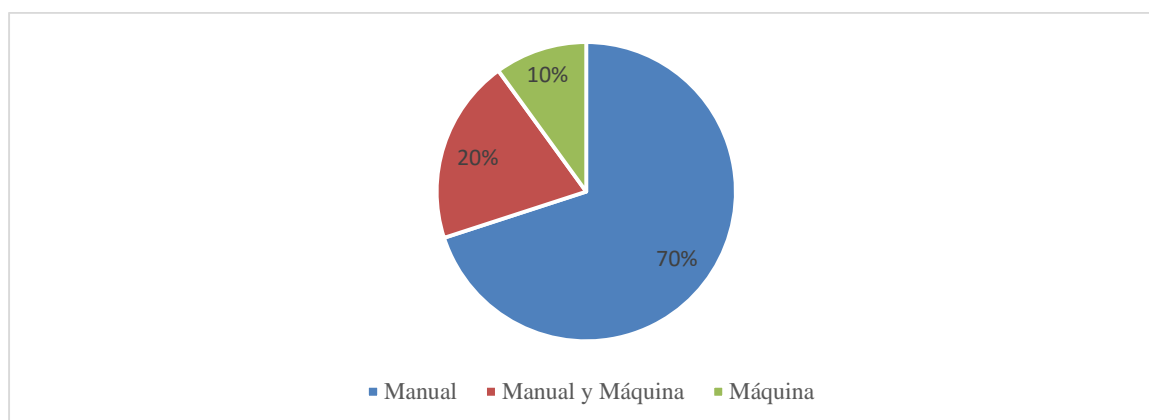
Proceso de Elaboración

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Manual	7	70,00%
Manual y Máquina	2	20,00%
Máquina	1	10,00%
TOTAL:	10	100,00%

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 25

Proceso de Elaboración



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Análisis:

El 70% de los encuestados, afirma que el equipo especial para elaborar helados y ensaladas de frutas es manual el 20% afirma que es necesario maquinaria especial y manual y el 10% dice que la máquina hace sola el trabajo.

En conclusión, los encuestados ratifican que el trabajo que se realiza para la elaboración de helados y ensaladas de frutas es manual, sin ayuda de máquinas.

3. ¿De acuerdo a su experiencia en qué lugares se puede conseguir los insumos y equipos para elaborar los helados y ensaladas de frutas?

Cuadro 25

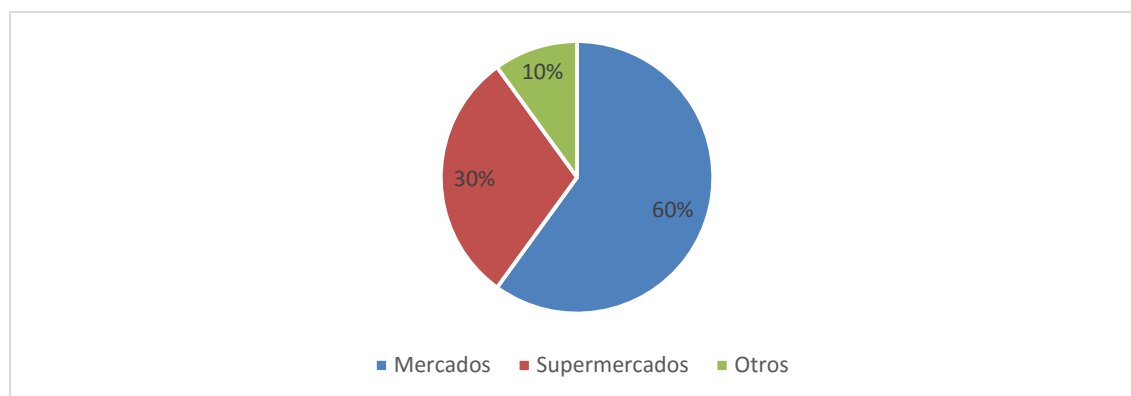
Abastecimiento de Insumos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	6	60,00%
Supermercados	3	30,00%
Otros	1	10,00%
TOTAL:	10	100,00%

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Gráfico 26

Abastecimiento de Insumos



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Análisis:

El 60% de encuestados afirma que la maquinaria necesaria para hacer helados y ensalada de frutas se consigue en el mercado; el 30 % dice que se consigue la maquinaria en supermercados y el 10 % dice que se consigue en otros lugares.

En conclusión, los encuestados demuestran conocer los lugares en donde se puede encontrar la maquinaria necesaria para elaborar helados y ensaladas de frutas.

4. ¿Cuántos clientes visitan al mes esta heladería?

Cuadro 26

Volumen de Ventas

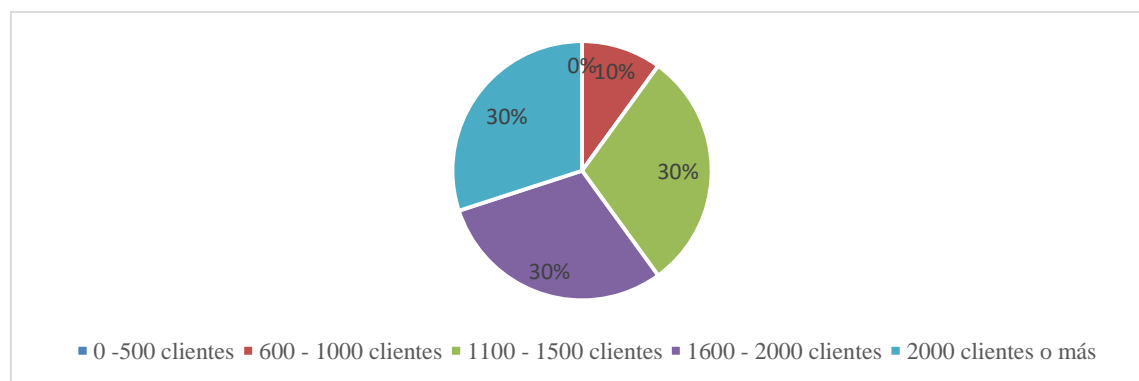
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0 -500 clientes	0	0,00%
600 - 1000 clientes	1	10,00%
1100 - 1500 clientes	3	30,00%
1600 - 2000 clientes	3	30,00%
2000 clientes o más	3	30,00%
TOTAL:	10	100,00%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Gráfico 27

Volumen de Ventas



Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Análisis:

El 10% de encuestados afirma que mantiene una clientela de 0 a 500 clientes; el 30% de encuestados afirma que mantiene una clientela de entre 600 y 1000 clientes; el 30% de encuestados nos dice que mantiene una clientela de 1100 - a 1500; el 30% de encuestados dice que mantiene una clientela de entre 1600 a 2000 clientes.

Por lo tanto se deduce que la clientela que mantiene cada negocio es alta en su gran mayoría lo que nos permite advertir que si hay buena acogida por éstos locales.

3.9.1. Oferta actual

Para poder determinar la oferta actual de la heladería modalidad self - service, se encuestaron a los propietarios de las heladerías más reconocidas y visitadas que tienen sus respectivos menús a base frutas y helados en la ciudad de Ibarra. Además es importante indicar que en el cantón Ibarra, no existe una heladería que ofrezca este tipo de servicio. (Ver cuadro N°9).

3.9.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta, en base al PIB cantonal consultado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011 – 2015, se calculó una tasa que representa el producto interno bruto del sector comercial en relación a los ingresos provenientes de las heladerías del cantón Ibarra, que representa el 3,9%; y para la obtención de la oferta se utilizaron las entrevistas dirigidas a los propietarios de las heladerías, por lo que se obtuvo:

Cuadro 27

Oferta Actual

Heladería	Clientes
Heladería Los Alpes	1.800
La Esquina	2.100
Helados la Bermejita # 1	2.200
Helados la Bermejita # 2	2.000
Helados Rosalía Suárez	2.500
Helados de Don Lucho	1.350
Helados de la Bolívar	700
Heladería Frutimix	1.800
Pan de Leche y Helados de Crema Odi	1.440
Frutitas, Ensaladas & Café	1.200
Subtotal	17.090
Promedio	17.090 /10
Total Oferta	1.709
Total Oferta Anual	20.508

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

Para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$O_n = O_o (1 + i)^n$$

Donde:

O_n = Oferta Futura

O_o = Oferta determinada en las entrevistas

i = PIB del sector comercial referente a los ingresos de heladerías

n = Año Proyectado

Cuadro 28

Oferta Proyectada

Año	Oferta Proyectada
2015 (año base)	20.508
2016	21.308
2017	22.139
2018	23.002
2019	23.899
2020	24.831

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3.10. Demanda potencial a satisfacer

Para establecer la demanda potencial a satisfacer se tomó en cuenta los datos proyectados tanto en la demanda como la oferta, que se obtuvieron previamente.

Cuadro 29***Demanda Potencial a Satisfacer***

Año	Demanda	Oferta	Demanda Potencial a Satisfacer	Porcentaje de Absorción	Mercado a Abarcar	Producción de helados para el Mercado	Producción de ensaladas de frutas para el Mercado
2016	460.213	21.308	438.905		21.945	8.445	13.500
2017	469.509	22.139	447.370		22.369	8.608	13.761
2018	478.993	23.002	455.991	5%	22.800	8.774	14.026
2019	488.669	23.899	464.770		23.238	8.943	14.296
2020	498.540	24.831	473.709		23.685	9.115	14.571

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

El proyecto está diseñado para tener una capacidad operativa del 5% de la demanda potencial a satisfacer del self service identificada para el año 2015.

3.11. Análisis de Precios

El precio del producto se lo ha determinado en base a la información obtenida por las encuestas realizadas y a través de un análisis de todos los insumos o materia prima a utilizar en la en la preparación de las frutas y el helado con su respectivo porcentaje de utilidad, el valor a pagar por parte de las personas que ingresen a la heladería será de \$ 5.00 como tarifa básica el cual será cancelado por una sola vez y se podrá acceder a degustar cualquier tipo de platillo que desee. Pero este precio puede variar según la cantidad de fruta que elija el cliente ya sea menor o mayor a la tarifa establecida.

3.12. Estrategias de Mercadeo

3.12.1. Estrategias para el Servicio

Entre las principales estrategias de mercadotecnia, la microempresa implementará lo siguiente:

- Ofrecer un producto y servicio nuevo de calidad, amabilidad y responsabilidad con una excelente atención al cliente.
- Dar a conocer la importancia nutricional que tienen las frutas y los helados en la gastronomía tradicional a través del self – service, especialmente a la población local, ya que este tipo de servicio es desconocido por la mayor parte de los habitantes de la ciudad.

3.12.2. Estrategias para el Precio

- Se indagará en los precios de la competencia y con un adecuado estudio de costos, ayudará a establecer un precio de acuerdo a la disponibilidad de los futuros clientes.
- El self – service de frutas y helados ofrecerá promociones en temporadas bajas para fomentar de esta manera el consumo de potenciales consumidores.

3.12.3. Estrategias para la Plaza o Distribución

- La ubicación del local será esencial para los clientes, ya que el establecimiento estará ubicado en la zona céntrica de la ciudad, ya que este sector es frecuentado continuamente tanto por la población local, así como también de la visita por turistas nacionales y extranjeros que vienen a la ciudad.

3.12.4. Estrategias para la Promoción y Publicidad

- Realizar publicidad de alcance regional a través de redes sociales, medios radiales, televisivos y gráficos, para persuadir al público sobre los beneficios del auto consumo de frutas y helados.
- Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes locales, que permitan dar a conocer este nuevo servicio para todos los turistas que visiten la ciudad de Ibarra.

