

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL
INTERNACIONAL**

TEMA:

Estudio de factibilidad económico financiero para la implementación de una micro-empresa que produzca y comercialice helados jackfruit en el sector de Bastión popular.

AUTORAS:

Abad Auria, Joselyn Janina

Sayay Pilco, Hilda Maribel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL
INTERNACIONAL**

TUTOR:

Eco. Maldonado Cervantes, Jorge Augusto

Guayaquil, Ecuador

20 de Marzo del 2017



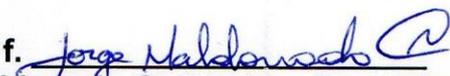
UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

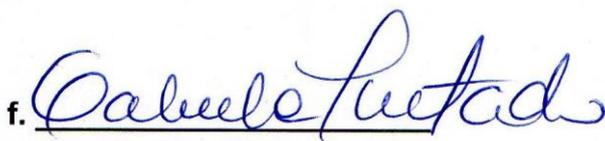
CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Abad Auria, Joselyn Janina y Sayay Pilco, Hilda Maribel** como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**.

TUTOR

f. 
Eco Maldonado Cervantes, Jorge Augusto

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. 
Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

Guayaquil, a los 20 días del mes de Marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Abad Auria Joselyn Janina y Sayay Pilco, Hilda Maribel**
DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad económico financiero para la implementación de una micro-empresa que produzca y comercialice helados jackfruit en el sector de Bastión popular** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 días del mes de Marzo del año 2017

LAS AUTORAS

f. 
Abad Auria, Joselyn Janina

f. 
Sayay Pilco, Hilda Maribel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

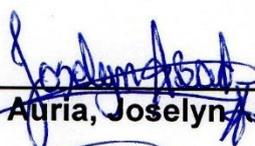
AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Abad Auria Joselyn Janina y Sayay Pilco, Hilda Maribel**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad económico financiero para la implementación de una micro-empresa que produzca y comercialice helados jackfruit en el sector de Bastión popular**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de Marzo del año 2017

LAS AUTORAS:

f.  _____
Abad Auria, Joselyn Janina

f.  _____
Sayay Pilco, Hilda Maribel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND

URKUND

Documento: [Abad Joselyn y Sayay Hilda Tesis Final.docx](#) (D25798532)

Presentado: 2017-02-16 15:32 (-05:00)

Presentado por: yoyomaldo1964@gmail.com

Recibido: jorge.maldonado.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: Abad Joselyn - Sayay Hilda tesis final [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de esta aprox. 281 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 9 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS_INDUSTR...	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1482102136_442_Rodriguez_Pamela_Ensayo.docx	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.iniap.gob.ec/web/iniaop-participo-en-el-seminario-el-sistema-de-derecho-obtento...	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_Pyme_y_su_situacion_W_A.pdf	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	https://law.resource.org/pub/ec/libri/ec.nre.0706.2005.pdf	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	http://www.russellbedford.com.ec/images/Boletines%202010/12%20Resolucion%20SUPER%	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	http://www.inclusion.gob.ec/el-bono-de-desarrollo-humano-una-palanca-para-el-desarrollo/	<input checked="" type="checkbox"/>

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

Link: <http://secure.orkund.com/view/25571993-431476-140561-Dcc7DoAgEAXAU1C/miXdx+8qxsIQNTaUBrvLt3M6+7h6uoVRLIEJTCAChpicDaDBdEmmDG/16+tnb/rTDVVIELPugWn>

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por permitirme alcanzar un logro más en la vida y por haberme dado salud para lograr mis objetivos.

A mi mami Jenny Auria B, que a pesar de la distancia, siempre estuvo en contacto conmigo, me ha dado todo sin pedir nada a cambio, me hizo crecer, me brindó su apoyo incondicional y su infinito amor, sobre todo le estoy muy agradecida por ser la mujer que me dio la vida y que gracias a su motivación, preocupación, dedicación y mucho tiempo, seré una Ingeniera. Gracias mamá por ser la madre más valiente, luchadora y dedicada del mundo, todo te lo debo a ti.

A mis familiares, a mi tío Omar Auria, por haber estado conmigo desde pequeña, ser un ejemplo de hermano mayor, y haberme inculcado buenos conocimientos. A mis tías en general por haberme apoyado en las buenas y malas, sobre todo por su tiempo y paciencia.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, por haberme aceptado a ser parte de ella y abierto sus puertas del saber para poder estudiar mi carrera universitaria

Agradezco también, a mi asesor de tesis el Ec. Jorge Maldonado, por brindarme sus conocimientos durante toda mi etapa universitaria, así como también, haber tenido la paciencia del mundo para guiarme en el desarrollo de toda la tesis.

Joselyn Janina Abad Auria

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mi madre, por ser un pilar importante en mi vida, brindarme su confianza, consejos y opiniones cuando tenía algún problema en la universidad, además por demostrarme su cariño, apoyo incondicional, a pesar de la distancia y sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi abuelo y mi tío , aunque no están físicamente conmigo, sé que desde el cielo me cuidan para que todo salga bien y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido muy especial para ustedes como los es para mí.

A mi Papi, porque a pesar de las dificultades que tenemos en la vida, siempre estás conmigo en los buenos y malos momentos.

A mi tío Omar Auria, por sus sabios consejos y ayuda ya sea en el ámbito educativo o familiar, también porque siempre puedo contar con usted y no sentirme sola. A mi tía Gisella, por ser como una segunda madre, brindarme su tiempo y paciencia para culminar este proyecto.

Dedico este proyecto también, a mi familia porque me apoyaron cuando los necesite, se tomaron el tiempo y la paciencia en ayudarme con mis trabajos y problemas, sobre todo por que estuvieron y están presentes en cualquier situación de mi vida.

Joselyn Janina Abad Auria

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios quien me ha dado fortaleza para culminar una etapa más en mi vida y ayudarme a cumplir este sueño tan anhelado.

Gracias también le doy a mis padres Segundo y Rosa, que de manera incondicional me apoyaron en todo momento, y darme la oportunidad de tener una excelente educación. Quienes se han esforzado grandemente para que pueda obtener este título.

Agradezco también a mi novio quien siempre está dispuesto a escucharme siempre y darme animo en los momentos más difíciles de mi vida y en especial a mi amiga y compañera de tesis quien fue un pilar fundamental en todo este proceso de titulación brindándome su ayuda y comprensión.

Hilda Maribel Sayay Pilco

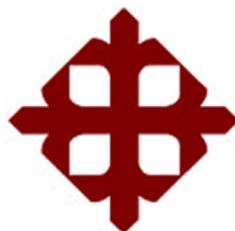
DEDICATORIA

Dedico mi tesis al creador que me ha dado las fuerzas necesarias para seguir con todo este proceso de titulación, a mis padres quienes fueron mi pilar fundamental que con sus consejos, ánimo y esfuerzo lograron que pueda culminar esta etapa de mi vida.

Gracias a mi novio, por ser mi ayuda idónea y alegrar mis días, a mí amiga Joselyn quien con su ayuda y comprensión pudimos lograr este objetivo.

Los llevo siempre en el corazón

Hilda Maribel Sayay Pilco



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Eco. Maldonado Cervantes, Jorge Augusto

TUTOR

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Félix Carrera

COORDINADOR DEL ÁREA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Abad Auria, Joselyn Janina

Sayay Pilco, Hilda Maribel

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	VIII
DEDICATORIA	IX
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	X
CALIFICACIÓN	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIX
RESUMEN	XXI
INTRODUCCIÓN	24
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	26
Antecedentes de la fruta	26
Estudio de la fruta	28
CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA	30
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	31
MARCO TEÓRICO	32
Origen del Emprendimiento	32
Evolución del Emprendimiento	32
Tipos de Emprendimiento	33
Emprendedor Económico	34
Emprendedor Corporativo.....	34
Emprendedor Social	34
Ciclo del Emprendimiento	35
Emprendimiento en Ecuador	36
Las Mipymes	39
Origen	39
Evolución de las Micro Empresas en Ecuador.....	39
Las Mipymes de helado	42
Tipos de helado	42
Las empresas o microempresas de helado artesanal.	42
Situación actual en las industrias heladeras en Ecuador	46
MARCO CONCEPTUAL	46
MARCO REFERENCIAL	48
MARCO LEGAL	50
Requisitos para construir una compañía	50
OBJETIVOS	53
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	57

Capítulo I.....	65
REVISIÓN DE LA LITERATURA SOBRE LA FRUTA Y DE LOS PROCESOS DE ELABORACIÓN DE HELADO	65
1.1. Historia de la Fruta Jackfruit.....	65
1.2. Procesos de elaboración de helado	69
1.3. Preparación	70
1.4. Matriz Pestal.....	70
1.5. Matriz FODA.....	78
1.5.1.Estrategia FOFA-DODA	79
1.6. Análisis de la Industria.....	81
1.6.1.5 Fuerzas de Porter.....	81
1.7. Ciclo de Vida del Producto	85
1.7.1.Ciclo de vida del Helado Jackfruit	87
1.8. Estrategias Predominantes de la Industria	87
Capítulo 2.....	88
INDAGAR SOBRE LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR.....	88
2.1. Análisis de la tendencia (Investigación de Mercado).....	88
2.1.1.Mercado de Oferta	96
2.1.2.Mercado de Demanda.....	96
2.2. Producto	100
2.3. Precio	101
2.4. Plaza	102
Supermercados	102
Parque Samanes.....	103
Centros comerciales populares	103
2.5. Promoción	103
Capítulo 3.....	104
DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING MIX	104
3.1. Empresa y logo.....	105
3.1.1.Misión.....	105
3.1.2.Visión	106
3.2. Estructura Organizacional	106
3.2.1.Descripción de Funciones	107
3.3. Cadena de valor	108
3.4. Tipo de negocio	112
3.5. Proceso de Producción.....	112
3.5.1. Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	113
3.5.2. Producto Final	114
3.6. Políticas de la empresa	115
3.6.1. Política de calidad	115