3.13. Conclusiones del Estudio de Mercado

- La ciudad Ibarra va creciendo turísticamente debido a la gran cantidad de viajeros nacionales y extranjeros que llegan por sus costumbres, tradiciones y especialmente por su gastronomía.
- Existe un gran mercado potencial por explotar en la oferta de comidas en la ciudad de Ibarra.
- Las personas necesitan de formas innovadoras con respecto a la atención y el acceso a los alimentos.
- La venta de comidas según el lugar y tomando en cuenta la cultura gastronómica de la ciudad o del país puede asegurar un éxito en la microempresa.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

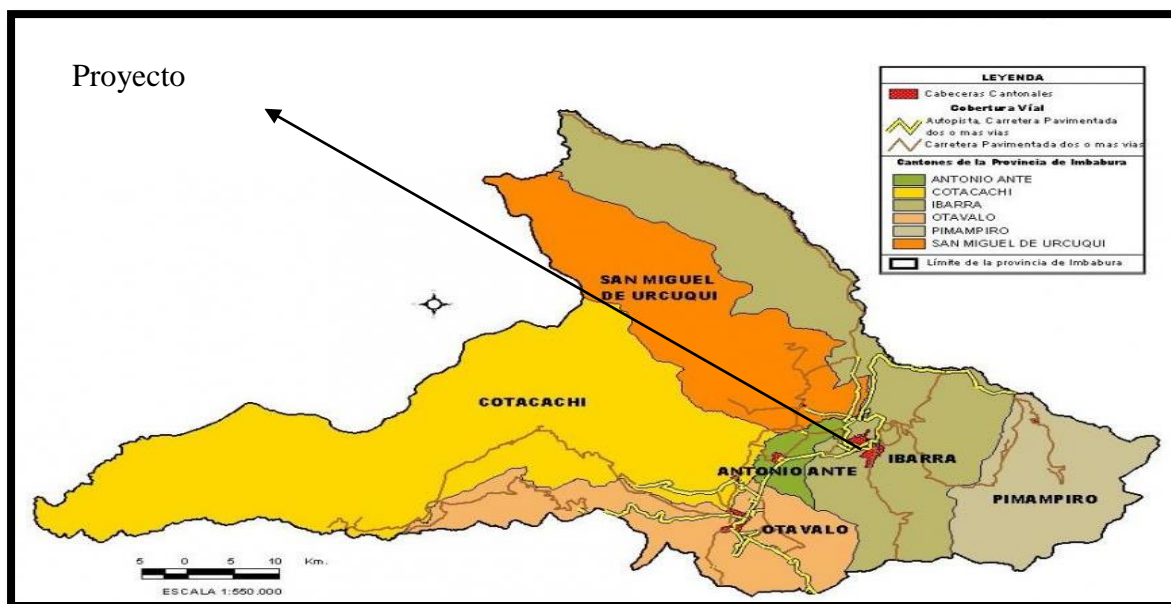
4.1. Localización del proyecto

4.1.1. Macro localización

La macro localización de la microempresa modalidad self – service de frutas y helados estará ubicado Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra ubicada al norte del país, limitada al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos, y al oeste con la provincia de Esmeraldas, el cantón Ibarra cuenta con una superficie de 1.126 Km², con una densidad de 118,1 hab/km².

Gráfico 28

Macro localización del Proyecto



Fuente: SENPLADES
Año: 2015

4.1.2. Micro localización

Luego de realizar el análisis del cantón Ibarra y sus parroquias para determinar el sitio estratégico donde se ubicará la microempresa modalidad self – service de frutas y helados, se estableció que el mejor lugar para ubicar la microempresa será el sector de la Merced porque tiene todos los requerimientos de la microempresa como son: accesibilidad para llegar a los clientes y accesibilidad para llegar hasta el lugar donde se recogerá la materia prima; adicionalmente se puede contar con mano de obra rápida y es un lugar con un grado alto de seguridad y se encuentra ubicado en dentro del centro histórico de la ciudad, sitio que es visitado por turistas nacionales y extranjeros.

4.1.3. Identificación de los posibles lugares

Antes de determinar el lugar exacto para la ubicación de la microempresa se mocionó algunos lugares donde se podía ubicar la microempresa tales lugares fueron el sector de la Merced, Parque del Águila y Antiguo Hospital, los tres lugares ubicados en la parroquia urbana El Sagrario del cantón Ibarra; tal y como se presenta en el siguiente cuadro con su respectiva calificación:

Cuadro 30

Posibles lugares para ubicación de la empresa

Lugar	Calificación
La Merced	A
Parque del águila	B
Antiguo Hospital	C

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

4.1.4. Matriz de factores que intervienen

Para determinar cuál será el lugar más estratégico para ser el punto de ubicación de la microempresa modalidad self – service de frutas y helados se tomará en cuenta todos los factores que afecten el sitio donde se ubicará el proyecto; se ha tomado como referencia los tres lugares más estratégicos desde el punto de vista de la persona que realiza el proyecto, donde una vez realizado el respectivo análisis de algunas condiciones se tomará solo un lugar específico para ubicar el local. La calificación se dará sobre 10 puntos para cada uno de los sectores tomados en cuenta para la ubicación de la empresa como se demuestra a continuación:

Cuadro 31

Matriz de factores que intervienen

Factores	La Merced	Parque del Águila	Antiguo Hospital
Factores Geográficos			
Ubicación	9	9	8
Espacio Físico	9	8	8
Vías de Acceso	9	8	7
Subtotal	27	25	23
Factores Comerciales			
Competencia	8	7	7
Seguridad	9	8	7
Cercanía a carreteras	9	7	8
Proveedores	9	8	7
Subtotal	27	23	22
Factores Legales			
Servicio de Rentas Internas (SRI)	9	9	8
Patente Municipal	9	8	7
Permiso de Bomberos	9	8	7
Subtotal	27	25	22
Total	81	73	67

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

4.1.5. Matriz de factores ponderada

Una vez analizado los factores más importantes y dado su respectiva calificación se determina la ponderación de cada uno de los factores de los tres lugares considerados para la

ubicación de la microempresa modalidad self – service de frutas y helados como son: la Merced, el Parque del Águila y el Antiguo Hospital lugares que corresponden a la parroquia urbana El Sagrario; la ponderación de los factores principales se presenta a continuación:

Cuadro 32

Ponderación de factores principales

Factores	Peso %	La Merced		Parque del Águila		Antiguo Hospital	
		Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación
Factores Geográficos							
Ubicación	0,13	1,17	9	1,17	9	1,04	8
Espacio Físico	0,07	0,63	9	0,56	8	0,56	8
Vías de Acceso	0,05	0,45	9	0,4	8	0,35	7
Subtotal	0,25	2,25	27	2,13	25	1,95	23
Factores Comerciales							
Competencia	0,12	0,96	8	0,84	7	0,84	7
Seguridad	0,1	0,9	9	0,8	8	0,7	7
Cercanía a carreteras	0,13	1,17	9	0,91	7	1,04	8
Proveedores	0,15	1,35	9	1,2	8	1,05	7
Subtotal	0,5	3,42	27	2,91	23	2,79	22
Factores Legales							
Servicio de Rentas Internas (SRI)	0,13	1,17	9	1,17	9	1,04	8
Patente Municipal	0,06	0,54	9	0,48	8	0,42	7
Permiso de Bomberos	0,06	0,54	9	0,48	8	0,42	7
Subtotal	0,25	2,25	27	2,13	25	1,88	22
Total	1	7,92	81	7,17	73	6,62	67

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

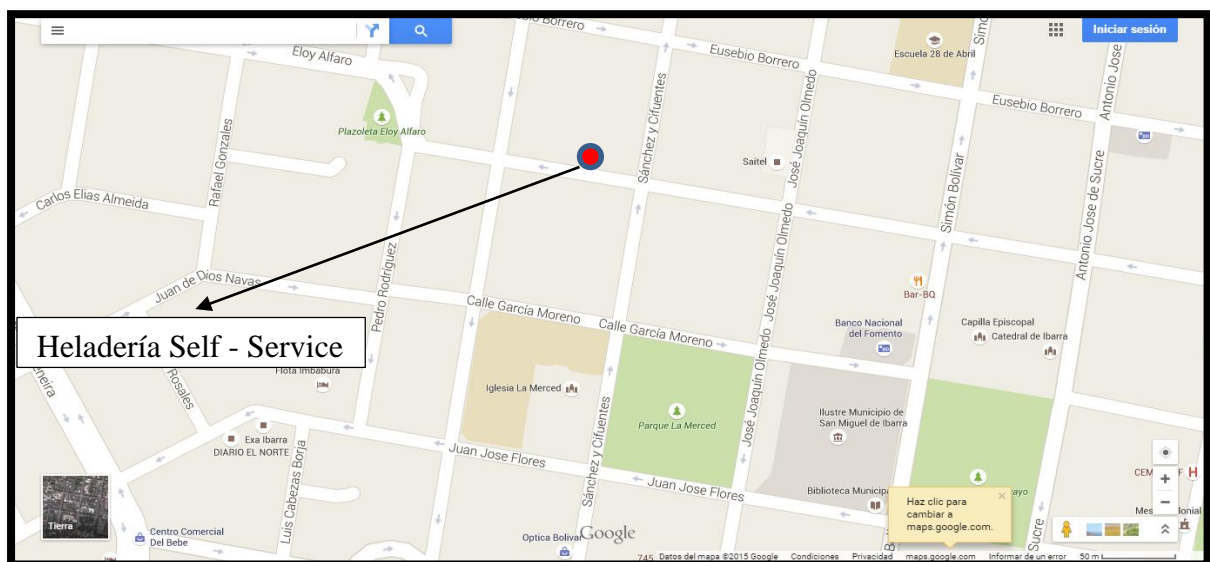
Como se puede observar en la matriz de ponderación el lugar más idóneo para ubicar la microempresa modalidad self- service de frutas y helados es el sector de la Merced obteniendo 7.92 puntos de ponderación lo que significa que es un buen lugar para el desarrollo de las actividades de la microempresa.

4.1.6. Ubicación estratégica de la Microempresa

La microempresa será un local de arriendo adecuado para ofertar el servicio de tipo self – service de frutas y helados, ubicado en la parroquia El Sagrario, barrio la Merced, en las calles Sánchez y Cifuentes y Germán Grijalva que cuenta con una superficie de 200 m² de dos plantas las cuales se adecuarán de la siguiente manera: la planta baja se utilizará para la parte operativa es decir para zona de las mesas, cocina, y bodega y la planta alta se utilizará para la parte administrativa de la microempresa.

Gráfico 29

Ubicación



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps>

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

4.2. Elementos de la Designación del Proyecto

4.2.1. Nombre del Proyecto

Heladería Self – Service “La Pelusita”

4.2.2. Logotipo

Gráfico 30

Logotipo



Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

4.3. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del presente proyecto, se parte de la capacidad con la que se cuenta para cubrir la demanda potencial a satisfacer, misma que se estableció en el Capítulo III, a través del Estudio de Mercado en la ciudad de Ibarra. (Ver en el cuadro N°29)

4.3.1. Capacidad del proyecto

Para calcular la capacidad instalada se ha definido una cantidad 10 mesas con 4 puestos, 5 mesas con 3 puestos y 4 mesas con 2 puestos, lo que nos da un aproximado de 63 personas por día.

Cuadro 33**Capacidad Diaria**

No. Mesas	No. Asientos	Capacidad Instalada
10	4	40
5	3	15
4	2	8
TOTAL		63

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Para establecer la capacidad mensual se toman en cuenta los siete días de la semana, la razón es que se estableció previamente el número de días que va a atender el establecimiento.

Cuadro 34**Capacidad mensual y anual**

Capacidad diaria	63
Días de atención por semana	6
No. De semanas	4
Capacidad Mensual	1512
No. De Meses	12
Capacidad Anual	18144

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

4.4. Ingeniería del proyecto

La empresa debe diseñar los procesos y procedimientos que se requieren para la elaboración del producto, elaborados a través de flujogramas, adicionalmente se debe realizar la distribución del establecimiento, determinando todas las áreas que se requieren para la operación de la microempresa.

4.4.1. Flujograma del proceso del proyecto

El proceso para la puesta en marcha del presente proyecto se presentará a continuación mediante los siguientes flujogramas.

SIMBOLOGÍA

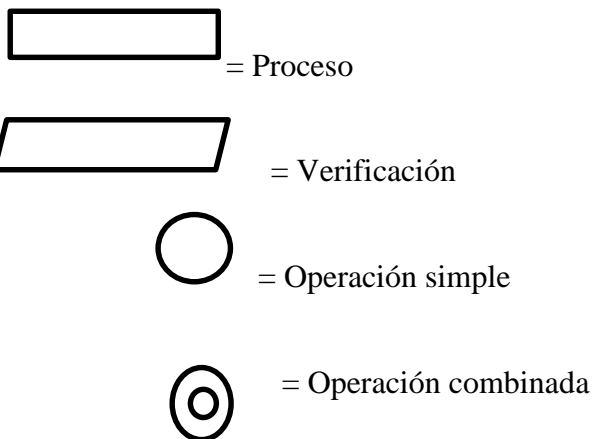
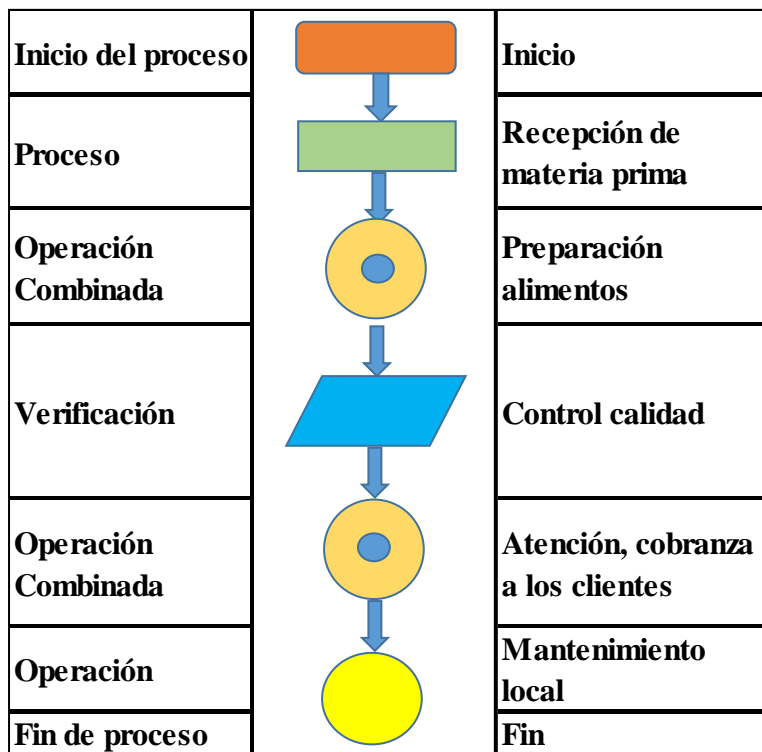


Gráfico 31
Flujo de proceso de producción



4.5. Distribución de la planta

La microempresa estará distribuida en dos áreas principales las cuales son: el área administrativa y el área operativa con una superficie de 200 m² distribuidos en dos plantas así:

4.5.1. Área de operación

- Cocina
- Área de mesas y sillas
- Zona de Helados
- Zona de Frutas
- Caja

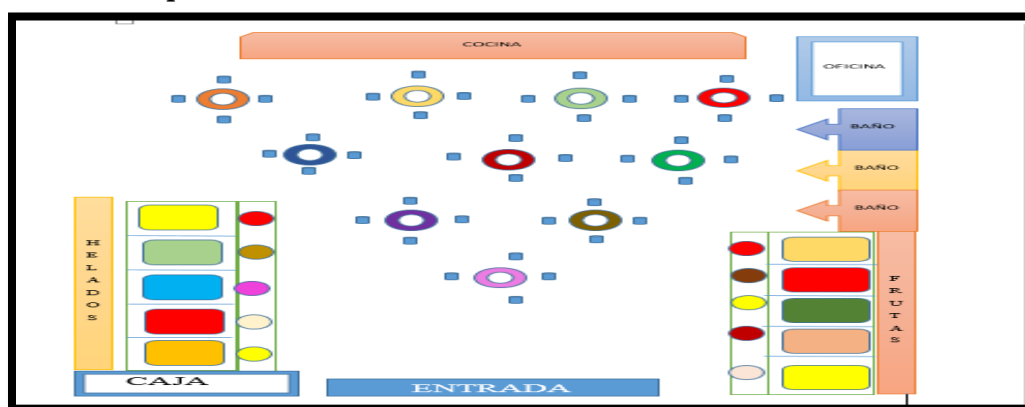
4.5.2. Área administrativa

- Oficina
- Sanitarios

La microempresa contará con una infraestructura básica, sin embargo; tendrá las adecuaciones de trabajo necesarias distribuidas en áreas específicas para que los trabajadores puedan cumplir con sus funciones y tengan responsabilidades en sus puestos de trabajo.

Gráfico 32

Distribución de la planta



Autor: Ing. Skarlet Pérez
Año: 2015

4.6. Requerimientos Técnicos

Se debe considerar aspectos muy importantes para la implementación del proyecto objeto de estudio, como son ubicación, distribución de planta, iluminación, espacios, personal capacitado en preparación de alimentos y en atención al cliente, de la misma forma la comunicación publicitaria de la empresa.

4.7. Inversión

4.7.1. Activos Fijos

Activos fijos son los bienes utilizados por la restaurant para el servicio de buffet, los activos son indispensables para que la restaurant pueda operar de manera continua.

1. Infraestructura

La microempresa contará con un local arrendado el cual será remodelado de acuerdo a las especificaciones para una microempresa modalidad self – service de frutas y helados; siendo la infraestructura de la siguiente manera:

- El área administrativa consta de la remodelación de 3 oficinas que serán ubicadas en la planta alta del local.
- El área de operativa estará adaptada para la ubicación de todas las maquinas que se requieren para los diferentes procesos de producción

El costo de la remodelación de la infraestructura se detalla a continuación:

Cuadro 35**Costo de infraestructura**

Descripción	Cantidad mts2	Valor m2	C. Total
Obra Civil	200,00	10	2.000,00

Fuente: Constructora Izurieta Hnos.

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

2. Muebles y enseres**Cuadro 36****Requerimientos de muebles y enseres**

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVO	Heladería	Mesas de 2 puestos(incluido sillas)	4	35,00	140,00
		Mesas de 3 puestos(incluido sillas)	5	70,00	350,00
		Mesas de 4 puestos(incluido sillas)	10	130,00	1.300,00
		Basureros metálicos	3	15,33	45,99
	SUBTOTAL				1.835,99
	Cocina	Alacena	1	250,00	250,00
		Mesas auxiliares	2	20,00	40,00
		Aparador para Vajilla	1	250,00	250,00
		SUBTOTAL	540,00		
	SUBTOTAL				2.375,99
ADMINISTRATIVO	Gerencia Contabilidad	Escritorio Ejecutivo de madera	2	400,00	800,00
		Archivador 4 gavetas	2	130,00	260,00
		Silla Ejecutiva	2	115,00	230,00
		Sillas de recepción	6	25,00	150,00
		Basureros	1	15,33	15,33
		SUBTOTAL	1.455,33		
SUBTOTAL				1.455,33	
TOTAL				3.831,32	

Fuente: Vitrinas Buenaño

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3. Equipo de oficina

Cuadro 37

Requerimiento de Equipo de Oficina

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVO	Heladería	Televisor 32"			
		LG LED	1	560,00	560,00
		Teléfono	1	29,00	29,00
		Equipo de sonido	1	220,00	220,00
		SUBTOTAL			809,00
		SUBTOTAL			809,00
ADMINISTRATIVO	Gerencia Contabilidad	Grapadora	2	6,00	12,00
		Papelera	2	20,00	40,00
		Teléfono	2	29,00	58,00
		SUBTOTAL			110,00
				SUBTOTAL	
		TOTAL			919,00

Fuente: Computrón
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

4. Equipo de computación

En cuanto se refiere a equipos de computación es de suma importancia resumirlo en el siguiente cuadro:

Cuadro 38

Requerimiento de equipo de computación

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVO	Heladería	Computador AIO DELL	1	645,00	645,00
		Impresora Matricial	1	325,00	325,00
		Máquina Registradora	1	400,00	400,00
		SUBTOTAL			1.370,00
SUBTOTAL					1.370,00
ADMINISTRATIVO	Gerencia Contabilidad	Computador AIO DELL	2	645,00	1.290,00
		Impresora HP Multifunción	2	179,00	358,00
		SUBTOTAL			1.648,00
SUBTOTAL					1.648,00
TOTAL					3.018,00

Fuente: Computrón
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

5. Maquinaria y equipo

El siguiente cuadro muestra los requerimientos tecnológicos para el óptimo funcionamiento de la heladería self service.

Cuadro 39
Maquinaria y Equipo

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
OPERATIVO	Cocina	Cocina Industrial 3 quemadores	1	480,00	480,00		
		Batidora Industrial 8 litros	1	650,00	650,00		
		Extractor de Pulpa	1	2.900,00	2.900,00		
		Báscula Electrónica	1	196,00	196,00		
		Extractor de olores	1	190,00	190,00		
		Paila de Bronce	2	310,00	620,00		
		Congelador Freezer	1	550,00	550,00		
		Licuada Industrial 10 litros	1	961,20	961,20		
		SUBTOTAL				6.547,20	
		Heladería	Heladería	Exhibidores	2	250,00	500,00
				Báscula Electrónica	2	196,00	392,00
				Refrigerador	1	660,00	660,00
				SUBTOTAL			
		SUBTOTAL					8.099,20
TOTAL					14.646,40		

Fuente: Vitrinas Buenaño, Computrón

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

6. Menaje y utilería

Cuadro 40

Requerimiento de menaje y utilería

MENAJE DE COCINA Y HELADERÍA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cuchara de helado	25	10,00	250,00
Ollas	2	40,00	80,00
Tabla para picar	2	3,55	7,10
Juego Cuchillos	2	8,65	17,30
Cuchara de palo grande	2	20,00	40,00
Juegos de cubiertos 20 piezas	5	20,00	100,00
Juego de Vajilla 20 piezas	5	45,00	225,00
TOTAL			719,40

Fuente: Gran Akí
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

4.7.2. Capital de trabajo

1. Insumos directos

Con respecto a la adquisición de lo que son insumos directos, se los conseguirá en diferentes lugares, como por ejemplo el SUPERMAXI, el mercado la Amazonas, ya que por la investigación realizada anteriormente se determinó que en estos lugares son los únicos establecimientos en la ciudad de Ibarra que expende los productos necesarios para elaborar los helados y también adquirir las frutas frescas para para prepararlas para ensaladas.

Cuadro 41**Insumos Directos**

CONCEPTO	UNIDAD		VALOR	CANTIDAD	VALOR
			UNITARIO	MENSUAL	TOTAL
Manzana	1	unidad	0,25	800,00	200,00
Melón	1	unidad	1,75	60,00	105,00
Naranjilla	1	unidad	0,08	2.400,00	192,00
Naranja	1	unidad	0,13	1.200,00	156,00
Papaya	1	unidad	1,75	40,00	70,00
Piña	1	unidad	1,20	40,00	48,00
Sandía	1	unidad	3,50	60,00	210,00
Plátano Seda	1	unidad	0,10	2.000,00	200,00
Duraznos	1	unidad	0,18	800,00	144,00
Peras	1	unidad	0,30	800,00	240,00
Fresas	1	libra	1,00	200,00	200,00
Mora de Castilla	1	libra	1,00	400,00	400,00
Kiwis	1	unidad	0,20	800,00	160,00
Leche	1	unidad	0,80	400,00	320,00
Chocolate	200	gramos	6,00	32,00	192,00
TOTAL			18,24		2.837,00

Fuente: Mercado Amazonas, Supermaxi

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

2. Insumos indirectos**Cuadro 42****Insumos indirectos**

MPI	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL
Sal en Grano	3,00	12,00
Azúcar	3,00	12,00
Aderezos	20,00	80,00
Tarrinas de 16 onzas	25,00	100,00
Tarrina de 32 onzas	50,00	200,00
Cucharas desechables	1,25	5,00
TOTAL	102,25	409,00

Fuente: Mercado Amazonas, Supermaxi, La Minga

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

3. Sueldos y salarios

El siguiente cuadro muestra los sueldos y salarios con los respectivos beneficios de ley, excepto los fondos de reserva ya que estos se los otorga a partir del segundo año de funcionamiento, esto según el Código de Trabajo Ecuatoriano.

Cuadro 43

Sueldos y salarios

CARGO	CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Gerente General	Sueldo Básico	430	5160,00	6570,94
	Décimo Tercero	35,83	430,00	
	Décimo Cuarto	29,50	354,00	
	Aporte Patronal	52,245	626,94	
	SUBTOTAL	547,58	6570,94	
Contador	Sueldo Básico	390	4680	5992,62
	Décimo Tercero	32,50	390	
	Décimo Cuarto	29,50	354	
	Aporte Patronal	47,385	568,62	
	SUBTOTAL	499,39	5992,62	
Cocinero	Sueldo Básico	360	4320	5558,88
	Décimo Tercero	30,00	360	
	Décimo Cuarto	29,50	354	
	Aporte Patronal	43,74	524,88	
	SUBTOTAL	463,24	5558,88	
Cajero	Sueldo Básico	354	4248	5472,13
	Décimo Tercero	29,50	354	
	Décimo Cuarto	29,50	354	
	Aporte Patronal	43,011	516,132	
	SUBTOTAL	456,01	5472,132	
Mesero	Sueldo Básico	354	4248	5472,13
	Décimo Tercero	29,50	354	
	Décimo Cuarto	29,50	354	
	Aporte Patronal	43,01	516,13	
	SUBTOTAL	456,01	5472,13	
SUELDOS Y BENEFICIOS		2.422,23		29.066,70

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

4. Talento humano

Cuadro 44

Talento humano

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL
OPERATIVA	Cocinero	2	463,24	926,48
	Mesero	1	456,01	456,01
SUBTOTAL				1.382,49

Fuente: Cuadro N°44
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

5. Servicios básicos

Para determinar los costos de los servicios básicos se realizó tomando como base restaurantes que posean similar capacidad, los cuales fueron Helados de Rosalía Suárez, la Bermejita y La Esquina; para la proyección de los cinco años se tomará en cuenta la tasa de la inflación del mes de Mayo del año 2014 que es 3,40%.

Cuadro 45

Servicios básicos

SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de energía	75,00	900,00
Consumo de agua	40,00	480,00
Consumo telefónico e Internet	25,00	300,00
Instrumentos de limpieza	12,00	144,00
TOTAL	152,00	1.824,00

Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

6. Gasto de publicidad

La microempresa contratará los servicios publicidad, esto para dar a conocer el producto nunca antes brindado en la ciudad, dirigido a la población ibarreña y a los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro 46

Gasto de Publicidad

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad	110,00	1.320,00
TOTAL		1.320,00

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

7. Gasto Arriendo

La microempresa no cuenta con un local propio el cual será arrendado y remodelado para que pueda funcionar en perfectas condiciones tanto el área de operativa como el área de administración; el arriendo se lo hizo a través de un contrato estipulado durante cinco años; el valor mensual del arriendo se lo presenta a continuación:

Cuadro 47

Gasto Arriendo

descripción	c. mensual	total anual
Arriendo	350,00	4.200,00
TOTAL		4.200,00

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

8. Gasto Mantenimiento

Para el gasto de mantenimiento se utilizará los siguientes porcentajes: para los equipos de computación el 1% y la maquinaria el 2 % respectivamente.