3.6.2.	Normas y Estándares.....	115
3.6.3.	Registro Sanitario.....	116
3.6.4.	Requisitos complementarios	117
3.7.	Abastecimiento de las materias primas.....	120
3.7.1.	Transporte de Materia Prima.....	123
3.7.2.	Recursos Tecnológicos	124
3.7.3.	Equipos Requeridos para la puesta en marcha	124
3.8.	Flujograma de la Microempresa	124
3.8.1.	Proceso Agregado de valores	126
3.9.	Responsabilidad Social.....	126
CAPÍTULO 4	127	
REALIZAR EL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO	127	
4.1.	Procedimiento de Inversión.	127
4.1.1.	Crédito Bancario.....	129
4.2.	Depreciación de los activos y Amortización	131
4.3.	Costo de Producción.....	132
4.3.1.	Cantidad del Producto.....	135
4.3.2.	Ventas	137
4.4.	Gastos Administrativos.....	138
4.4.1.	Gastos en Ventas	139
4.5.	Estado de Pérdidas y Ganancias	140
4.6.	Flujo de Caja Projectado	141
4.7.	Cálculos del TIR Y VAN	142
4.7.1.	Punto de Equilibrio	143
4.8.	Sensibilidad de escenario.....	145
4.8.1.	Escenario Pesimista.....	145
4.8.2.	Escenario Optimista	146
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN.....	148	
REFERENCIAS	150	
ANEXOS	154	
Vertebración del Marco Teórico.....	154	
Fotos de la Encuesta	155	
Modelo de la Encuesta.....	157	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de las Compañías de acuerdo a la Resolución 1260 del CAN	40
Tabla 2 Requisitos para Construir una Compañía (Superintendencia de Compañías)	50
Tabla 3 Requisitos para Inscribir una Compañía (Registro Mercantil)	51
Tabla 4 Requisitos para Obtener un Registro Único Contribuyente (RUC) .	52
Tabla 5 Requisitos para obtener un permiso comercial emitido por el Municipio.....	52
Tabla 6 Fórmula para Población Finita	61
Tabla 7 Datos de la Muestra	62
Tabla 8 Contenido Nutricional de la Pulpa Jackfruit (100g pulpa).....	67
Tabla 9 Porcentaje de Participación en el mercado.....	85
Tabla 10 Demanda de litros helados por persona en el Ecuador entre los años 2010 – 2015	97
Tabla 11 Demanda de litros de helado cubierta por los competidores	97
Tabla 12 Demanda potencial (Insatisfecha) luego de descontada influencia de competidores.	98
Tabla 13 Regresión lineal de litros de helado para los próximos 5 años	99
Tabla 14 Estructura organizacional de la microempresa “la Casa del Gelatto” S.A.....	107
Tabla 15 Requisitos Microbiológicos para helados	116
Tabla 16 Requisitos Fisicoquímicos.....	117
Tabla 17 Certificado de Buenas Prácticas para plantas procesadoras de alimentos	118

Tabla 18 Requisitos Verificados en control Posterior del Establecimiento de servicios de alimentación	119
Tabla 19 Inversión Fija.....	127
Tabla 20 Condiciones del Crédito	129
Tabla 21 Depreciación de los Activos y Amortización de Gastos	131
Tabla 22 Costo de Producción.....	132
Tabla 23 Costo total de Materiales Directos de helado.....	133
Tabla 24 Mano de Obra Directa Fija	134
Tabla 25 Costos Indirectos de Fabricacion.....	134
Tabla 26 Presupuesto en Costos Indirectos de Fabricacion	135
Tabla 27 Cantidad de Producción.....	136
Tabla 28 Estimación de Venta	137
Tabla 29 Gastos Administrativos	138
Tabla 30 Otros Gastos Administrativos.....	138
Tabla 31 Gastos en Ventas	139
Tabla 32 Estado de Resultados Integrales Proyectados	140
Tabla 33 Flujo de Caja Proyectado.....	141
Tabla 34 Cálculo del TIR y VAN	142
Tabla 35 Punto de Equilibrio	143
Tabla 36 Escenario Pesimista.....	145
Tabla 37 Escenario Optimista	146
Tabla 38 Calendario de Inversión	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Número de Empresas por Provincia.....	37
Gráfico 2. Cuadro comparativo de la Actividad Emprendedora temprana ...	37
Gráfico 3. Evolución del TEA en el Ecuador	38
Gráfico 4. Cuadro del TEA por motivación o necesidad	39
Gráfico 5. Total de Empresas Nacionales.....	41
Gráfico 6. Empresas que generan trabajo	41
Gráfico 7. Nivel de Nutrientes del Jackfruit	68
Gráfico 8. Participación del PIB Ecuador	71
Gráfico 9. Género	89
Gráfico 10. Rango de Edades Mujeres	89
Gráfico 11. Rango de Edades Hombres	89
Gráfico 12. ¿Qué tipo de Helado consume?	90
Gráfico 13. ¿Siente preferencia por el helado?.....	91
Gráfico 14. ¿Cuál sería la frecuencia en su compra de helados?.....	91
Gráfico 15. ¿Cuántas Unidades de helado compra?	92
Gráfico 16. ¿Conoce la fruta Jackfruit ?.....	92
Gráfico 17. ¿Estaría usted dispuesto a consumir un helado natural de jackfruit mezclado con otros ingredientes como: yogurt, otra fruta o solo con jackfruit	93
Gráfico 18. ¿En qué presentación usted preferiría el producto?.....	94
Gráfico 19. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las presentaciones de este helado artesanal?.....	94

Gráfico 20. ¿En qué negocio usted compraría el producto?	95
Gráfico 21. Proyección de tendencia de línea recta.....	100
Gráfico 22 Punto de Equilibrio	144

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de Emprendimiento	33
Figura 2. Tipos de emprendimiento	35
Figura 3. Ciclo del emprendimiento	35
Figura 4 . Helados Nash	42
Figura 5. Paletas de Healdo Sorbetto	43
Figura 6. Vasitos Pingüino	44
Figura 7. Productos Pingüino.....	44
Figura 8. Casero Pingüino	44
Figura 9. Pingüino Paleta.....	44
Figura 10. Tiendas Magnum	44
Figura 11. Promoción.....	44
Figura 12. Productos Topsy	45
Figura 13. Nuevo Producto Topsy	45
Figura 14. Publicidad Topsy.....	45
Figura 15. Localización de la Fábrica de helados	55
Figura 16. Ubicación de los carritos de helado en el centro comercial Parque California.....	55
Figura 17. Centro Comercial California y Terminal Metro vía	56
Figura 18. Terminal de Pascuales	56
Figura 19. Cálculo de la Muestra	62
Figura 20. Fruta Jackfruit	68
Figura 21. Plantaciones Jackfruit.....	68
Figura 22. Máquinas de helado.....	69
Figura 23. Ingredientes para el helado	69
Figura 24. Helado de Yaca	70
Figura 25. Análisis PESTAL.....	77
Figura 26. Matriz FODA	78
Figura 27. Análisis FOFADODA.....	80

Figura 28. 5 Fuerzas de M. Porter.	81
Figura 29. Ciclo de Vida de un Producto	86
Figura 30. Ciclo de Vida del Helado de Jackfruit	87
Figura 31. Las Cuatro P del Marketing	104
Figura 32. Logo de la empresa	105
Figura 33. Esquema de la cadena de valor	108
Figura 34. Cadena de valor de la empresa de jackfruit.....	110
Figura 35. Actividades Secundarias de la microempresa de helados de yaca.	111
Figura 36. Producción de Helado.....	112
Figura 37. Yaca y bulbos	113
Figura 38. Presentación del Producto.....	115
Figura 39. Equipo de Pasteurizado de leche	120
Figura 40. Licuadora (Mix)	121
Figura 41. Máquina para hacer helado	121
Figura 42. Refrigerador (Maquina de Frio).....	122
Figura 43. Congelador Pequeño para helado	122
Figura 44. Carrito de Helado.....	123
Figura 45. Flujograma de la microempresa la casa del Gelatto S.A.	125
Figura 46. Conclusión y Recomendación	149

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo implementar un nuevo producto en el mercado, elaborado a base de una fruta que no es tan tradicional en el Ecuador llamada Jackfruit, Esto se comercializara específicamente en el sector de Bastión Popular.

El capítulo 1, comprende el estudio, evolución y proceso de producción de la fruta Jackfruit , asimismo se utilizará el análisis Pestal y el Foda, cada uno de ellos muestra lo positivo y lo negativo de cada factor. Esto Ayuda a ver el estado actual de la compañía, para así tomar decisiones y mejorar las condiciones de la empresa.

En el capítulo 2, se realizará el estudio de mercado en donde se recopiló 382 encuestas; cada una de ellas conformadas por 12 preguntas cerradas, las personas fueron escogidas de manera aleatoria. La utilización de esta herramienta permite a la pequeña empresa conocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, para así analizar la aceptación o no del producto que será comercializado en el mercado seleccionado.

En el capítulo 3, se diseñara un plan de marketing mix, que ayudará a aplicar las estrategias necesarias y poder cumplir los objetivos planteados por la empresa. También, la empresa define los procesos de producción del helado y las actividades que se van a realizar dentro de la organización.

Finalmente, el capítulo 4 explica el aspecto financiero, donde se encuentra el capital o presupuesto que se requiere para empezar el negocio, las ventas , los gastos mensuales para producir helado de yaca, el préstamo que la futura empresa debe solicitar al banco, las proyecciones financieras y el año donde se recuperará la inversión del negocio de helados.

Palabras claves: JACKFRUIT, FRUTA NO TRADICIONAL, HELADO ARTESANAL, EMPRENDIMIENTO, ESTRATEGIA DE MERCADO, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO FINANCIERO

ABSTRACT

The present project has as aim introduce a new ice cream on the marke, elaborated by a fruit that is not so traditional in the Ecuador called Jackfruit. This product will be commercialized specifically in the sector of Bastion Popular.

The chapter 1 is about the study, evolution and process of production the ice cream Jackfruit, also in the investigation, the company defines the analysis Pestal and the Foda, each of them shows the positive thing and the negative of every factor. This Helps to see the current condition of the company, to this way take decisions and to improve the conditions of the company.

In the chapter 2 the method to obtain information was: the survey, which collect 382 people interviewed, the questionnaire had 12 closed questions, the persons were chosen in a random way. The utilization of this tool allowed to the future company to know the needs, tastes and preferences of the consumers or if it is approved or not the innovative product to commercializing on the selected market.

In the chapter 3 the microcompany chooses for a plan marketing mix, to apply the necessary strategies and to fulfill the aims raised by the company. In addition the company defines the activities that it realizes, and the process of production of the ice cream of jackfruit.

Finally, the chapter 4 explains the financial analysis, this show the capital or budget that is needed to begin the business, the sales, the monthly expenses for producing ice cream of yaca, the lending that the future company must request to the bank, the financial projections and the year where the institution recovers the investment of the business of ice creams.

Keywords: JACKFRUIT, NOT TRADITIONAL FRUIT , HANDCRAFTED ICE CREAM, ENTREPRENEURSHIP, MARKETING STRATEGY, ECONOMICS FINANCIAL FEASIBILITY STUDY

RÉSUMÉ

Le présent projet a comme objectif introduire une nouvelle crème glacée dans le marché, élaborée par un fruit qui n'est pas très traditionnel dans l'Equateur appelé Jacquier. Ce produit sera commercialisé spécifiquement dans le secteur du Bastion Poplar.