Cuadro 48**Gasto mantenimiento**

CONCEPTO	VALOR INICIAL	% DE MANTENIMIENTO	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Maquinaria y Equipo	14.646,40	0,01	146,46	12,21
Equipo de computación	3.018,00	0,02	60,36	5,03
TOTAL			206,82	17,24

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

9. Gastos de organización

Se estima para estos gastos los rubros de pre- factibilidad de la microempresa, la puesta en marcha incluida certificaciones, permisos, patentes, entre otros; y demás imprevistos que la empresa requiera para su creación e instalación de la planta, el valor es de 2.100 dólares, que se lo enviará directo al gasto del año 1.

Cuadro 49**Gasto de organización**

Descripción	Total anual
Gastos de organización	2.100,00
TOTAL	2.100,00

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

10. Gastos administrativos**Cuadro 50****Gasto administrativos**

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL
ADMINISTRATIVA	Gerente General	1	547,58	547,58
	Contador	1	499,39	499,39
	Cajero	1	456,01	456,01
SUBTOTAL		3		1.502,97

Fuente: Cuadro N°44

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

El capital de trabajo a diferencia de las inversiones en activo fijo y diferido, permitirá iniciar los procesos de producción hasta lograr obtener los primeros ingresos por ventas de los productos.

Cuadro 51
Capital de trabajo

CONCEPTO	MONTO
1. Gastos operacionales directos	
Materia Prima Directa	2.837,00
Materia Prima Indirecta	409,00
Mano de Obra Directa	1.382,49
TOTAL GASTOS OPERACIONALES DIRECTOS	4.628,49
2. Gastos operacionales indirectos	
Gastos de administración	1.502,97
Servicios básicos, suministros y Otros gastos	152,00
Gasto publicidad y marketing	110,00
Gasto arriendo	350,00
Gastos de mantenimiento	17,24
TOTAL GASTOS OPERACIONALES INDIRECTOS	2.132,21
CAPITAL DE TRABAJO	6.760,70
CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	20.282,10
Gastos de Organización	2.100,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	22.382,10

Fuente: Cuadros N° 40, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 50 51

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

4.8. Resumen de la inversión

Cuadro 52

Resumen de la Inversión

ACTIVOS NO CORRIENTES	MONTO
Infraestructura	2.000,00
Muebles y Enseres	3.831,32
Equipo de Oficina	919,00
Equipos de computación	3.018,00
Equipo y Maquinaria	14.646,40
Menaje y Utillería	719,40
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	25.134,12
Capital de Trabajo	22.382,10
TOTAL DE LA INVERSIÓN	47.516,22

Fuente: Cuadros N° 36, 37, 38, 39, 40, 41, 52

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

4.9. Conclusión del estudio técnico

El estudio técnico permitió identificar la ubicación estratégica del proyecto, la ingeniería del proyecto para determinar los procesos de que se produce en una heladería modalidad self - service, la comercialización, la maquinaria y obra civil que son necesarios para la implementación del presente proyecto de factibilidad. Además, se obtuvo la inversión inicial que asciende a 47.516,22 USD de los cuales el 30% es la aportación propia y el 70% son a través del financiamiento de una entidad privada.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Al investigar la existencia de un mercado potencial al cual ofrecer el producto, y al existir facilidades para la ejecución del proyecto, el estudio financiero busca indicar el monto necesario de recursos económicos, el costo total de operación e indicadores financieros que se utilizarán como base para la evaluación financiera del proyecto.

El estudio financiero tiene como fin ordenar la información que es obtenida de los capítulos anteriores como es la inversión, costos e ingresos.

Adicionalmente, en el estudio financiero se evidenciará que con los recursos que se dispone se puede desarrollar el proyecto.

5.1. Inversión del proyecto

Para iniciar el proyecto se debe realizar la inversión en equipo, maquinaria y utilería suficiente para montar la microempresa modalidad self – service de frutas y helados. Por esta razón, para el estudio financiero, se determinó que las inversiones pre-operativas y operativas del proyecto pueden ser modificadas, es decir, se ajustarán de acuerdo con los requerimientos que tenga el proyecto, durante los próximos 5 años de su evaluación.

5.1.1. Activos depreciables

En el siguiente cuadro se especifica los activos fijos que se necesitan adquirir para que el proyecto se desarrolle.

Cuadro 53**Activos depreciables**

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES		
CONCEPTO	%	VALOR
INFRAESTRUCTURA	7,96	2.000,00
MUEBLES Y ENSERES	15,24	3.831,32
EQUIPO DE OFICINA	3,66	919,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	12,01	3.018,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	58,27	14.646,40
MENAJE Y UTILERÍA	2,86	719,40
TOTAL	100,00	25.134,12

Fuente: Cuadro N° 53
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

5.2. Estructura del financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 70% se financiará con crédito y el 30% será aporte propio. Para la obtención del crédito se solicitará al Banco del Austro la cual aplica una tasa de interés del 11,23% correspondiente al microcrédito de PYMES.

Cuadro 54**Estructura del financiamiento**

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	VALOR
Inversión Propia	30%	14.254,87
Inversión Financiada	70%	33.261,36
INVERSIÓN TOTAL	100%	47.516,22

Fuente: Banco del Austro
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

5.3. Amortización

Los pagos del crédito corresponde al 70% del monto total de inversión que requiere el proyecto, con una tasa anual 11,23% durante 5 años, considerando el segmento de crédito para

las PYMES, el crédito se desembolsará trimestralmente lo que da como resultado 20 pagos para la cancelación de la deuda en su totalidad. A continuación se presenta la tabla de amortización con pagos fijos cada período.

Cuadro 55

Tabla de Amortización

PRÉSTAMO		33.261,36		PROFORMA	
Tasa de Interés		11,23%		DE PAGO No.	
Plazo		5 Años		TOTAL	
Pagos		20 Trimestrales		10.660,35	
N°	CUOTA	INTERÉS	INTERESES	PAGO DE CAPITAL	CAPITAL POR PAGAR
0					33.261,36
1	2.196,09	933,81	1.262,27		31.999,08
2	2.196,09	898,37	1.297,71		30.701,37
3	2.196,09	861,94	1.334,14		29.367,23
4	2.196,09	824,48	1.371,60		27.995,63
5	2.196,09	785,98	1.410,11		26.585,52
6	2.196,09	746,39	1.449,70		25.135,82
7	2.196,09	705,69	1.490,40		23.645,42
8	2.196,09	663,85	1.532,24		22.113,18
9	2.196,09	620,83	1.575,26		20.537,93
10	2.196,09	576,60	1.619,48		18.918,44
11	2.196,09	531,14	1.664,95		17.253,49
12	2.196,09	484,39	1.711,69		15.541,80
13	2.196,09	436,34	1.759,75		13.782,05
14	2.196,09	386,93	1.809,15		11.972,89
15	2.196,09	336,14	1.859,95		10.112,95
16	2.196,09	283,92	1.912,16		8.200,78
17	2.196,09	230,24	1.965,85		6.234,93
18	2.196,09	175,05	2.021,04		4.213,89
19	2.196,09	118,31	2.077,78		2.136,11
20	2.196,09	59,97	2.136,11		(0,00)

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.3.1. Pago de intereses

Cuadro 56

Pago de Intereses

AÑO	INTERÉS PAGADO	%
1	3.518,61	33,01
2	2.901,90	27,22
3	2.212,96	20,76
4	1.443,33	13,54
5	583,56	5,47
TOTAL	10.660,35	100,00

Fuente: Cuadro N°56
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

5.3.2. Pago de capital

Cuadro 57

Pago de Capital

AÑO	CAPITAL PAGADO	%
1	5.265,73	15,83
2	5.882,44	17,69
3	6.571,39	19,76
4	7.341,02	22,07
5	8.200,78	24,66
TOTAL	33.261,36	100,00

Fuente: Cuadro N°56
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

5.4. Presupuesto de costos y gastos

Para el presupuesto de costos y gastos se presentan los datos, que se utilizarán para el funcionamiento del restaurante a partir del primer periodo operativo.

5.4.1. Insumos directos

Para la proyección de los insumos directos y los insumos indirectos, se toma en cuenta todo lo que se necesita para la elaboración de los helados y ensaladas de frutas, aumentando su capacidad conforme aumenta la producción, así como el precio de cada uno proyectado con el 4.87% de la tasa de inflación estimada a junio del 2015, obtenida del Banco Central del Ecuador.

Cuadro 58

Insumos directos

CONCEPTO	INSUMOS DIRECTOS				
	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Manzana	2.516,88	2.639,45	2.767,99	2.902,79	3.044,16
Melón	1.321,36	1.385,71	1.453,20	1.523,97	1.598,18
Naranjilla	2.416,20	2.533,87	2.657,27	2.786,68	2.922,39
Naranja	1.963,17	2.058,77	2.159,03	2.264,18	2.374,45
Papaya	880,91	923,81	968,80	1.015,98	1.065,46
Piña	604,05	633,47	664,32	696,67	730,60
Sandía	2.642,72	2.771,42	2.906,39	3.047,93	3.196,37
Plátano Seda	2.516,88	2.639,45	2.767,99	2.902,79	3.044,16
Duraznos	1.812,15	1.900,41	1.992,96	2.090,01	2.191,80
Peras	3.020,26	3.167,34	3.321,59	3.483,35	3.652,99
Fresas	2.516,88	2.639,45	2.767,99	2.902,79	3.044,16
Mora de Castilla	5.033,76	5.278,90	5.535,99	5.805,59	6.088,32
Kiwis	2.013,50	2.111,56	2.214,39	2.322,24	2.435,33
Leche	4.027,01	4.223,12	4.428,79	4.644,47	4.870,66
Chocolate	2.416,20	2.533,87	2.657,27	2.786,68	2.922,39
TOTAL	35.701,94	37.440,63	39.263,99	41.176,14	43.181,42

Fuente: Cuadro N°42

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.4.2. Insumos indirectos

Cuadro 59

Insumos indirectos

CONCEPTO	INSUMOS INDIRECTOS				
	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Sal en Grano	151,01	158,37	166,08	174,17	182,65
Azúcar	151,01	158,37	166,08	174,17	182,65
Aderezos	1.006,75	1.055,78	1.107,20	1.161,12	1.217,66
Tarrinas de 16 onzas	1.258,44	1.319,73	1.384,00	1.451,40	1.522,08
Tarrina de 32 onzas	2.516,88	2.639,45	2.767,99	2.902,79	3.044,16
Cucharas desechables	62,92	65,99	69,20	72,57	76,10
TOTAL	5.147,02	5.397,68	5.660,55	5.936,22	6.225,31

Fuente: Cuadro N°43

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.4.3. Talento humano

Cuadro 60

Ponderación de remuneración

No.	Año	Salario Básico Unificado
1	2011	264,00
2	2012	292,00
3	2013	314,00
4	2014	340,00
5	2015	354,00
Crecimiento		7,6%

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$354 = 264(1 + i)^4$$

$$\frac{354}{264} = (1 + i)^4$$

$$\sqrt[4]{1,34} = (1 + i)$$

$$0,076 = i$$

Para proyectar el talento humano se tomó en cuenta todas las actividades realizadas en la heladería tanto en el área de cocina, heladería y oficinas administrativas, a los cuales se les cancela como sueldos y salarios. A continuación se presenta un cuadro que contiene los sueldos y salarios de administración y ventas. En las proyecciones para los cinco años se utilizó una tasa que se la obtuvo del anterior cuadro, que es del 7,6%

Cuadro 61
Talento Humano

CARGO	TALENTO HUMANO				
	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Cocinero	10.763,76	12.329,62	13.239,77	14.219,09	15.272,83
Mesero	5.472,13	6.242,01	6.689,50	7.171,00	7.689,09
TOTAL	16.235,89	18.571,64	19.929,27	21.390,09	22.961,93

Fuente: Cuadro N°45
Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

5.4.4. Gastos directos proyectados

Para el presente proyecto se estima que el 70% de los gastos directos proyectados son variables y el 30% son gastos indirectos proyectados.