Le chapitre 1 traite de l'étude, l'évolution et le processus de production de la crème glacée jacquier, aussi dans l'enquête, la société définit l'analyse Pestal et la Foda, chacun d'eux montre choses positives et négatives de chaque facteur. Ce qui attribue à voir l'état actuel de l'entreprise, de cette façon se prendre des décisions et d'améliorer les conditions de l'entreprise.

Dans le chapitre 2 la méthode pour obtenir des informations était: l'enquête, laquelle a recueilli 382 personnes interrogées, le questionnaire eut 12 questions fermées, les personnes ont été choisies de manière aléatoire. L'utilisation de cet outil a permis à la future entreprise de connaître les besoins, goûts et préférences des consommateurs ou si c'est approuvée ou non le produit innovant à commercialiser sur le marché sélectionné.

Dans le chapitre 3, la micro-entreprise opte pour un plan du marketing mix, pour d'appliquer les stratégies nécessaires et réaliser les objectifs de l'entreprise. En outre, l'entreprise définit les activités qu'il réalise, et le processus de production de la glace de jacquier.

Enfin, le chapitre 4 explique l'analyse financière, ce montre le capital ou le budget qui est nécessaire pour commencer l'entreprise, les ventes, les dépenses mensuelles pour la production de crème glacée de jacquier, les prêts que la future société doit demander à la banque, Les projections financières et l'année où l'institution récupère l'investissement de l'entreprise de glaces.

Mots Clés: JACQUIER, FRUIT NON TRADITIONNEL , GLACE ARTISANALE, D'ENTREPRENDRE, STRATEGIE DE MARKETIN, ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE ÉTUDE DE FAISABILITÉ.

INTRODUCCIÓN

“A nivel mundial la venta de los productos naturales (orgánicos) han generado un fuerte consumo y más inversiones para su fabricación en los mercados internacionales “ (Rodríguez, 2011, s.p) en base a estos estudios los países que tienen un gran crecimiento en ese sector son los industrializados, esto se debe a que los consumidores están informados sobre los beneficios que aportan estos productos para el cuerpo y el medio ambiente , tanto así que las personas prefieren evitar el consumo de productos procesados para evadir enfermedades o cualquier síntoma que afecte a la salud.

Algunos países en el mundo tienen la posibilidad de realizar grandes estudios e investigaciones sobre cualquier fruta o producto beneficioso para el ser humano y comercializarlo en el mercado, debido a que estos países son desarrollados y buscan la manera de hacerle llegar al cliente la información necesaria sobre los productos beneficiosos para que lo puedan consumir. Actualmente los Estudios realizados por La Organización de las Naciones Unidas Para la Alimentación y la Agricultura (FAO,2014) mostraron que existe una tasa de crecimiento en productos naturales del 5% a nivel mundial.

En el mercado se puede encontrar una gran demanda de productos que contienen frutas naturales, ya que muchos de estos poseen beneficios para mejorar la salud y estos productos por lo general no poseen ingredientes artificiales. Jackfruit es una buena opción y encajaría bien en los mercados porque posee propiedades vitamínicas y medicinales que ayudan a prevenir enfermedades.

Jackfruit o Yaca tiene una buena aceptación en el mercado por ese motivo es comercializada y exportada a otros países como: Estados Unidos, Canadá, Europa México y Brasil. Estas microempresas se encargan de la producción de la fruta haciéndola llegar a los clientes en diferentes presentaciones como: mermelada, jugo y snack. Según estudios afirman que esta fruta es consumida por todo tipo de personas sin importar la edad.

En Ecuador existen sembríos de jackfruit o jaca en diferentes regiones de la Sierra y Oriente, gracias a su buena acogida esta fruta también es sembrada y

vendida en Guayaquil, debido a la poca información del uso de esta fruta solo se comercializa en batidos. Por esta razón el proyecto se enfocará en lanzar al mercado un helado natural de la fruta jackfruit, que contenga vitaminas y nutrientes que el cuerpo necesita ya que muchas veces las personas no tienen tiempo para preparar verduras u otro tipo de alimentos por el trabajo.

Por ello, los mercados buscan ofrecer productos que contengan proteínas y nutrimentos que las personas necesitan, de fácil preparación o consumo. Este proyecto puede funcionar porque al cliente se le ofrece un delicioso producto vitamínico que es presentado en forma de mantecado (helado) ya preparado y listo para consumirlo en cualquier estado climático, especialmente en temperaturas calientes lo cual es bueno ya que en la costa casi todo el tiempo hace calor.

En Ecuador no existen empresas que se encarguen de la elaboración de productos a base de esta fruta porque desconocen su existencia, ya que la fruta es originaria de otro país pero es exportada o cultivada en otras naciones especialmente en Ecuador.

El proyecto se basa en la implementación de una microempresa que se encargue de la producción y comercialización de helados caseros a base de la fruta jackfruit en la provincia del Guayas, localizado en la parroquia de Bastión Popular con el propósito de generar empleo en el país porque de esta manera se podrá disminuir el desempleo, ofrecer un producto de calidad, excelencia y sobre todo producido en el país. De acuerdo a los estudios realizados se podría decir que empresas reconocidas de helados están buscando lanzar o introducir en el comercio nuevos sabores de helados artesanales ya que, en el mercado estos productos comercializados por pequeñas empresas han llamado la atención de estas grandes industrias e incluso ha hecho inversiones en este sector.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Antecedentes de la fruta

Jackfruit o Jaca es una fruta no tradicional en el mercado Ecuatoriano pero existen cultivos o sembríos en Guayaquil en el sector de Mapasingue, Quito, Borbón provincia de Esmeralda, Manabí, Cotopaxi (en la vía Mana), Quevedo, Los Ríos, Santo Domingo, y Putumayo provincia de Sucumbíos, pero algunos cultivos son para el consumo familiar. Generalmente la fruta posee varios nombres como fruta de pan, jaca o en inglés jackfruit , en el país algunas haciendas cultivan esta fruta pero no ha tenido la debida investigación gastronómica para generar su exportación. La fruta llegó al país aproximadamente hace 12 años ya que, la fruta fue traída del extranjero y las semillas fueron cultivadas en Ecuador pero se la comercializa en ciertos sectores. Además, esta fruta en el país solo es consumida en batidos. Las personas no han experimentado la producción y transformación de esta fruta. Según Barrett (1928) afirma que el jackfruit o los jaks tiene crecimiento rápido porque el árbol se adapta a temperaturas cálidas, al mismo tiempo producen frutos grandes que llaman la atención por el tamaño, este autor menciona que si este fruto es beneficioso por sus propiedades por qué resulta ser desconocido para otras personas?. Esto se debe a la falta de investigación y experimentación en el país por frutas que sean saludables para el cuerpo (sp).

En Ecuador la mayor parte de empresas se encargan de producir jugos, helados de frutas típicas pero estos productos son tratados con sustancias que no son frescas, pocas son las empresas que procesan jugos naturales, las personas siempre buscan estos productos que sean nutritivos para la salud porque en la nación existe una gran variedad de personas que sufren enfermedades. Según los datos de la encuesta nacional de salud y nutrición (SANUT-ECU, 2011-2012) mostrarán un caso en desnutrición en Ecuador del 25,3%, por ese motivo UNICEF resaltó la necesidad de promover una alimentación saludable para combatir la desnutrición infantil (s.p). Se podría decir que la ministra de desarrollo social del Ecuador implementó el sistema de etiquetado, ya que contendrá información nutricional del insumo para que el cliente elija productos saludables (s.p).

Los productos naturales son los que tienen una buena acogida o aceptación en el mercado porque pueden evitar enfermedades gracias a sus beneficios. El producto helado de jackfruit a pesar de ser nuevo en el Ecuador, puede cumplir con los requisitos que el consumidor necesita porque es un suplemento alimenticio, rico en nutrientes y de fácil producción. Los doctores recomiendan el consumo de frutas o productos que ayuden al organismo, brinden protección y traten enfermedades. Por otro lado en el país existen personas que se preocupan por su salud ya que estas personas hacen dietas van al gimnasio, consumen alimentos y frutas por necesidad, alguna dolencia o solo porque prefieren evitar enfermedades futuras. Este producto puede ser lanzado al mercado para elevar el nivel de nutrición en el país, disminuir la diabetes, la anemia especialmente en los niños, en comparación con otros productos que contienen ingredientes artificiales que con el tiempo afectará al organismo.

Los investigadores Román y Santos (2006) expresan que el helado es un buen alimento nutritivo para la salud, ya que puede llegar a minimizar un poco la fatiga y relajar a las personas (s.p) . En otro orden, con este proyecto se puede incentivar a otras empresas o microempresas para que elaboren productos naturales porque de esta manera no contaminan el medio ambiente, eliminan las sustancias artificiales, ofrecen más productos beneficios para el cuerpo y de calidad en los mercados. Además cumple con los objetivos del buen vivir ya que se genera empleo y se aprovecha la producción de una fruta natural, que en un futuro podrá ser exportada en el extranjero.

Estudios realizados en Ecuador indicaron que las empresas o microempresas que tienen pequeñas producciones son las que poseen más crecimiento a nivel económico en el mercado, porque los productos que fabrican o producen tienen diferentes características como la textura, sabor y presentación. Desde otra perspectiva, el helado resulta tener un precio económico a pesar de que, estas empresas suelen ser pequeñas o medianas. Estas empresas por lo general tienen un personal aproximado de 200 personas, de las cuales les ofrecen empleo y conocimientos al momento de preparar estos productos.

Estudio de la fruta

Se han generado en el país varias investigaciones y reportajes sobre esta fruta exótica, dichos estudios indican que el jackfruit en el Ecuador se empezó a comercializar en las pequeñas empresas, donde las personas brindan un servicio como: en los puestos de bebidas y batidos. Reportajes en Ecuador, mostraron entrevistas sobre los propietarios de las microempresas del sector de batidos, donde se dialoga sobre la primera vez que la fruta fue expuesta en los puestos de bebidas, la yaca llamaba la atención de los consumidores ya que a los clientes les impresionaba su tamaño ,textura y color además , pedían información de la fruta porque para ellos en Guayaquil era algo nuevo e incluso la confundían con la fruta de pan, que talvez puede tener la misma textura pero estos frutos tienen diferentes beneficios y sabores. Según los estudios indicaron que la fruta es más grande que una sandía y que se puede aproximar al tamaño de un huevo de avestruz , los vendedores de esta fruta dijeron que el tamaño varía según la cosecha y el tiempo que la dejen producir, además estos frutos pueden llegar a pesar un aproximado de 35 kilos y medir casi 90 centímetros por 40 de ancho.