Cuadro 62**CIF Gastos directos proyectados**

SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Consumo de energía	660,68	692,86	726,60	761,98	799,09
Consumo de agua	352,36	369,52	387,52	406,39	426,18
Consumo telefónico e Internet	220,23	230,95	242,20	253,99	266,36
Instrumentos de limpieza	105,71	110,86	116,26	121,92	127,85
TOTAL	1.338,98	1.404,19	1.472,57	1.544,29	1.619,49

Fuente: Anexo N°5
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

Cuadro 63**CIF Fijo proyectado**

SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Consumo de energía	283,15	296,94	311,40	326,56	342,47
Consumo de agua	151,01	158,37	166,08	174,17	182,65
Consumo telefónico e Internet	94,38	98,98	103,80	108,85	114,16
Instrumentos de limpieza	45,30	47,51	49,82	2,25	54,79
TOTAL	573,85	601,80	631,10	661,84	694,07

Fuente: Anexo N°5
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

5.4.5. Depreciaciones de activos no corrientes

Para calcular las depreciaciones utilizaremos el método en línea recta lo cual está preestablecido por el SRI.

Cuadro 64**Depreciaciones de activos no corrientes**

DETALLE	VALOR	%	PERIODOS					VALOR DE RESCATE
			1	2	3	4	5	
Infraestructura	2.000,00	5%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.500,00
Muebles y Enseres	3.831,32	10%	383,13	383,13	383,13	383,13	383,13	1.915,66
Equipo de Oficina	919,00	10%	91,90	91,90	91,90	91,90	91,90	459,50
Equipo de Computación	3.018,00	33%	995,94	995,94	995,94	-	-	-
Maquinaria y Equipo	14.646,40	10%	1.464,64	1.464,64	1.464,64	1.464,64	1.464,64	7.323,20
Menaje y Utilería	719,40	10%	71,94	71,94	71,94	71,94	71,94	359,70
TOTAL	25.134,12		3.107,55	3.107,55	3.107,55	2.111,61	2.111,61	11.558,06

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

De la depreciación anual de cada activo fijo es necesario mencionar que el valor corresponde al área administrativa y operativa. A continuación se muestra los porcentajes de depreciación asignados para cada uno de los departamentos.

Cuadro 65

Distribución de la depreciación

DETALLE	ÁREA		TOTAL
	ADMINISTRATIVA	OPERATIVA	
Infraestructura	40%	60%	100%
Muebles y Enseres	38%	62%	100%
Equipo de Oficina	10%	90%	100%
Equipo de Computación	66%	34%	100%
Maquinaria y Equipo	0%	100%	100%
Menaje y Utilería	0%	100%	100%

Fuente: Cuadro N° 53
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

- **Depreciación del área administrativa**

Cuadro 66

Distribución de la depreciación del área administrativa

DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Infraestructura	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Muebles y Enseres	145,59	145,59	145,59	145,59	145,59
Equipo de Oficina	9,19	9,19	9,19	9,19	9,19
Equipo de Computación	657,32	657,32	657,32	657,32	657,32
Maquinaria y Equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menaje y Utilería	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	852,10	852,10	852,10	852,10	852,10

Fuente: Cuadro N° 65
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

- Depreciación del área operativa

Cuadro 67**Distribución de la depreciación del área operativa**

DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Infraestructura	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Muebles y Enseres	237,54	237,54	237,54	237,54	237,54
Equipo de Oficina	82,71	91,90	0,00	0,00	0,00
Equipo de Computación	338,62	338,62	338,62	338,62	338,62
Maquinaria y Equipo	1.464,64	1.464,64	1.464,64	1.464,64	1.464,64
Menaje y Utilería	71,94	71,94	71,94	71,94	71,94
TOTAL	718,87	728,06	636,16	636,16	636,16

Fuente: Cuadro N° 65
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

5.4.6. Proyección de arriendo

El arriendo es un rubro que es importante para el proyecto puesto que la planta con la que cuenta la microempresa no es propia, sino arrendada con un contrato de cinco años; para la proyección se toma en cuenta la tasa de inflación que es el 4.87% hasta junio del 2015, obtenida a través del Banco Central del Ecuador.

Cuadro 68**Proyección de gasto arriendo**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	4.404,54	4.619,04	4.843,99	5.079,89	5.327,28
TOTAL	4.404,54	4.619,04	4.843,99	5.079,89	5.327,28

Fuente: Estudio Técnico Cuadro N°48
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

5.4.7. Gastos administrativos

Cuadro 69

Gastos administrativos

CARGO	GASTOS ADMINISTRATIVOS				
	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Gerente	6.570,94	7.506,11	8.049,67	8.634,54	9.263,86
Contador	5.992,62	6.840,80	7.333,79	7.864,26	8.435,04
Cajero	5.472,13	6.242,01	6.689,50	7.171,00	7.689,09
TOTAL	18.035,69	20.588,92	22.072,96	23.669,80	25.387,99

Fuente: Anexo 6

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.4.8. Gasto publicidad

Cuadro 70

Gastos de publicidad

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1.384,28	1.451,70	1.522,40	1.596,54	1.674,29
TOTAL	1.384,28	1.451,70	1.522,40	1.596,54	1.674,29

Fuente: Estudio Técnico Cuadro N°47

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.4.9. Gasto Mantenimiento

Cuadro 71

Gasto de mantenimiento

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	153,60	161,08	168,92	177,15	185,77
Equipo de computación	63,30	66,38	69,62	73,01	76,56
TOTAL	216,90	227,46	238,54	250,15	262,34

Fuente: Estudio Técnico Cuadro N°49

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.5. Estados financieros proforma

5.5.1. Estados iniciales de situación financiera

Cuadro 72

Estado inicial de situación financiera

HELADERÍA SELF - SERVICE "LA PELUSITA"			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
Al año 0			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Capital de Trabajo	22.382,10	Préstamo Bancario por Pagar	33.261,36
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Propiedad Planta y Equipo		TOTAL PASIVOS:	33.261,36
Infraestructura	2.000,00		
Muebles y Enseres	3.831,32		
Equipo de Oficina	919,00		
Equipo de Computación	3.018,00		
Maquinaria y Equipo	14.646,40	PATRIMONIO	
Menaje y Utilería	719,40	Capital Social	14.254,87
TOTAL	<u>47.516,22</u>	TOTAL PASIVO +	
ACTIVOS:		PATRIMONIO:	<u>47516,22</u>

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

5.5.2. Estado de resultados o de ingresos proyectado

Para realizar el Estado de resultados es necesario determinar el precio de venta y el presupuesto de todos los gastos, estos datos se los obtuvo de los anexos donde están estipulados.

Cuadro 73**Estado de resultados proyectado**

DETALLE	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	115.069,93	123.001,31	131.477,10	140.534,45	150.213,05
(-) Materia Prima Directa	35.701,94	37.440,63	39.263,99	41.176,14	43.181,42
(-) Mano de Obra Directa	16.235,89	18.571,64	19.929,27	21.390,09	22.961,93
(-) Materia Prima Indirecta	5.147,02	5.397,68	5.660,55	5.936,22	6.225,31
(-) Costos Indirectos de Fabricación	1.338,98	1.404,19	1.472,57	1.544,29	1.619,49
(-) Gastos Administrativos	18.035,69	20.588,92	22.072,96	23.669,80	25.387,99
(=) Utilidad Operacional	38.610,41	39.598,26	43.077,76	46.817,92	50.836,91
(-) Gastos Financieros	3.518,61	2.901,90	2.212,96	1.443,33	583,56
(-) Gastos de Publicidad	1.384,28	1.451,70	1.522,40	1.596,54	1.674,29
(-) Gastos de Arriendo	4.404,54	4.619,04	4.843,99	5.079,89	5.327,28
(-) Gastos de Mantenimiento	216,90	227,46	238,54	250,15	262,34
(-) Depreciación	3.107,55	3.107,55	3.107,55	2.111,61	2.111,61
(-) Servicios Básicos, suministros y otros gastos	573,85	601,80	631,10	661,84	694,07
(-) Gastos de Organización	2.100,00				
(=) Utilidad antes del Participación a Trabajadores	23.304,67	26.688,82	30.521,23	35.674,56	40.183,76
(-) 15% Participación a Trabajadores	3.495,70	4.003,32	4.578,18	5.351,18	6.027,56
(=) Utilidad antes del Impuesto a la renta	19.808,97	22.685,50	25.943,04	30.323,38	34.156,20
(-) Impuesto a la Renta	804,88	1.210,32	1.698,96	2.356,01	2.930,93
(=) UTILIDAD NETA ANUAL	19.004,10	21.475,17	24.244,09	27.967,37	31.225,27

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.5.3. Flujos de efectivo

Cuadro 74

Flujos de efectivo proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA	-47.516,22	19.004,10	21.475,17	24.244,09	27.967,37	31.225,27
(+) Depreciación		3.107,55	3.107,55	3.107,55	2.111,61	2.111,61
(+) Valor de Salvamento						11.558,06
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						22.382,10
(-) Pago de la Deuda		5.265,73	5.882,44	6.571,39	7.341,02	8.200,78
FLUJO NETO	-47.516,22	16.845,92	18.700,28	20.780,25	22.737,97	59.076,26

Fuente: Cuadro N° 74

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

5.6. Evaluación financiera

El objetivo de la evaluación financiera es pronosticar la factibilidad de la helaría modalidad self - service para lo cual se utilizará las dos técnicas más requeridas para realizar los cálculos TIR y VAN.

5.6.1. Determinación del costo de capital

Para el cálculo del costo de capital se necesita las tasas de ponderación que corresponden a la parte financiada, que es del 11.23% la tasa activa , la cual es otorgada por el Banco del Austro y la parte propia que le corresponde el 5% la tasa pasiva.

Cuadro 75**Costo de capital**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	14.254,87	30,00	5,00	150,00
Inversión Financiada	33.261,36	70,00	11,23	786,10
INVERSIÓN TOTAL	47.516,22	100,00	16,23	936,10

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

Coste de Oportunidad= 936,10/100

Coste de Oportunidad= 9,36%

5.6.2. Tasa de rendimiento medio

Donde:

TRM= Tasa de Rendimiento Medio

Ck = Costo de Capital

$$TRM = ((1 + Ck) (1 + \text{Inflación})) - 1$$

$$TRM = ((1 + 0,0936) (1 + 0,0487)) - 1$$

$$TRM = 14,69 \%$$

5.7. Valor actual neto

$$VAN = I - \sum \frac{FNE}{(1 + i)^n}$$

De donde:

VAN: Valor Actual Neto

FNE: Flujos Netos de Efectivo

I: Inversión

i: Tasa de redescuento

n: Tiempo de vida útil del proyecto o inversión

En este proyecto se obtuvo el VAN a través de la fórmula lógica proporcionada por Excel.

Cuadro 76

Valor actual neto

PERIODOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	-47.516,22
1	16.845,92
2	18.700,28
3	20.780,25
4	22.737,97
5	59.076,26
VAN	38.075,16

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

El VAN se calculó, determinando los flujos de caja para los 5 años, originados por la inversión. Para esto se ajusta los flujos futuros a través de la tasa de descuento, a este valor se le extrae la diferencia de la inversión inicial, dando como resultado el valor actual neto del proyecto, en este caso indica va a recuperar la inversión ya que el Van obtenido es positivo.

VAN > 0; VIABLE

VAN = 0; INDIFERENTE

VAN < 0; NO ES VIABLE

5.8. Tasa interna de retorno

$$TIR = -II + \sum (1 + tir)^{-n}$$

Reemplazando los datos en la formula se obtuvo:

$$TIR = 34\%$$

El TIR calculado es de 34%; por lo que se concluye que el proyecto es factible porque la TIR es mayor que el costo de capital del mercado del 14,69%, logrando que sea rentable y atractivo a la vez la ejecución de este proyecto.

Entonces sí:

TIR > COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE

TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD; INDIFERENTE

TIR < COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE

5.9. Periodo de recuperación

Cuadro 77

Periodo de recuperación corriente

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJOS NETOS	16.845,92	18.700,28	20.780,25	22.737,97	59.076,26
VALOR ACTUAL	14.688,22	14.216,64	13.774,45	13.141,64	29.770,44
RECUPERACIÓN	14.688,22	28.904,86	42.679,31	55.820,94	85.591,38

Fuente: Cuadro N°77

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

$$-47.516,22 + 55.820,94 = \mathbf{8.304,72}$$

$$\mathbf{8.304,72} / 18.491,37 = \mathbf{0,4491}$$

$$\mathbf{0,4491} * 360 = \mathbf{161,68}$$

$$\mathbf{295,87} / 30 = \mathbf{5 \text{ meses}}$$

Interpretación: La Recuperación de la Inversión será en 3 años y 5 meses, se podría concluir que es el tiempo de recuperación es óptimo pero no precisamente real ya que no está impactada la inflación. A continuación se realizará el cuadro donde se muestra los flujos netos impactadas con la inflación pronosticada acumulada del 2015.

5.10. Relación costo - beneficio

Cuadro 78

Costo beneficio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INGRESOS	115.069,93	123.001,31	131.477,10	140.534,45	150.213,05	
VA de Ingresos	100.331,27	93.510,13	87.151,22	81.223,29	75.697,21	437.913,12
COSTOS	91.765,26	96.312,49	100.955,87	104.859,89	110.029,28	
VA de Costos	80.011,56	73.220,30	66.919,84	60.604,82	55.447,31	336.203,84
RELACIÓN B/C	1,30					

Fuente: Cuadro N°77
 Autor: Cristian Cevallos
 Año: 2015

Esto quiere decir que por cada dólar de inversión, se genera 0.30 centavos de ganancia.

Entonces sí:

R; $B/C > A$ 1; VIABLE

R; $B/C = A$ 1; INDIFERENTE

R; $B/C < A$ 1; NO VIABLE

5.11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto mínimo aceptable de producción al que se debe operar para no incurrir en pérdidas, de tal forma que el punto de equilibrio tiene como fin obtener el nivel de ventas anuales con el que el proyecto cubrirá los costos fijos y variables. Ver Anexo N°7.

La fórmula para obtener el punto de equilibrio se presenta a continuación:

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{49.577,32}{1 - \frac{42.187,94}{115.069,93}}$$

$$PE\$ = 78.275,29$$

El punto de equilibrio para el primer año será de \$78.275,29 lo que significa que la microempresa tiene que vender el valor antes mencionado para lograr cubrir así sus costos fijos y variables del proyecto.

Conclusión del Estudio Financiero

Al realizar el estudio financiero se puede determinar si el proyecto es factible o no lo es; en el caso de la microempresa modalidad self- service de frutas y helados resulta atractivo y viable la aplicación de este proyecto, puesto que en su evaluación financiera arrojaron resultados positivos y favorables a la hora de poner en marcha este emprendimiento. En el caso del Valor Actual Neto que indica un valor de \$38.075,16, demuestra que a futuro se recuperará la inversión inicial en un tiempo aproximado de 3 años y 5 meses. Además la Tasa Interna de Retorno (TIR) indica una tasa del 34% que en relación a la tasa de capital de mercado es positiva y es recomendable invertir en el proyecto. Finalmente, realizando una relación Beneficio – Costo, se pudo determinar la factibilidad del proyecto con valor \$1,30 demostrando que por cada dólar invertido, además de recuperar la inversión, se obtendrá \$0,30 de ganancia.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL

6.1. La Microempresa

6.1.1. Nombre

Para determinar el nombre de la organización se tomó en cuenta varias características que abarcan la razón de ser de la heladería, lo que permitirá a los clientes identificar a la microempresa rápidamente.

Las características que se tomaron en cuenta para establecer el nombre fueron: el significado, el atractivo, fácil de memorizar; por lo cual se decidió nombrar a la microempresa heladería self -service “LA PELUSITA”.

6.1.2. Conformación jurídica

La heladería self – service “LA PELUSITA” se constituye como una persona natural dedicada al expendio de helados y ensaladas de frutas, formada por capital propio y financiado; cumpliendo con todos los requisitos legales como lo son el permiso de funcionamiento, el registro sanitario, patente otorgado por el municipio, el RUC, el permiso respectivo por el cuerpo de bomberos y la emisión del número patronal del IESS.

1. Permiso Sanitario

El registro sanitario es necesario obtenerlo para el buen funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales, sujetas al control sanitario; en el caso de

“Heladería de Autoservicio” es indispensable obtener este permiso para poder funcionar en la ciudad.

Para obtener el permiso sanitario se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Permiso de funcionamiento actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud, original y copia.
- Certificación otorgada por la autoridad de salud competente, de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas.
- Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase, otorgado por el fabricante o proveedor de los envases.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

2. Certificados de Salud

El personal que labora en la heladería deberá obtener el respectivo Certificado de Salud en la Dirección de Higiene del Municipio de la ciudad de Ibarra.

3. Patente Municipal

Según el Código Orgánico de Organización territorial, Autonomía y descentralización (COOTAD) en la sección IX, art. 547, manifiesta: Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, para obtenerlo es necesario cumplir con los siguientes documentos:

- Copia de la cédula de identidad o del RUC
- Permiso del cuerpo de Bomberos.
- Capital con el que opera o invierte en el negocio.
- Dirección en donde va estar ubicada la actividad económica.
- Se deberá pagar mensualmente.

4. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Toda actividad comercial y productiva debe inscribirse en el RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas con la presentación de los siguientes requisitos:

- Original y copia de la cédula de identidad del contribuyente.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Original y copia de cualquier de los requisitos para determinar la dirección del domicilio y del local:
 - a) Original y copia de la planilla de cualquiera de los servicios básicos a nombre del sujeto pasivo de cualquiera de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- b) Estados de cuenta bancario o de tarjetas de crédito de cualquiera de los tres últimos meses a nombre del sujeto pasivo.
- c) Original y copia del impuesto predial a nombre del sujeto pasivo, puede ser del año en el que realizan la inscripción o del inmediato anterior.

5. Permiso del Cuerpo de Bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener este permiso. Para lo cual deberá adquirir un extintor y realizar con la recarga anual correspondiente. Los requisitos para obtener el certificado son:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizo a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal.
- Original y copia de la calificación anual.
- Señalar dimensiones del local.

6. Emisión del número patronal del IESS

Para la emisión del número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de datos de Registro Patronal.

- Escoger el sector al que pertenece (Privado).
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral para realizar la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de entrega de clave (registro).
- Copia del RUC.
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones.
- Copia de pago de teléfono o luz.

6.1.3. Misión

Heladería self – service “LA PELUSITA” es una microempresa dedicada a la elaboración de helados y ensaladas de frutas, con el fin de ofrecer un servicio de excelente calidad, confianza y satisfacción brindando una gran variedad de sabores y frutas saludables y de alto valor nutricional para nuestros clientes.

6.1.4. Visión

Heladería “LA PELUSITA”, pretende ser en los próximos cinco años un referente en el autoservicio de frutas y helados, promoviendo el desarrollo económico y turístico gastronómico de la ciudad de Ibarra y de la zona 1 del Ecuador.

6.1.5. Políticas

- Entregar al personal las herramientas, implementos e insumos necesarios la elaboración de los helados y ensaladas de frutas.
- Brindar a los trabajadores de la heladería, el desarrollo personal y profesional a través de las buenas relaciones con sus compañeros de trabajo y con capacitaciones periódicas para ofrecer un mejor servicio a los clientes.
- Proteger el entorno ambiental y la seguridad ocupacional, de todas las actividades realizadas por la organización.

6.1.6. Valores

- **Responsabilidad**

Los trabajadores deben estar conscientes de las acciones que cada uno de ellos realizan en la organización, ya que mediante este valor se cumplirán la puntualidad en el trabajo y la eficiencia y eficacia en la entrega de pedidos.

- **Honradez**

El trabajo honesto se ve evidenciado en el día a día, tanto en la elaboración del producto como cada uno de los empleados.

- **Trabajo en equipo**

Todos los miembros de la microempresa deben convivir unión y que todo el esfuerzo realizado por los empleados sea en beneficio de la heladería.

- **Calidad**

Estará demostrado a través del desempeño operacional y administrativo, ya que el resultado de estos indicadores se muestra en el servicio, el producto y en la satisfacción del cliente.

- **Compromiso**

El compromiso que tendrá la empresa será con nuestros socios, distribuidores, cliente final, cliente interno y sobre todo con el medio ambiente para poder tener un producto de calidad y cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes.

6.2. Estructura organizacional

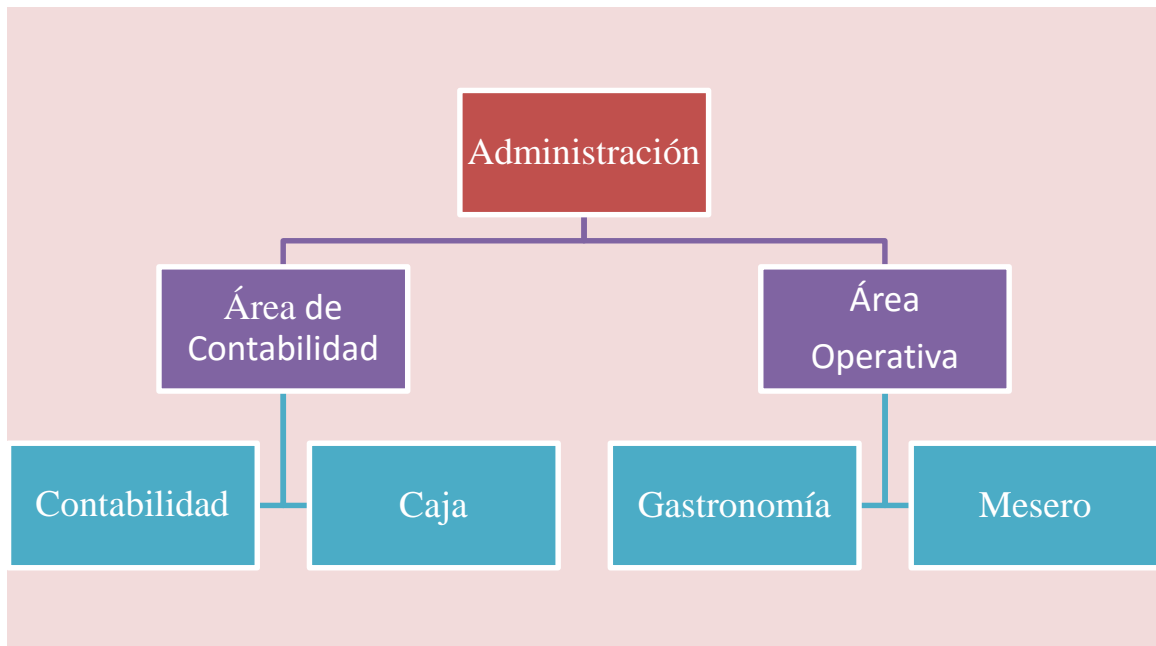
La heladería self – service “LA PELUSITA” tendrá una estructura lineal que otorgue a los trabajadores la facilidad para cumplir los requerimientos de los clientes, dando como resultado una buena comunicación entre las áreas y trabajadores.

Las áreas funcionales con las que contara la microempresa son:

- Administración
- Área de Contabilidad
- Área Operativa

Gráfico 33

Organigrama estructural de la heladería self – service “LA PELUSITA”



Año: 2015

6.3. Manual de funciones

6.3.1. Administración

Objetivo: El administrador es quien se encarga de realizar la gestión administrativa financiera de la heladería, se encargará de realizar la planificación de las compras y ventas, buscará proveedores y clientes para mantener un equilibrio entre oferta y demanda.

Requisitos:

- **Nivel de Educación:** Título de Tercer nivel
- **Profesión:** Administración de empresas y/o afines
- **Experiencia:** 2 años mínimo de experiencia en empresas comercializadoras.
- **Requisitos Adicionales:** Planeación estratégica, Procesos de administrativos generales, Desarrollo organizacional, Uso de computador y paquetes utilitarios,

Competencias:

- **Estructurales**
 - Ética profesional.
 - Honestidad.
 - Responsabilidad.
 - Compromiso con la empresa.
- **Laborales**
 - Habilidades para negociar.
 - Capacidad para liderar.
 - Pensamiento crítico.
 - Capacidad para tomar decisiones.
 - Destreza matemática.
 - Dirección de personas.

Funciones:

- Realizar la representación de la heladería.
- Elaborar el presupuesto de operación de la heladería.
- Estructurar un resumen diario de ventas.
- Recibir peticiones y enviar cotizaciones para eventos.
- Mantener el proceso administrativo de la heladería siempre vigente.
- Crear mecanismos de control interno en las áreas de la heladería.

6.3.2. Contador (a)

Objetivo: Se encargará cumplir con las obligaciones tributarias y laborales, llevará el archivo de la heladería y realizará órdenes de pedido.

Requisitos:

- **Nivel de Educación:** Título de Tercer nivel.
- **Profesión:** Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.
- **Experiencia:** 1 año de experiencia en empresas comercializadoras.
- **Requisitos Adicionales:** Contabilidad Básica, notas de pedido, oficios, uso de computadora y paquetes utilitarios.

Competencias:

- **Estructurales**
 - Confidencialidad.
 - Honestidad.
 - Responsabilidad.
 - Ética profesional.
- **Laborales**
 - Destreza matemática.
 - Trabajo en equipo.
 - Pensamiento analítico y conceptual.
 - Monitoreo y control.

Funciones:

- Realizar la selección del personal.
- Efectuar el pago de los salarios.
- Realizar el cuadro diario de caja.
- Elabora comprobantes de ingresos y egresos.
- Realizar conciliaciones bancarias.
- Elaborar el registro de abastecimiento.
- Manejar los flujos de caja.
- Realizar todos los pagos respecto a recepción de insumos.
- Cumplir con las obligaciones tributarias ante el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Cumplir con las obligaciones laborales con el IESS y otros organismos de control.
- Mantener actualizado el inventario de materiales de oficina, materia prima, clientes y proveedores.

6.3.3. Cajero (a)

Objetivo: Se encargará de realizar el conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez; el manejo correcto del computador, registradora y calculadora.