Las personas que se encargan de vender esta fruta indicaron que ellos cortan la fruta entera por la mitad para ponerla en el congelador porque muchas veces en los sectores populares como son negocios pequeños usan neveras normales de 2 puertas y resulta un poco difícil poner la fruta entera. Por otro lado los vendedores recalcan que no es recomendable sacar los bulbos de la fruta antes de preparar un batido porque podría perder el sabor, por eso ellos prefieren conservar los bulbos en la fruta hasta el momento de su preparación.

Otras entrevistas mencionaron que la yaca posee 7 sabores, el reportaje lo hicieron en una fuente de soda ubicada en la calle Escobedo y Luque donde también exhiben la fruta pero con el nombre de “jacas”, en dicha entrevista informaron que esta fruta tiene gran venta en el local y que despertó mucha curiosidad por parte de los ejecutivos.

El propietario del local indicó que tiene su propio sembrío en todo lo alto del cerro de Mapasingue y que comenzó la cosecha cuando un amigo le trajo del extranjero una fruta entera que le gustó mucho, por esta razón decidió cultivar las

semillas porque era una excelente opción en su negocio ya que, el cliente puede probar el fruto y de esta manera se podría saber si la fruta tiene buena aceptación, la cual fue positiva porque el producto generó muchas ventas. Los batidos de esta fruta cuestan \$1.35 e incluso la porción picada de la fruta es decir solo los bulbos cuestan \$1 de igual manera, indicó que la fruta no es vendida entera. Por otro lado investigaciones en otros países revelaron que la fruta se la puede consumir normalmente sin ninguna clase de mezcla es decir cruda o en batidos y mermeladas. Pero en ningún informe muestra que se ha comercializado esta fruta en helado lo cual es muy ventajoso porque se introducirá un producto nuevo al país.

Mediante estas investigaciones podría decirse que, la fruta llama mucho la atención de los vendedores y consumidores tanto así que el fruto entero es vendido en las redes sociales como Facebook a un valor de \$13 dólares cada fruta, creando un propio negocio de este alimento porque actualmente en el Ecuador existen haciendas que se encargan de cosechar y vender la fruta.

A nivel internacional esta fruta también es comercializada y vendida en diferentes páginas, una de ella es Amazon. En la cual se puede ver la fruta procesada en jugos incluso en snack y es exportada por otros países. Esta fruta ha despertado la curiosidad de todas las personas en el mundo ya que se han creado reportajes en diferentes idiomas en el portal de YouTube y Blog. Hablando de la fruta, mostrando su característica e incluso llamándola la comida de los pobres porque esta fruta puede alimentar a una familia entera.

Hoy en día, el informe sectorial indica que las industrias alimenticias contribuyen con un importante porcentaje en sector manufacturero de 54.50% del PIB y que los gastos en los sectores de alimentos, frutas y bebidas son los más altos para el consumo en los hogares ecuatorianos, sobre todo si aumenta el PIB generaría más producción e inversiones en un futuro.

En el mercado se ve una gran variedad de empresas y microempresas que se encargan de comercializar productos que han sido de gran ayuda para el país porque gracias a estos insumos las personas descubren nuevos productos o sembríos de frutas como en el caso del jackfruit u otras frutas que pueden ser transformadas para el consumo e incluso pueden participar en mercados internacionales, ayudando a

mejorar la salud de las personas porque todo alimento, fruta o jugo contiene nutrientes esenciales para el cuerpo y mientras más demanda exista se podría decir que la economía del país podría mejorar.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

En el Ecuador hay empresas que comercializan helados industriales a base de ingredientes artificiales que pueden causar daño al organismo a largo plazo porque estas empresas para abaratar costos reemplazan las materias primas como: las frutas naturales, para introducir concentrados de productos que incluyen más sustancias industriales como: los saborizantes, endulzantes, colorantes y generan más grasa saturadas ya que, los ingredientes no son frescos porque han tenido muchas horas y días de preparación. En base a la investigación recurrida para esta tesis se podría decir que, la leche es reemplazada por la nata y que es necesario tener un estudio correcto de este contenido porque es usado como medicamento para desarrollar el crecimiento en el sector ganadero ya que contiene antibióticos. Es por ello que la comercialización de helados que poseen sustancias fabricadas, en el caso de los helados industriales debe seguir unas estrictas normas de seguridad para el consumo humano, donde indiquen que estos productos han tenido la suficiente revisión y aprobación de no tener este tipo de medicamentos. Se podría decir que muchas veces las empresas respetan esa norma solo cuando reciben controles mensuales o se encuentran bajo presión.

La Organización Mundial de la Salud (OMS , 2010) aclara que existe una gran contaminación por parte de los alimentos que posee concentrados artificiales y que estos temas generan inconvenientes a nivel comercial (s.p). Este problema surge porque muchas veces las personas no reciben información o no leen lo que consumen, en muchos casos solo con verlo creen que el producto podría ser bueno. En el Ecuador se puede observar que pocas son las empresas que colaboran con la salud y el medio ambiente.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Esta investigación se enfocó en el sector alimenticio, para mostrar una nueva alternativa en la producción de frutas no tradicionales y generar más ingresos en el país, ya que actualmente existen muchos problemas, uno de ellos es la crisis y el desempleo. Desde el punto de vista del Fondo Monetario Internacional (FMI, 2016) Ecuador tiene problemas con el producto interno bruto (PIB) porque ha venido sufriendo una caída desde el 2016 y lo tendrá hasta el 2020, incluso indica que surgirá un aumento en el 2021 pero de 1,5% (s.p). Con esta información recolectada, el trabajo puede llegar a beneficiar a los siguientes sectores:

Económico

El presente proyecto que se pretende desarrollar permitirá, que otras empresas se enfoquen en producir productos con frutas o alimentos naturales, especialmente que sean productos frescos que no posean ingredientes artificiales porque son dañinos, tienen un diferente sabor y afectan a nuestra salud. Además incentiva a las empresas o microempresas a que realicen estudios sobre más frutas o materias primas que sean poco conocidas en el mercado y que podrían generar más producción y comercialización en el extranjero.

Social

Este proyecto intenta reducir un poco la tasa de desempleo que está atravesando el país, las encuestas de Empleo, Desempleo y Subempleo Nacional (ENEMDU, 2016) proyectaron una tasa del 5.2% de desempleo en el país mientras que el 94.8% se encuentra activo, con la implementación de la empresa se ofrecerá trabajo a un grupo de personas, además este estudio contribuye con el cambio de la matriz productiva. Otro punto es aumentar la producción nacional para obtener más ingresos y esto se realizará con la comercialización de helados jackfruit. En base a la información obtenida del tema matriz productiva que es muy importante para el gobierno, se aporta con el conocimiento y el talento humano ya que se investigará una fruta no tradicional como esta y se aportará con ideas para crear nuevos productos a base de ella. Por otro lado, basándose en las opiniones del vicepresidente Glas (2014) indica que se debe aumentar la producción nacional

porque la economía ha crecido pero con las importaciones y para que esto no ocurra de nuevo, el gobierno tiene gran interés en el aumento la producción local (s.p).

MARCO TEÓRICO

El presente proyecto es sobre la implementación de una microempresa de helados artesanales jackfruit por lo tanto es necesario analizar lo siguiente:

Origen del Emprendimiento

El tema de emprendimiento ha estado presente desde toda la vida, sus inicios fueron en la edad de piedra cuando las personas empezaron a desarrollar ideas útiles, que se convirtieron en cosas para beneficios de la humanidad. Se podría señalar que en base a la información del Diccionario de autoridad (1782) es “la idea de crear algo y desarrollarlo “(s.p). En el tiempo de antes las personas despertaron un gran interés por desarrollar cosas, que con el pasar de los años fueron evolucionando como por ejemplo: el invento de la rueda y las imprentas.

Buelna y Ávila (2007) declaran que, “la historia del emprendimiento nace en la civilización de Mesopotamia porque las personas crearon un templo (laboratorio), donde, empezaron a inventar más utensilios surgiendo la escritura y la cultura” (s.p). Además, Baudel (1995) menciona que la actividad emprendedora se expande a otros sectores, ya que las personas comenzaron a desenvolverse en los sectores de la ciencia, filosofía (s.p).

Por último, Berenstin (2004) agrega que cuando un emprendedor tiene ideas hace lo que se proyecta en la mente, lo que se imagina lo vuelve realidad. Por eso, este autor, indica que en el tiempo de Sócrates las personas tenían mucha sabiduría y conocimiento que fueron capaces de crear muchos inventos (s.p).

Evolución del Emprendimiento

(Knight, 1942; Macmillan,1988) estos autores consideran que, un emprendedor es la persona que tiene la capacidad, de percibir una oportunidad en el comercio, para crear y poder introducir un bien o servicio (p.20). la actividad

empresarial, se ha convertido en una fuente de ingreso y empleo, porque las personas estudian y piensan en cosas nuevas para participar en el mercado y a la vez competir con otras empresas. Pero el emprendedor siempre debe buscar estrategias que le permitan ganar en el comercio. Por este motivo Fernández y Riva (2014) deducen que el espíritu de un negociante es requerido para la creación de una industria, ya que él toma desafíos, entre ellos se encuentran algunos casos exitosos como: Ray Kroc quien fundo la idea del restaurante de comida rápida Macdonals, esta franquicia empezó como un negocio pequeño, que con el pasar del tiempo, con la innovación se posesionó en otros países. Otro caso, es la compañía de CocaCola, que creó un producto refrescante que le permitió ser vendido en más de 205 países.

Desde otro punto de vista el emprendimiento con ayuda de la tecnología fue transformándose en grandes empresas de diferente tipo generando riquezas y cosas o productos disponibles para el público, en los años 20 se crearon exitosas empresas como: Chanel y Microsoft por Bill Gates, las redes sociales tuvieron un gran desenvolvimiento que permitieron convertir a las personas en emprendedores.

Tipos de Emprendimiento

Desde el punto de vista de los autores Bentolilla, Crisafulli, Mir, & Rabacedas (2014) es importante conocer los diferentes tipos de emprendimiento que se nombran a continuacion: (a) Emprendedor económico , (b) Emprendedor corporativo, (c) y Emprendedor social.