Requisitos:

- **Nivel de Educación:** Bachiller
- **Experiencia:** 1 año de experiencia en restaurant.
- **Requisitos Adicionales:** Atención al cliente, técnicas actualizadas del manejo y control de caja

Competencias:

- **Estructurales**
 - Ética profesional.
 - Autocontrol.
 - Organización.
- **Laborales**
 - El conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez.
 - Trabajo a presión.
 - Atención al cliente, técnicas actualizadas del manejo y control de caja.

Funciones:

- Receptar los pedidos en la heladería.
- Cobrar por todos los servicios extras adquiridos dentro de la heladería.
- Ayudar al mantenimiento del establecimiento.
- Realizar otras tareas asignadas por el gerente.

6.3.4. Cocinero

Objetivo: Se encargará de realizar la cocción de los alimentos de acuerdo a las indicaciones del Jefe de cocina.

Requisitos:

- **Nivel de Educación:** Bachiller
- **Profesión:** Formación en culinaria

- **Experiencia:** 1 año de experiencia en restaurant o heladería.
- **Requisitos Adicionales:** Procesamiento de alimentos, normas de higiene y salubridad

Competencias:

- **Estructurales**
 - Ética profesional.
 - Compromiso con la microempresa.
 - Organización.
- **Laborales**
 - Responsabilidad en el trabajo.
 - Trabajo en equipo.
 - Determinar los costos de operación y producción del área de cocina.
 - Trabajo a presión.

Funciones:

- Recibir la materia prima
- Realizar el proceso de limpieza de los alimento
- Cocinar los alimentos
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
- Apoyar en las actividades de distribución y ventas.

6.3.5. Mesero

Objetivo: Se encargará de realizar la limpieza de toda el área de servicio al cliente, del área de producción, del área administrativa y respetar las normas de acuerdo a las indicaciones del Jefe de cocina.

Requisitos:

- **Nivel de Educación:** Bachiller
- **Experiencia:** 6 meses de experiencia en restaurant.
- **Requisitos Adicionales:** Preparar trabajos de fin de turno.

Competencias:

- **Estructurales**
 - Ética profesional
 - Organización
- **Laborales**
 - Amabilidad
 - Responsabilidad
 - Trabajo a presión

Funciones:

- Mantener en adecuado orden la heladería.
- Realizar el proceso de limpieza de las distintas áreas de la heladería.
- Realizar la limpieza de la vajilla utilizada.
- Ubicar en su respectivo lugar la vajilla ya aseada-
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
- Estar presto a las necesidades del cliente.

6.4 Control Interno de la Microempresa

6.4.1. Control Interno Financiero

- Depositar diariamente las ventas.
- El dinero deberá ser utilizado para el fin que indique la microempresa.
- Arqueos periódicos de caja para verificar que las transacciones hechas sean las correctas.
- Hacer un conteo físico de los activos que en realidad existen en la microempresa y cotejarlos con los que están registrados en los libros de contabilidad.
- Tener una numeración de los comprobantes de contabilidad en forma consecutiva y de fácil manejo para las personas encargadas de obtener información de estos.
- Analizar si los rendimientos financieros e inversiones hechas están dando los resultados esperados.
- Verificar que se están cumpliendo con todas las normas tanto tributarias, fiscales y civiles.

6.4.2. Control Interno de Inventario

- Comprar inventarios en cantidades económicas.
- Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez al año.
- Permitir el acceso al inventario solamente al personal que no tiene relación con los registros contables.
- Contar con un seguro para el inventario y así protegerlo contra robos.
- Mantener suficiente inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual produce pérdidas en ventas.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Impactos

El análisis de impactos del proyecto se lo realizará mediante la matriz de impactos, de lo social, económico, empresarial y cultural; para determinar si el proyecto es aceptable o no.

Cuadro 79

Matriz de valorización

PUNTAJE	SIGNIFICADO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Autor: Cristian Cevallos

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\Sigma}{N1} = \frac{\text{Sumatoria de Indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

7.1.1. Impacto Social

Cuadro 80

Impacto Social

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores								
1. Fuentes de Empleo						X		2
2. Población						X		2
3. Seguridad Alimentaria						X		2
4. Mejores condiciones de vida							X	3
TOTAL								9

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

$$NI.SOCIAL = \frac{9}{4}$$

$$N. I. Social = 2,25$$

Nivel de Impacto Social = 2 Medio Positivo

Análisis:

La aplicación del proyecto tendrá un impacto social medio positivo ya que los clientes gozarán de una seguridad alimentaria, así como también se generarán fuentes de empleo mejorando con esto, las condiciones de vida de la población ibarreña.

7.1.2. Impacto Económico

Cuadro 81

Impacto Económico

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores								
1. Dinamización de la economía de Ibarra						X		2
2. Aportación al PIB Cantonal, Provincial y Nacional						X		2
3. Ingreso Per cápita						X		2
TOTAL								6

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

$$NI.ECONÓMICO = \frac{6}{3}$$

$$N.I. Económico = 2$$

Nivel de Impacto Económico = 2 Medio Positivo

Análisis:

El nivel de impacto en el ámbito económico es positivo, ya que disminuirá el desempleo al igual que dinamizará la economía en la ciudad de Ibarra, por lo que no tendrá gran importancia, ya que depende de otras fuentes para desarrollar la economía en esta ciudad.

7.1.3. Impacto Empresarial

Cuadro 82

Impacto Empresarial

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores								
1.Gestión de Recursos							X	3
2.Acción corporativa						X		2
3.Administración de la comercialización y proveedores						X		2
TOTAL								7

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

$$NI. EMPRESARIAL = \frac{7}{3}$$

$$N.I. Empresarial = 2,33$$

Nivel de Impacto Empresarial = 2 Medio Positivo

Análisis:

El Impacto Empresarial en la ejecución de este proyecto, se prevé que tendrá una calificación de impacto medio positivo, debido a que existirá profesionalismo y excelente clima laboral entre todas las personas que conformaran el proyecto.

7.1.4. Impacto Cultural

Cuadro 83

Impacto Cultural

NIVELES DE IMPACTO		-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores									
1.Diversificación	de							X	3
	gastronómicas								
2.Bienestar Social							X		2
3.Producto Nacional							X		2
TOTAL									7

Autor: Cristian Cevallos
Año: 2015

$$NI. CULTURAL = \frac{7}{3}$$

$$N.I. Cultural = 2,33$$

Nivel de Impacto Empresarial = 2 Medio Positivo

Análisis:

El proyecto de la heladería self – service dentro del aspectos cultural influye positivamente en un nivel medio ya que satisface necesidades de la sociedad ibarreña, como el hecho de proporcionar una gastronomía diferente, pero conversando lo tradicional de la ciudad, lo cual ayudará a dinamizar el turismo tanto nacional como internacional.

CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional se pudo conocer el ambiente actual de la ciudad de Ibarra, en el cual dio como resultado que esta ciudad presenta un atractivo para invertir en la creación de microempresas gastronómicas debido a la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, así como también el consumo interno de ciudadanos de la urbe, además de las condiciones climáticas y la ubicación geográfica que tiene la ciudad de Ibarra.
- La información teórica o bibliográfica fue crucial para el desarrollo del proyecto, ya que se obtuvo información relevante sobre el servicio del self – service y los instrumentos necesarios para brindar el servicio.
- El estudio de mercado permitió identificar la oferta y demanda actual del mercado, el mismo que dio como resultado, la identificación de la demanda potencial a satisfacer sin dejar de lado a la competencia; por lo cual se desarrollaron estrategias de mercadotecnia para captar al mercado de manera más rápida.
- En el estudio técnico de la heladería self - service ayudó a identificar todas herramientas para el funcionamiento de la heladería, que va desde el talento humano hasta los insumos y maquinaria requeridos para iniciar su actividad económica.
- Del análisis financiero se establece que la inversión para el proyecto es 47.516,22 dólares y luego de aplicación de los evaluadores financieros como la TIR y el VAN se concluyó que la implementación de la heladería self – service en la ciudad de Ibarra, es factible.
- En el estudio organizacional y administrativo se llegó a la conclusión de que la heladería self - service contará con el personal suficientemente capacitado para laborar en la organización, lo que le permitirá a la heladería, desempeñar sus funciones de manera eficiente y eficaz.

- Por último se concluye que los impactos planteados en el proyecto son positivos, en el ámbito social, económico, empresarial y cultural.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las Instituciones Públicas proporcionen la suficiente información para futuros proyectos de este tipo, ya que por experiencia personal los datos estadísticos que fueron proporcionados por el GAD de Ibarra, fueron nulos o sin existencia.
- Se sugiere recopilar información bibliográfica para sustentar los proyectos de investigación, lo cual permita profundizar el conocimiento de aspectos técnicos y científicos relacionados con el mismo.
- Es recomendable usar como base los resultados del estudio de mercado para determinar la demanda a satisfacer y para diseñar las estrategias de marketing como promociones, descuentos, publicidad en medios tradicionales y no tradicionales.
- Utilizar preferiblemente datos históricos para la determinación de la oferta, en caso de que no exista dicha información se acude a las fuentes primarias como censos, entrevistas encuestas o fichas de observación para evitar información sesgada.
- Es importante tomar en cuenta la capacidad instalada del proyecto, para que se optimicen tiempos y espacios, de tal forma que se pueda prestar servicios de calidad.
- La implementación de la heladería self – service debe realizarse en los tiempos propuestos todo esto para garantizar el TIR y el VAN del proyecto.
- Instruir a todos los trabajadores creando competencias que le permitan realizar su labor eficientemente así también crear una cultura organizacional y trabajo en equipo.
- Se propone, al final de una investigación que recopila tanto información primaria como secundaria, se analice el tipo y nivel de impactos que la empresa generará, para evaluar su proyección en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, E. d. (2008,). *Diseño y Gestión de Microempresas*. CODU.
- Andrade de Guajardo, N. E., & Guajardo Cantú, G. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: McGraw-Hill.
- Arboleda Vélez, G. (2009). *Proyectos, Formulación, Evaluación y Control*. Cali: AC Editores.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México D.F: McGraw Hill.
- Córdova Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe.
- Fernández Luna, G., & Quintero Miranda, V. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México D.F.: Instituto Politécnico Nacional.
- Gómez, S. (2012). *Pequeñas Empresas*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Griffin, R. W. (2011). *Administración*. México D.F.: Cengage Learning.
- Herrera A., J. A. (2013). *Administración de la Empresa Constructora*. Estados Unidos: Lulu.com Editorial.
- Kirchner, A. E., & Castro, E. M. (2010). *Comercio y marketing internacional*. México D.F.: Cengage Learning.
- Lamb, C., & McDaniel, J. (2009). *Marketing*. México: McGraw Hill.
- Pelton, L. E., & Lumpkin, J. R. (2005). *Lou E. Pelton* ., México: McGraw Hill.
- Rojas, S. A. (2010). *Adminitración de Pequeñas Empresas*. México: McGraw Hill.
- Salazar, I. P. (2010). *Guia practica para la identificacion, formulacion y evaluacion de proyectos*. Universidad del Rosario.
- Sánchez Gómez, R. (2014). *Gestión y Psicología en Empresas y Organizaciones*. Madrid: ESIC Editorial.

LINKOGRAFÍA

- Asociación 5 Al Día. (2015). Obtenido de http://www.5aldia.org/v_5aldia/apartados/apartado.asp?te=192
- Consumoteca . (04 de Marzo de 2010). *Consumidores bien informados: Consumoteca*. Obtenido de <http://www.consumoteca.com/comercio/comercio-en-general/autoservicio/>
- Fundación Romero. (2012). *aula mass*. Obtenido de <http://aula.mass.pe/manual/%C2%BFque-son-los-costos-de-produccion>
- Guzzetta, R. (06 de Agosto de 2013). *Estudio tecnico.1:es.slideshare.net*. Obtenido de [es.slideshare.net: http://es.slideshare.net/danielmacc/estudio-tecnico1](http://es.slideshare.net/danielmacc/estudio-tecnico1)
- Pimienta Hernández, Z. d. (28 de enero de 2013). *Bitácora: IGE-INGENIERÍA ECONOMICA*. Obtenido de <http://itvh-zcph-ingenieria-economica.blogspot.com/2013/01/unidad-iv-evaluacion-por-relacion.html>

ANEXOS

Anexo N°1 Encuesta dirigida a las personas de la ciudad de Ibarra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Instrucciones:

- a) La información que usted facilite es confidencial y reservada para uso del investigado, no se solicita ningún tipo de identificación.
- b) Marque con una X solamente en una de las alternativas la que a su criterio sea la correcta.

CUESTIONARIO

1. ¿Con que frecuencia usted y su familia acuden a heladerías?

Frecuencia de Compra

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

2. ¿Cuánto dinero destina para comida en heladerías en el mes por familia?