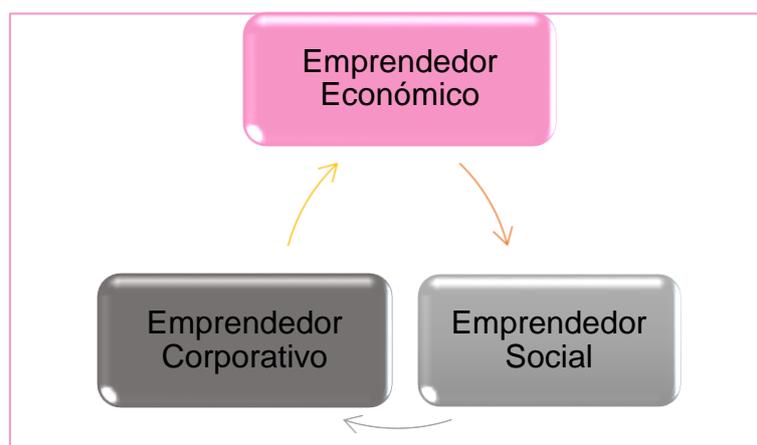


Figura 1. Tipos de Emprendimiento

Nota: Recuperado del libro Herramientas para Emprendedores , 2014. Elaborado por autoras del proyecto.

Emprendedor Económico

Se lo define como una persona que crea su propia empresa ya sea por necesidad , falta de trabajo o por oportunidad. Esta persona identifica la oportunidad para crear un negocio y empezar a trabajar en el mercado, también para ganar su propio dinero, ofrecer trabajo a otras personas y puede pertenecer a cualquier sector industrial , comercial o de servicio.

Emprendedor Corporativo

Son las personas que tienen iniciativa para un negocio, lo pueden crear o simplemente trabajan en empresas de otras personas.

Emprendedor Social

La persona que realiza este tipo de emprendimiento es generadora de ideas innovadoras que pueden llegar a beneficiar a la sociedad, solucionar problemas o riesgos. Es más , la mayor parte del tiempo se dedica al estudio del entorno y se preocupa por poner en marcha su idea o plan.

Por supuesto que ,Schumpeter (1934) define lo mismo sobre el tipo de emprendimiento solo que incluye el emprendedor adquisitivo , que es la persona que se encarga de innovar para crear y mejorar, también se encuentra el emprendedor por oportunidad, este tema surge en el mercado cuando existe la falta de atención en un sector entonces, aparece la necesidad y ocasión de aprovechar e introducir un bien o servicio (Macmillan et al., 1988, s.p). De igual manera, existe otro tipo de emprendimiento que es por necesidad, éste se enfoca en la existencia de problemas económicos como: la falta de empleo en el país , las personas buscan la manera de emprender para tener sus propios ingresos por necesidad. Aunque Pereira (2003) agrega que, un negociador detecta una oportunidad para trabajar en un sector y crea su propia empresa (s.p).

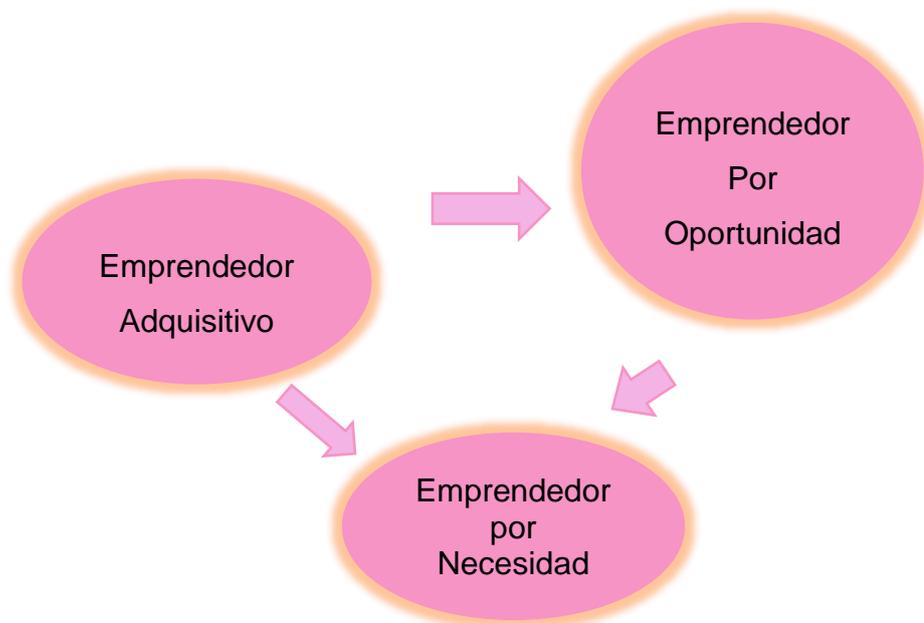


Figura 2. Tipos de emprendimiento

Nota. Recuperado de Shumpter J. The theory of economic,1934.
Elaborado por las autoras del proyecto.

Ciclo del Emprendimiento

Araque (2009) considera que el emprendimiento se compone por las etapas que se muestran en la figura 3 e incluye que la creatividad y la innovación poseen una relación porque permiten al pequeño negociante crear ideas nuevas y ponerlas en marcha es decir, hacerlas realidad.

Mientras que Fisher (1996) define a las ideas como un proceso que le permite a las personas entender, comprender y desarrollar un pensamiento para ponerlo en práctica, igualmente la mentalidad de una persona es capaz de desarrollar planes estratégicos , con la finalidad de resolver conflictos y sobre todo crear valor añadido a un producto.

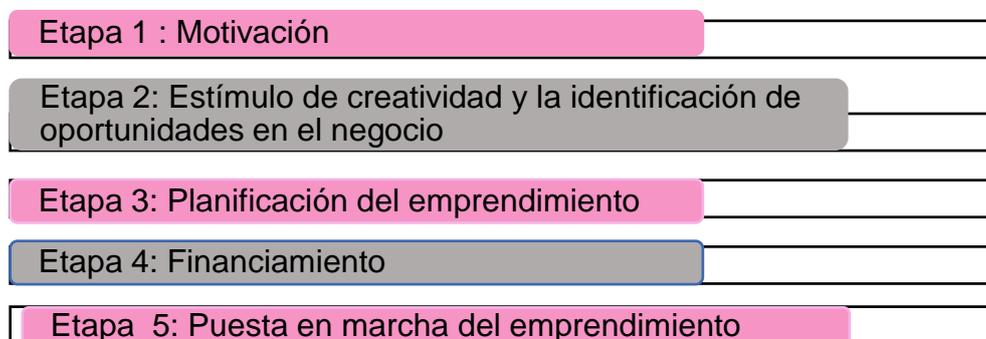


Figura 3. Ciclo del Emprendimiento

Nota. Recuperado de Wilson Araque, Perfil del emprendedor Ecuatoriano , 2009

Según Hirschman (1958) el desarrollo no depende mucho de combinar los recursos o materiales de producción para poder desarrollar habilidades ocultas (s.p). enfocándose en el ciclo del emprendimiento, las organizaciones que se encargan de brindar una ayuda sobre temas de emprendimiento solo se orientan en la motivación y creatividad para crear una empresa, dejando poca atención al tema de ayuda financiera. Es decir que en Ecuador hay empresas que se encargan de capacitar a las personas para que sepan cómo emprender un negocio, pero estas instituciones no ofrecen charlas sobre los aspectos financieros, dejando este tema desarticulado.

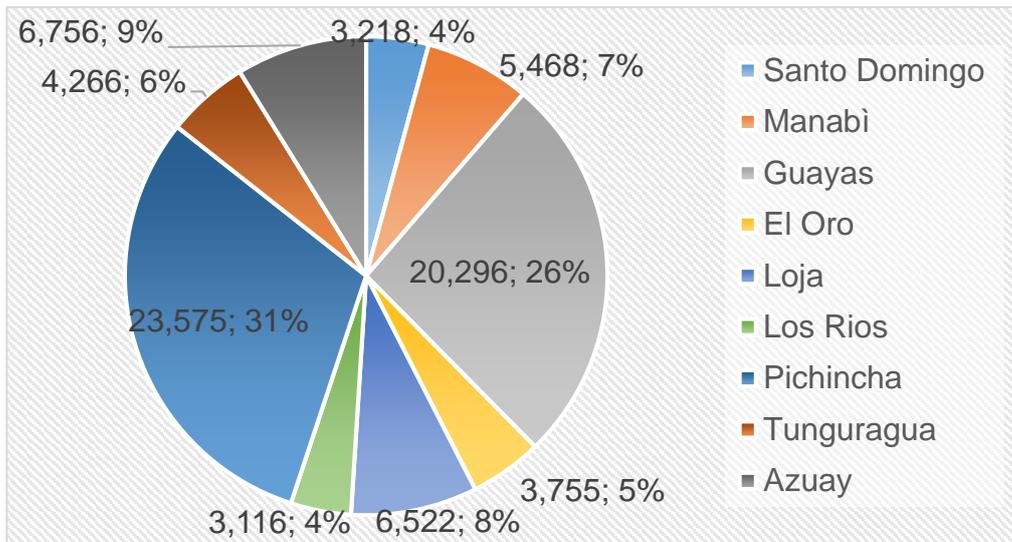
Emprendimiento en Ecuador

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el encargado de realizar el estudio donde se analiza la situación del emprendimiento en los países. Actualmente, la actividad emprendedora temprana (TEA) es dos veces más alta en el país según el GEM, porque la mayor parte de ciudadanos consideran tener lo necesario para empezar a emprender.

Además, Lasio, Caicedo, Ordeñana e Izquierdo (GEM, 2015) enseñaron que "Ecuador tiene una tasa de emprendimiento del 33.6% "(p.10). Sobre todo, que hay una gran parte de emprendimiento del 25.2% por parte de los ciudadanos que terminaron los estudios de la secundaria. También el 64.3% de emprendedores indicaron que existe oportunidad para emprender un negocio. Mientras las otras personas consideran un poco complicado cuando no se tiene un capital o ayuda para empezar. Se podría decir que con la investigación adquirida, ciertas personas poseen dificultades para emprender negocios y una de ellas es el capital, pero otros lo toman como una oportunidad para entrar en el mercado.

Desde otro punto de vista, en el país especialmente "la provincia del Guayas cuenta con 20.296 micro empresas existentes de las cuales se inclinan a servicios y sectores de ventas como: talleres de autos, venta de comida o alimentos, industrias manufactureras etc". (Araque W. Revista Corebusiness Ekos, 2015, p.79).