Precio

0 – 5 dólares ()

6 - 10 dólares ()

11 – 20 dólares ()

20 o más ()

3.- ¿A qué heladería acude con mayor frecuencia?**Competencia**

Helados la Bermejita ()

Helados Rosalía Suárez ()

La Esquina ()

Otros ()

4. ¿Qué tipo de platillos prefiere servirse en una heladería?**Producto**

Helados de Paila ()

Ensalada de Frutas ()

5. ¿Qué es lo que más valora en una heladería?**Conocer la calidad del producto**

Calidad en la Comida ()

Cantidad en la Comida ()

Atención y Servicio ()

Precios ()

6. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se instale una heladería modalidad self - service en donde usted pueda escoger el menú que más le agrade?**Nivel de Aceptación**

Sí ()

No ()

7. ¿En qué lugar sugiere se debería ubicar este tipo de negocio?**Plaza**

Norte de la Ciudad ()

Centro de la Ciudad ()

Sur de la Ciudad ()

8. ¿Cuánto invertiría en su alimentación y la de su familia al acudir a un local de helados y ensaladas de frutas?

Precio

1 – 5 dólares ()

6 - 10 dólares ()

11 – 15 dólares ()

15 o más ()

9. ¿Qué servicio adicional desearía que le brinde este negocio?

Nivel de Satisfacción

Parqueadero Privado ()

Área para niños ()

Internet ()

10. ¿A través de qué medios le gustaría conocer de los servicios que oferta este negocio?

Promoción

Televisión ()

Radio ()

Periódicos ()

Redes Sociales ()

Anexo N°2 Encuesta dirigida a las heladerías de la ciudad de Ibarra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Instrucciones:

- a) La información que usted facilite es confidencial y reservada para uso del investigado, no se solicita ningún tipo de identificación.
- b) Marque con una X solamente en una de las alternativas la que a su criterio sea la correcta.

Cuestionario

1. ¿Cuáles son los ingredientes básicos para elaborar helados y ensaladas de frutas?

Materia Prima

Frutas frescas, aderezos, pulpa de frutas, paja, hielo, sal en grano ()

Frutas frescas, aderezos, pulpa de frutas, saborizantes, colorantes ()

Otros ()

2. ¿Se requiere algún equipo especial para la elaboración de los helados y ensaladas de frutas?

Proceso de Elaboración

Manual ()

Manual y Máquina ()

Máquina ()

- 3. ¿De acuerdo a su experiencia en qué lugares se puede conseguir los insumos y equipos para elaborar los helados y ensaladas de frutas?**

Abastecimiento de Insumos

Mercados ()

Supermercados ()

Otros ()

- 4. ¿Cuántos clientes visitan al mes esta heladería?**

Volumen de Ventas

0 -500 clientes ()

600 - 1000 clientes ()

1100 - 1500 clientes ()

1600 - 2000 clientes ()

Anexo N°3 Proforma

 VITRINAS BUENAÑO <small>www.latmeco.com</small>		MATRIZ: QUITO DIRECCION: Avenida Eloy Alfaro, Calle Los Arupos y Calle "E", Lote 135 TELEFONOS: 2 2807 613 / 2807 614 HORARIO: LUNES A VIERNES 8:30 A 18:00 SABADOS 9:00 A 13:00			
PROFORMA					
CLIENTE:	CRISTIAN CEVALLOS TOLEDO			TELEFONO:	0989948790
ATENCION:	Cristian Cevallos			FECHA:	25/07/2015
CIUDAD:	Ibarra			VENDEDORA:	Lorena Jimenez
DIRECCION:	Calle Armando Hidrobo y Pasaje A			PROFORMA:	VB- 1975
E - MAIL:	cristiancapo73@hotmail.com				
Muebles de Oficina, Equipos de Restaurante, Autoservicios					
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL SIN IVA	TOTAL USD INCLUYE IVA	
4	Mesas de 2 puestos metálicas (incluido sillas)	\$ 31,25	\$ 125,00	\$ 140,00	
5	Mesas de 3 puestos metálicas (incluido sillas)	\$ 62,50	\$ 312,50	\$ 350,00	
10	Mesas de 4 puestos metálicas(incluido sillas)	\$ 116,07	\$ 1.160,71	\$ 1.300,00	
4	Basureros metálicos	\$ 13,69	\$ 54,75	\$ 61,32	
1	Alacena	\$ 223,21	\$ 223,21	\$ 250,00	
2	Mesas auxiliares	\$ 17,86	\$ 35,71	\$ 40,00	
1	Aparador para Vajilla	\$ 223,21	\$ 223,21	\$ 250,00	
2	Escritorio Ejecutivo de madera	\$ 357,14	\$ 714,29	\$ 800,00	
2	Archivador 4 gavetas	\$ 116,07	\$ 232,14	\$ 260,00	
2	Silla Ejecutiva	\$ 102,68	\$ 205,36	\$ 230,00	
6	Sillas de recepción	\$ 22,32	\$ 133,93	\$ 150,00	
			TOTAL:	\$ 3.831,32	
GARANTIA:					
DOCE MESES CONTRA DEFECTOS DE FABRICA					
FORMA DE PAGO:					
CONTADO CONTRA ENTREGA // TRANSFERENCIA // CHEQUE // TARJETA DE CREDITO					
TIEMPO DE ENTREGA DEL EQUIPO:					
INMEDIATA SALVO PEDIDO INTERMEDIO HASTA LA FECHA DE SU ORDEN					
PROFORMA VALIDA:					
45 DIAS PRORROGABLES PREVIA CONSULTA					
ATENTAMENTE ING. LORENA JIMENEZ ASESORA COMERCIAL					

Anexo N°4 Insumos directos

CONCEPTO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	UNITARIO					
Manzana	0,25	0,26	0,27	0,29	0,30	0,32
Melón	1,75	1,84	1,92	2,02	2,12	2,22
Naranjilla	0,08	0,08	0,09	0,09	0,10	0,10
Naranja	0,13	0,14	0,14	0,15	0,16	0,16
Papaya	1,75	1,84	1,92	2,02	2,12	2,22
Piña	1,20	1,26	1,32	1,38	1,45	1,52
Sandía	3,50	3,67	3,85	4,04	4,23	4,44
Plátano Seda	0,10	0,10	0,11	0,12	0,12	0,13
Duraznos	0,18	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23
Peras	0,30	0,31	0,33	0,35	0,36	0,38
Fresas	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
Mora de Castilla	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,27
Kiwis	0,20	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25
Leche	0,80	0,84	0,88	0,92	0,97	1,01
Chocolate	6,00	6,29	6,60	6,92	7,26	7,61
TOTAL	18,24	19,13	20,06	21,04	22,06	23,14

Anexo N°5 costos indirectos de fabricación

SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	Año 1	CIF		Año 2	CIF		Año 3
		Variable 70%	Fijo 30%		Variable 70%	Fijo 30%	
Consumo de energía	943,83	660,68	283,15	989,79	692,86	296,94	1.038,00
Consumo de agua	503,38	352,36	151,01	527,89	369,52	158,37	553,60
Consumo telefónico e Internet	314,61	220,23	94,38	329,93	230,95	98,98	346,00
Instrumentos de limpieza	151,01	105,71	45,30	158,37	110,86	47,51	166,08
TOTAL		1.338,98	573,85		1.404,19	601,80	

CIF		Año 4	CIF		Año 5	CIF	
Variable 70%	Fijo 30%		Variable 70%	Fijo 30%		Variable 70%	Fijo 30%
726,60	311,40	1.088,55	761,98	326,56	1.141,56	799,09	342,47
387,52	166,08	580,56	406,39	174,17	608,83	426,18	182,65
242,20	103,80	362,85	253,99	108,85	380,52	266,36	114,16
116,26	49,82	174,17	121,92	52,25	182,65	127,85	54,79
1.472,57	631,10		1.544,29	661,84		1.619,49	694,07

Anexo N°6 Sueldos y salarios

Sueldos y Salarios Año 1

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	Aporte Patronal	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Cocinero	2	360,00	720,00	60,00	29,50	87,48	-	896,98	10.763,76
	Mesero	1	354,00	354,00	29,50	29,50	43,01	-	456,01	5.472,13
	SUBTOTAL	3	714,00	1.074,00	89,50	59,00	130,49	-	1.352,99	16.235,89
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	430,00	430,00	35,83	29,50	52,25	-	547,58	6.570,94
	Contador	1	390,00	390,00	32,50	29,50	47,39	-	499,39	5.992,62
	Cajero	1	354,00	354,00	29,50	29,50	43,01	-	456,01	5.472,13
	SUBTOTAL	3	1.174,00	1.174,00	97,83	88,50	142,64	-	1.502,97	18.035,69
TOTAL		6	1.888,00	2.248,00	187,33	147,50	273,13	-	2.855,97	34.271,58

Sueldos y Salarios Año 2

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	Aporte Patronal	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Cocinero	2	387,36	774,72	64,56	29,50	94,13	64,56	1.027,47	12.329,62
	Mesero	1	380,90	380,90	31,74	29,50	46,28	31,74	520,17	6.242,01
	SUBTOTAL	3	768,26	1.155,62	96,30	59,00	140,41	96,30	1.547,64	18.571,64
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	462,68	462,68	38,56	29,50	56,22	38,56	625,51	7.506,11
	Contador	1	419,64	419,64	34,97	29,50	50,99	34,97	570,07	6.840,80
	Cajero	1	380,90	380,90	31,74	29,50	46,28	31,74	520,17	6.242,01
	SUBTOTAL	3	1.263,22	1.263,22	105,27	88,50	153,48	105,27	1.715,74	20.588,92
TOTAL		6	2.031,49	2.418,85	201,57	147,50	293,89	201,57	3.263,38	39.160,55

Sueldos y Salarios Año 3

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	Aporte Patronal	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Cocinero	2	416,80	833,60	69,47	29,50	101,28	69,47	1.103,31	13.239,77
	Mesero	1	409,85	409,85	34,15	29,50	49,80	34,15	557,46	6.689,50
	SUBTOTAL	3	826,65	1.243,45	103,62	59,00	151,08	103,62	1.660,77	19.929,27
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	497,84	497,84	41,49	29,50	60,49	41,49	670,81	8.049,67
	Contador	1	451,53	451,53	37,63	29,50	54,86	37,63	611,15	7.333,79
	Cajero	1	409,85	409,85	34,15	29,50	49,80	34,15	557,46	6.689,50
	SUBTOTAL	3	1.359,23	1.359,23	113,27	88,50	165,15	113,27	1.839,41	22.072,96
TOTAL		6	2.185,88	2.602,68	216,89	147,50	316,23	216,89	3.500,19	42.002,23

Sueldos y Salarios Año 4

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	Aporte Patronal	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Cocinero	2	448,48	896,95	74,75	29,50	108,98	74,75	1.184,92	14.219,09
	Mesero	1	441,00	441,00	36,75	29,50	53,58	36,75	597,58	7.171,00
	SUBTOTAL	3	889,48	1.337,95	111,50	59,00	162,56	111,50	1.782,51	21.390,09
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	535,68	535,68	44,64	29,50	65,09	44,64	719,54	8.634,54
	Contador	1	485,85	485,85	40,49	29,50	59,03	40,49	655,35	7.864,26
	Cajero	1	441,00	441,00	36,75	29,50	53,58	36,75	597,58	7.171,00
	SUBTOTAL	3	1.462,53	1.462,53	121,88	88,50	177,70	121,88	1.972,48	23.669,80
TOTAL		6	2.352,01	2.800,48	233,37	147,50	340,26	233,37	3.754,99	45.059,88

Sueldos y Salarios Año 5

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	Aporte Patronal	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Cocinero	2	482,56	965,12	80,43	29,50	117,26	80,43	1.272,74	15.272,83
	Mesero	1	474,52	474,52	39,54	29,50	57,65	39,54	640,76	7.689,09
	SUBTOTAL	3	957,08	1.439,64	119,97	59,00	174,92	119,97	1.913,49	22.961,93
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	576,39	576,39	48,03	29,50	70,03	48,03	771,99	9.263,86
	Contador	1	522,77	522,77	43,56	29,50	63,52	43,56	702,92	8.435,04
	Cajero	1	474,52	474,52	39,54	29,50	57,65	39,54	640,76	7.689,09
	SUBTOTAL	3	1.573,68	1.573,68	131,14	88,50	191,20	131,14	2.115,67	25.387,99
TOTAL		6	2.530,76	3.013,32	251,11	147,50	366,12	251,11	4.029,16	48.349,92

Anexo N°7 Punto de equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos totales	49.577,32	52.070,00	54.558,77	56.203,24	59.003,06
Costo variable total	42.187,94	44.242,50	46.397,10	48.656,64	51.026,22
Total costos	91.765,26	96.312,49	100.955,87	104.859,89	110.029,28
Ventas	115.069,93	123.001,31	131.477,10	140.534,45	150.213,05
UTILIDAD	23.304,67	26.688,82	30.521,23	35.674,56	40.183,76
Punto de equilibrio (\$)	78.275	81.320	84.312	85.967	89.357
Punto de equilibrio (%)	68,0%	66,1%	64,1%	61,2%	59,5%
Punto de equilibrio (unidades)	14.928	14.789	14.621	14.215	14.090