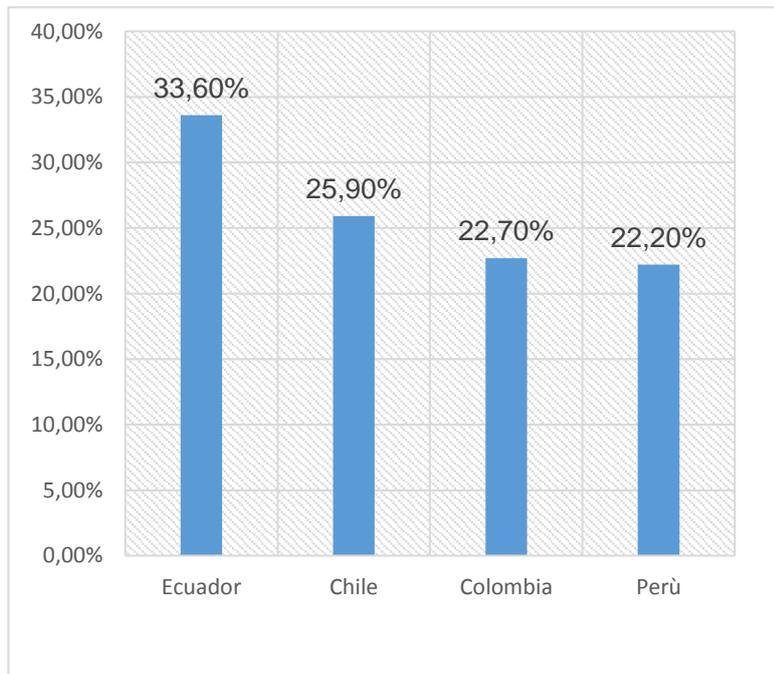
Gráfico 1. Número de Empresas por Provincia



Nota. Revista Corebusiness Ekos, 2015

Ecuador tiene un gran movimiento en este sector porque en base al siguiente gráfico emitido por el GEM (2015) La actividad de emprendimiento en Ecuador es alta en comparación con otros países de América latina y del Caribe.

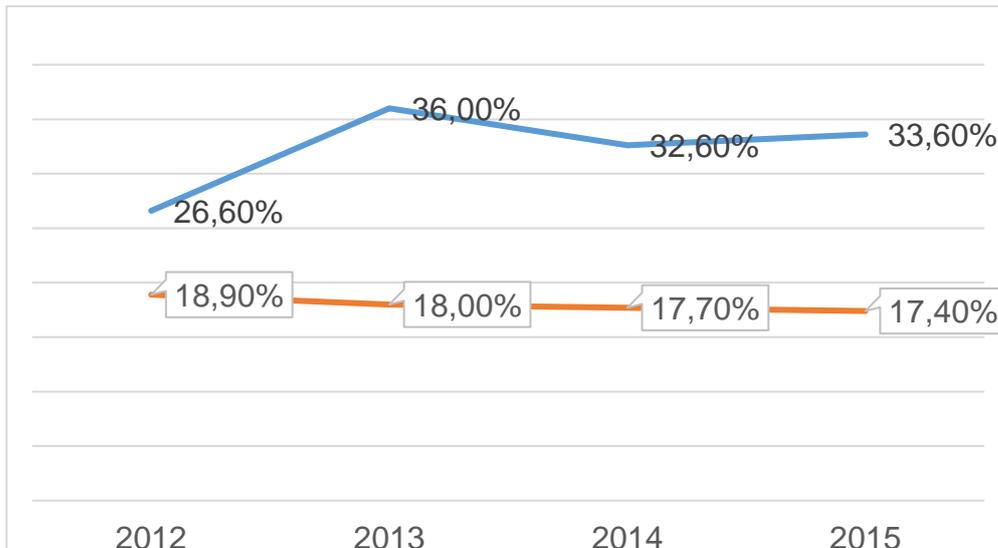
Gráfico 2. Cuadro comparativo de la Actividad Emprendedora temprana



Nota. Recuperado de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2015
Autores : Lasio V., Caicedo, G. Ordeñana, X, Izquierdo. E..

Pero si ha sufrido cambios leves porque el país tenía un porcentaje más alto de 36.0% en el año 2008 como indico el GEM (2015). Estos porcentajes señalaron que el sector rural está estable, y que ha surgido aumentos por esta parte. Sobre todo que el TEA está compuesto por emprendedores estables y un 9% de negociantes nacientes. Estos datos se los pude observar en el siguiente cuadro donde muestra los porcentajes hasta el 2015 para analizar el movimiento emprendedor.

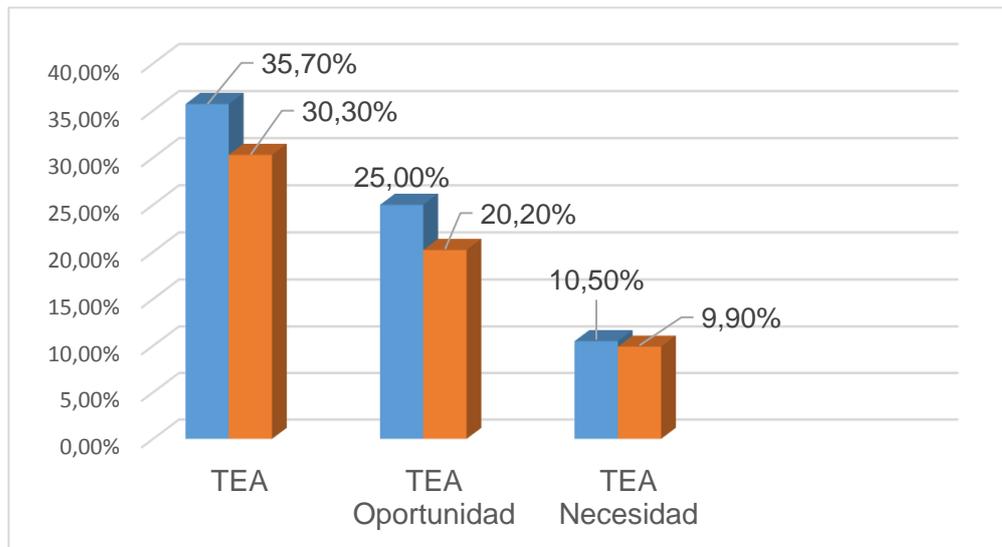
Gráfico 3. Evolución del TEA en el Ecuador



Nota. Recuperado de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2015 Autores. Lasio V., Caicedo, G. Ordeñana, X., Izquierdo. E..

Para culminar en este gráfico se puede analizar que el 69% del TEA representa a las personas que emprenden negocios por oportunidad mientras que un 31% lo hacen por necesidad.

Gráfico 4. Cuadro del TEA por motivación o necesidad



Nota. Global Entrepreneurship Monitor Ecuador-2015
Autor: Lasio V., Caicedo, G. Ordeñana, X. Izquierdo. E..

Las Mipymes

Origen

Las pequeñas empresa empezaron a existir en el siglo XVI y fueron por un grupo pequeño de holandeses que empezaron a viajar a los sectores de la india pero en ese tiempo era muy difícil cruzar a ciertos continentes porque era prohibido, entonces vieron la necesidad de tomar otras rutas y construir otra flota para vender la mercancía (joyas) traída de la india a otros países, al ver las ganancias los demás países también empezaron a comercializar las piedras preciosas y así surgieron las pequeñas empresas. Explica Chiavenato (1993) que la empresa es una organización que está compuesta por personas que con ayuda de materia prima o capital se dedican a la producción de un bien para generar más producción e ingresos(s.p).

Evolución de las Micro Empresas en Ecuador

A las Mipymes se las puede definir como pequeñas empresas, que se caracterizan por trabajar con una cierta cantidad de personas. “Para la comunidad Andina (CAN, 2010) en la resolución 1260 las micro-compañías se las clasifica de esta manera” (p.2).

Tabla 1

Clasificación de las Compañías de acuerdo a la Resolución 1260 del CAN

Variables	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Grandes Empresas
Personal Ocupado	1 – 9	10 – 49	50 – 99	>200
Valor Bruto En ventas Anuales	< 100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-5.000.000	> 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	> US \$ 4.000.000

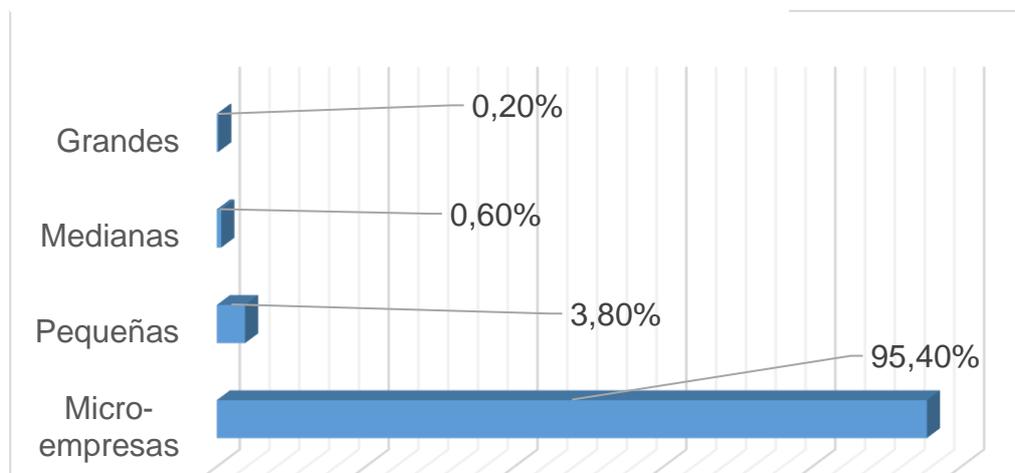
Nota: CAN&RBI(2010)

Autor: Comunidad Andina Ecuador & Russell Bedford internacional (RBI).

Las mipymes en Ecuador representan el 99.8% de empresas en el país y generan aproximadamente un 78% de empleo estas empresas son de mucha ayuda para la economía del pueblo. Como hace notar el Ministerio de Industrias y Productividad y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (MIPRO y FLACSO, 2013) que fueron citados también por el telégrafo. “Las mipymes en Ecuador tienen gran capacidad para generar producción, empleo e ingresos y podrían convertirse en el motor del desarrollo del país, alcanzando mayores niveles de participación en el mercado internacional” (s.p).

El censo que se realizó en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) expresa que, “El 95,4% representa al sector de las micro-empresas mientras que el 3,8% son de empresas pequeñas, por añadidura el 0,6% constituye a las empresas medianas y por ultimo con un 0.2% las grandes empresas” (p.3).

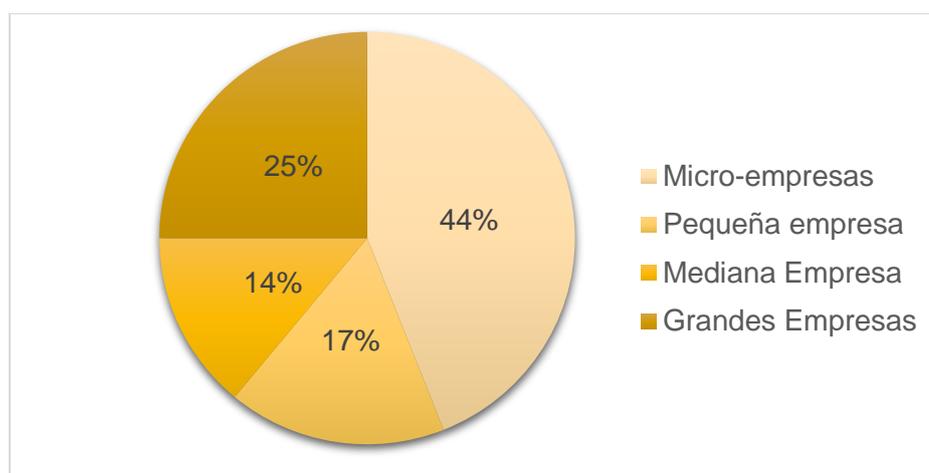
Gráfico 5. Total de Empresas Nacionales



Nota. Censo Nacional y Económico – CENEC-210-INEC
Autor: Observatorio de la Pymes de Universidad Andina Simón Bolívar.

Incluso en el siguiente gráfico se puede observar que las microempresas son una fuente de empleo para el país. Araque (2012) argumenta que el 44% de empleo es generado por las microempresas, también 100 puestos de trabajo son creados por este sector (p.3).

Gráfico 6. Empresas que generan trabajo



Nota. Censo Nacional y Económico – CENEC-210-INEC
Autor: Observatorio de la Pymes de Universidad Andina Simón Bolívar

Las Mipymes de helado

Este trabajo se enfocará en el sector de helados, en el mercado se pueden encontrar diferentes tipos de empresas o microempresas que tienen diferentes procesos de elaboración, entre las categorías se encuentran las empresas que se dedican a la producción de: a) Helados Industriales b) Helados Artesanales.

Tipos de helado

Las empresas o microempresas de helado artesanal.

Esta categoría se la puede definir como una elaboración o producción de helado de manera natural, además la materia prima que se utiliza en la producción es fresca a base de solo frutas, es más cremoso, espeso y contiene menos grasa. En el mercado se encuentran las siguientes microempresas: Nash, TuttoFreddo, Coco Express mientras que en la Sierra se encuentran los Helados Jota Erre, Helados Salcedo y Sorbetto .

Heladería Nash

Este negocio tiene un año y medio en Guayaquil y ha creado varias presentaciones a base de helado, incluso algunos productos son combinados con el licor, tocino y canguil.



Figura 4 . Helados Nash

Sorbetto Heladería Artesanal

La empresa tiene 9 años en el mercado y se dedica a la producción de helado artesanal, el señor Faidutti dueño de esta micro empresa (2010) afirmó que “Todos los helados son fabricados de manera artesanal y no utilizan colorantes, ni saborizantes para su fabricación”(s.p). Es por esto que la preparación de este tipo de helados tuvo tanto éxito que decidieron poner otros puestos y tuvieron oportunidades de vender franquicias en otros sectores de Guayaquil, los precios están entre \$1.75, hasta \$6 dólares dependiendo el tipo de helado.



Figura 5. Paletas de Healdo Sorbetto

Los Helados Industriales

Estas compañías se dedican a producir helados pero con otro tipo de materia prima, para abaratar costos usan endulzantes, colorantes e incluso cambian algunas materias primas como la leche y utilizan la nata por ser económica y rendidora. Además, manejan grandes maquinarias ya que deben producir muchos helados. En Ecuador se encuentran las siguientes empresas:

Helados Pingüino

Pertenece al grupo Unilever y se la considera como empresa líder en el mercado porque continúan en constante movimiento, también es la número 1 en ventas de helado en la población, como da a conocer el gerente de la marca pingüino Vintimilla (2011) “ los helados Pingüino en presentación de Palito representan el

70% de su facturación “(p.1). Aparte, estos helados van dirigidos a un mercado de 3 años hasta 70 años y sus precios varían porque en el portafolio de la empresa donde se encuentran los diferentes tipos de helados tienen precios económicos y otros un poco elevados.

La franquicia ha creado varias estrategias para mantenerse en el mercado una de ellas es la innovación de productos.



Figura 6. Vasitos Pinguino



Figura 7. Productos Pinguino



Figura 9. Pinguino Paleta



Figura 8. Casero Pinguino

Otra estrategia es promocionando el producto, la empresa pingüino hasta ahora sigue innovando los helados y varias personas auspician los productos por todos los medios es decir por tv, radio y redes sociales las campañas publicitarias que realizó pingüino fueron las siguientes:



Figura 11. Promoción



Figura 10. Tiendas Magnum

Estas estrategias permitieron a la empresa ganar más clientela por otro lado se encuentra la competencia.

Helados Topsy

Esta empresa pertenece al grupo Tony y es la segunda marca con mayor presencia en el mercado, tomando en cuenta la información de Tonicorp (2011). “La empresa invirtió dinero para adquirir maquinarias italianas , las cuales le permitieron fabricar una alta gama de helados”(s.p). Entre ellos podemos encontrar los siguientes:



Figura 12. Productos Topsy

Topsy también crea helados nuevos y son presentados en campañas publicitarias para posesionar los productos en el mercado.



Figura 14. Nuevo Producto Topsy



Figura 13. Publicidad Topsy

Situación actual en las industrias heladeras en Ecuador

En la actualidad el estudio de las Mipymes de helado artesanal están en pleno crecimiento, existe una gran demanda de helados artesanales e incluso las empresas como Topsy y Pingüino han invertido más en la compra de maquinarias para la fabricación de estos productos. Estas empresas están buscando introducir más sabores de helados artesanales en el mercado, Corporación el Rosado ha introducido su cadena de helado fabricado por su propia marca donde ofrece también este clase de helados. Estudios revelaron que en Ecuador, la demanda de helados se ubica en 270 millones de unidades al año , esta cifra también incluye los helados artesanales, las microempresas que se dedican a la fabricación de este tipo de helados han generado un crecimiento en la producción como se puede mostrar en los resultados del censo de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (CAPEIPI 2013) "1367 empresas pequeñas y medianas elevaron la producción en un 45%"(s.p).

MARCO CONCEPTUAL

Para realizar el proyecto es necesario conocer más a fondo la definición de algunos conceptos de aspecto financiero que se requieren en una empresa.

Estudio de mercado

Por medio de las definiciones de algunos autores (Williams, 1989; Kattler, 1990; Thomas, 1991) se podría decir que estudio de mercado, se lo puede considerar como el análisis, estudio e investigación sobre las situaciones actuales que sufre el mercado como los problemas en los sectores de ventas, consumo de productos, servicios , el poder de mercado, demanda y preferencias de consumidor (s.p). Esta información les permite a las empresas o gerentes encontrar futuras soluciones a los problemas que impiden que las empresas tengan éxito.

Investigación cuantitativa

Del punto de vista de los autores Bogdan y Taylor (1987) se interpreta a la investigación cuantitativa como "investigaciones que se las realiza a un grupo de personas, una muestra mediante la cual se puede analizar las opiniones de las personas, conocimientos y preferencias sobre un producto" (sp).

Demanda

Mankiw (2003) denomina demanda a la cantidad de bienes que el cliente puede comprar y pagar en el mercado para satisfacer sus necesidades, cuando un producto es bueno y tiene aceptación en el mercado, genera más ventas y más producción de él (sp).

Estrategia de precio

Según Lamb, Hair y McDaniel (2001) Afirman que la estrategia de precios tiene como objetivo recuperar la inversión de la elaboración en cada producto, pero se debe tener precaución para poder establecer ese precio porque estará a largo plazo es decir, toda la vida del producto y es muy difícil de modificar por eso es necesario elaborar un plan, ideas o procesos para poner un precio (p.54).

Marketing Mix

Es una herramienta fundamental en los negocios, compuesta por las cuatro P: producción, precio, promoción y distribución, se debe tener una buena orientación o manejo del marketing y sus elementos para poder hacer bien los negocios es decir, cumplir el objetivo deseado (Cloter & Armstrong , 2003 p. 170).

Kotler (2001) agrega que, se denomina marketing mix a varios instrumentos del marketing porque se combinan, dirigen y generan respuestas del mercado. Aunque puede parecer algo metódico, las cuatro herramientas que se deben utilizar en el marketing mix representarán al mercado meta (s.p).

Oferta de productos

Fishery Espejo (2011) Definen una oferta como un conjunto de bienes (productos) o servicios que una persona está dispuesta a vender a un precio establecido y en un tiempo determinado, de igual manera el negociador detalla las condiciones de ventas que pueden ser verbales o escritas (p.146).

Tasa de actividad Emprendedora (TEA)

Se denomina TEA a la tasa de emprendimiento anual, encargada de medir la actividad emprendedora menor a tres años de industrias existentes en el mercado. Se establece un informe sobre el movimiento económico de los países y es presentado como el Global Entrepreneurship Monitor (s.p).

MARCO REFERENCIAL

Tomando en consideración el proyecto de los autores Castillo, Sarzosa, & Villacís (2014) sobre “proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa, néctar y mermelada de jackfruit ubicado en la ciudad de Quito”. Se dice que el fruto posee un alto nivel de nutrientes que despierta el interés de las personas en diferentes países, pero la fruta es poco conocida en el Ecuador, se podría comentar que el objetivo de los ingenieros es industrializar el jackfruit en Quito porque es muy fácil conseguir la fruta en esta región y de esta manera se obtiene un ahorro en la transportación del producto, también este trabajo contará con ayuda de un personal capacitado y maquinarias de última tecnología para obtener los productos.

El siguiente “estudio de obtención de pulpa y jugo de jackfruit a partir del mesocarpio en el cantón Pedro Vicente Maldonado provincia de Pichincha” (Ing. Rueda y Ing. Recalde 2014) argumenta que la fruta posee otros nombres como: jaca, fruta de pan y jackfruit. El fruto es consumido crudo, es decir la pulpa sola sin ninguna transformación. El cultivo se adapta a las zonas tropicales del Ecuador y posee un alto potencial exportable, por estos motivos es necesario diseñar un plan estratégico que permita producir la fruta.

De acuerdo con la propuesta de las autoras Llivera, López, y Ramírez (2012) sobre el “Estudio de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de jugo jackfruit o jaca”. En la región Amazónica existe una gran variedad de frutas tradicionales que no son producidas porque no tienen la debida difusión para ofrecerla en el comercio, lo que conlleva a la desaparición de la fruta y desperdicio de ella. Además, este proyecto indica la existencia de tres tipos de jaca, la primera tiene frutos suaves, la segunda posee la pulpa crujiente y la última se caracteriza por tener un fruto pequeño llamado Rudrakshi. Aparte el jackfruit se puede combinar con otros

tipos de dulces , cocinarlo en comidas y lo mas importante es la semilla ya que se puede consumir por las propiedades que esta posee.

El trabajo de titulación que se planteó anteriormente, muestra una mermelada hecha de la mezcla del jackfruit y la maracuya , añadiendo fibra que es obtenida de la cascara de naranja. Las encuestas que se efectuaron en este sector mostraron que el 86 % esta interesado en consumir este producto, y el rango de edades esta entre 25-42 años.

Según, la ingeniera Simba (2014) en su trabajo de investigación “Caracterización físico- química del jackfruit y propuestas de dos alternativas para el procesamiento”. Expresa que, la jaca se cultiva desde hace mucho tiempo en ciertas zonas de la India y en la actualidad es exportada a otros paises (China, Hawaii, USA, Europa), mientras que en Ecuador se la encuentra en Napo, Sucumbios, Orellana y otras regiones de la Costa.

Simba (2014) añade el uso de componentes químicos para producir la fruta en almibar y deshidratarla, de esta manera la fruta puede venderse en forma de enlatado y puede llegar a conservar mas su sabor. Por otro lado se encuentra la deshidratación de la fruta, que se retira el agua del alimento con ayuda de vapor y se debe seguir una serie de pasos para el producto final.

El Ingeniero Barcia (2015) en su investigación ” Obtención de etanol a partir de artocarpus heterophylls(jackfruit) considerando diferentes estados fisiológicos de la fruta.” Agrega que le jaca es la fruta mas grande del mundo que llega a producir frutos a partir de 4 a 8 años, produce alrededor de 400 frutos al año , en el pais también se pueden encontrar diferentes tamaños de la fruta, es decir pequeña , mediana y grande que suelen pesar alrededor de 50 klg. El estudio se enfoca en la extracción de etanol (alcohol) de la fruta y eso se efectúa añejando la fruta para que su líquido se combine con otro tipo de bebida.

MARCO LEGAL

Requisitos para construir una compañía

La Superintendencia de Compañías es un organismo encargado de vigilar, regular y controlar la organización, funcionamiento disolución y liquidación de las empresas en el Ecuador y para crear una microempresa de helados artesanales lo primero que se debe hacer es constituir la compañía. A continuación se muestra los requisitos:

Tabla 2

Requisitos para Construir una Compañía (Súperintendencia de Compañías)

Compañía limitada

Identificar el tipo de empresa, las compañías limitadas pueden tener 2 hasta 15 accionistas, son empresas familiares, entre conocidos, Tienen un capital cerrado.

- 1- Apartar el nombre
- 2- Creación de estatutos
- 3- Abrir una cuenta bancaria
- 4- subir el estatuto o minuta a una escritura legal
- 5- registrar los documentos en el municipio y en el Registro mercantil

Nota. Superintendencia de Compañías,2017
Elaborado por Superintendencia de Compañías

Apartar el nombre

Este procedimiento es realizado por la súperintendencia de compañías ya que se ingresa al sistema y se verifica si no existe una empresa o microempresa con el mismo nombre para reservar el dominio. Este proceso toma 30 minutos en generar el resultado.

Creación de estatutos

Es un documento sobre los puntos que fueron acordados como: el registro de la empresa, verificación del nombre, incluyendo las firmas de las personas presentes etc. El escrito es elaborado por un abogado y demora alrededor de tres horas.

Abrir una cuenta bancaria

Para abrir una cuenta corriente es necesario un capital de \$400. Nombre del gerente o del representante de la empresa, ruc, cédula y papeleta de votación. Estos requisitos dependen de la Política que tenga el banco ya que no todos son iguales.

El tiempo estimado es de 24 horas después se debe pedir el certificado bancario, para continuar con el siguiente trámite.

Subir el estatus o minuta a una escritura legal.

Para este procedimiento se requiere llevar el certificado de la cuenta bancaria, la minuta y el dominio o reserva del nombre de la compañía. Cuando ya se tenga la documentación anterior, se debe llevar a la superintendencia de compañías, para que revise y apruebe el documento. Una vez revisado la entrega se la realizara en cuatro días. Después de cumplir con toda la documentación requerida se debe inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, institución jurídica encargada de inscribir y llevar el registro de los documentos o datos de una compañía para así garantizar y certificar la existencia legal de una sociedad. Seguidamente se enlista los requisitos para la respectiva documentación en el Registro Mercantil:

Tabla 3

Requisitos para Inscribir una Compañía (Registro Mercantil)

- a) Tres duplicados de las escrituras de constitución
 - b) Patente del municipio.
 - c) Carta de registro emitida por la Municipalidad de Guayaquil.
 - d) Publicación de la recopilación.
 - e) Copias del documento de identidad y papeleta de votación de los socios.
 - f) crear los nombramientos de la junta directiva (gerente y presidente)
-

Nota. Registro Mercantil, 2016

Para identificar y certificar formalmente la actividad económica que se va a ejercer en la ciudad de Guayaquil es necesario obtener un Registro Único del Contribuyente (RUC). Seguidamente se debe presentar ciertos documentos en el Servicio de Rentas Internas (SRI), que es un organismo del Estado Ecuatoriano responsable de proporcionar y gestionar la información y administración tributaria de una sociedad.

Tabla 4

Requisitos para Obtener un Registro Único Contribuyente (RUC)

- a) Entregar el documento verdadero y la copia, donde conste la inscripción de la empresa emitido por el registro comercial.
 - b) Presentar el certificado que fue formulado por el registro mercantil, donde indique, el nombre del representante de la compañía.
 - d) El papel de votación y la identificación son necesarios para este trámite.
 - f) Adjuntar, las copias de los recibos de energía, agua o teléfono que tengan el nombre de la empresa, Pero estas facturas requieren ser de los meses anteriores a la fecha de matriculación de la compañía.
-

Nota. Servicio de Rentas Internas . SRI, 2017

Requisitos establecidos por la municipalidad de Guayaquil para los pequeños negocios

En el caso de las personas que tienen su propio negocio es necesario presentar la siguiente documentación.

Tabla 5

Requisitos para obtener un permiso comercial emitido por el Municipio

- a. Certificado de uso del suelo.
 - b. Patente Comercial.
 - c. Pago de solicitud del código catastral.
 - d. Permiso de funcionamiento del negocio.
 - e. Permiso de vender en Carritos, quioscos, islas.
-

Nota. Municipalidad de Guayaquil.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad económico financiero para implementar una microempresa que produzca y comercialice helados jackfruit en el sector de Bastión Popular.

Objetivos Específicos

1. Revisión de la literatura sobre la fruta y de los procesos de elaboración de helado.
2. Indagar sobre los gustos y preferencias del consumidor.
3. Diseñar un plan de marketing mix.
4. Realizar el estudio económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

Descripción del Producto

La microempresa “La casa del Gelatto” s.a introducirá en el mercado un helado natural y nutritivo a base de la fruta yaca, mezclando la fruta con otros ingredientes que no contienen preservantes o colorantes, ofreciendo en el sector de Bastión popular un producto vitamínico y una nueva opción de sabor. Este producto pertenece al sector manufacturero de elaboración de productos alimenticios, bebidas y lácteos.

Segmento y tamaño del Mercado

Mercado global

Según Stanton, Etzel y Walker (2004) se entiende por segmento de mercado a un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra por los productos (s.p).

Por lo cual se ha tomado a consideración para el estudio de mercado de entre todas las provincias existentes en Ecuador, la provincia del Guayas. De acuerdo a la información dada por el censo de población y vivienda realizada en el 2010 se considera que Guayas es la provincia más poblada en el Ecuador ya que cuenta con un total de 3.645.483 habitantes, dando como resultado que en las parroquias

urbanas de Guayaquil existe 2.350.915 de habitantes y en las parroquias rurales 59.757 habitantes.

Basándose en la encuesta realizada, el mercado meta a dirigirse es Bastión Popular siendo aledaña a la parroquia de Pascuales. Esta zona tiene una población total de 53.632 habitantes, lo cual permite ingresar el producto al mercado con mayor facilidad ya que no cuenta con un gran número de habitantes a comparación con las otras zonas.

Teniendo en cuenta todo estos datos, se ha concluido que es un sector muy comercializado como por ejemplo: el Centro Comercial Parque California que se encuentra ubicado en toda la principal de Bastión Popular, además a su alrededor se encuentra el paseo shopping Daule, los mercados y la estación del Metro vía, esto lo convierte en un lugar muy centralizado y concurrido lo cual da como resultado que las personas de clase media y baja acudan a visitar con frecuencia los centros comerciales cercanos.

Localización de la fábrica de helados

En base a todos los datos anteriores , la microempresa de helados artesanales hechos a base de la fruta jackfruit o yaca, se colocará al norte de Guayaquil, en Pascuales porque está cerca de la zona donde se va a comercializar el helado, además en ese sector hay locales que son alquilados a precios razonables y alrededor se encuentran varias fábricas . Otro punto es el lugar donde se venderá el producto, se ha considerado la calle principal de Bastión popular, ya que en ella se encuentra el Centro comercial Parque California 1 , California 2 y la terminal del metro vía , además existe un gran movimiento comercial, también las personas que habitan ahí pertenecen a la clase popular y media de la sociedad guayaquileña.



Figura 15. Localización de la Fábrica de helados

Localización de los carritos de helado

En este sector la población normalmente consumen helados artesanales lo cual es bueno porque esto facilita la introducción del producto, también el consumo de este nuevo e innovador helado que posee un exquisito sabor y beneficios para la salud de quien consume este producto. El consumo de este helado va dirigido a un rango de edades de 4 a 65 años.



Figura 16. Ubicación de los carritos de helado en el centro comercial Parque California

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.



Figura 17. Centro Comercial California y Terminal Metro vía



Figura 18. Terminal de Pascuales

El helado se venderá en los centros comerciales de Bastión popular porque se quiere analizar el producto en una zona pequeña, y se podría experimentar colocando otro carrito de helado en la terminal terrestre Pascuales. Si el producto tiene buena acogida y genera ventas se podría vender en otros sectores populares como: El Paseo shopping vía Daule La Aurora, Las Orquideas, El Fortín y dentro de Pascuales.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de la investigación

El diseño investigativo permite obtener información usando diferentes tipos de herramientas o técnicas para el análisis, estudio y evolución de un trabajo como mencionan los autores Campbell y Stanly ; Kerlinger y Lee(1966, 2002) que el diseño y tipo de investigación es importante e indispensable su aplicación y la elección depende del problema que se de en el estudio (p.121).

De acuerdo con los autores Campbell et al. (1966)"Los diseños de investigación se clasifican de dos maneras experimental y no experimental "(p.121). La primera permite manipular una o más variables para entender la causa o efecto en la alteración. Es decir, la variable se modifica intencionalmente para compararla con la variable dependiente y analizar el cambio o reacción. Además una variable dependiente, es un símbolo que determina un elemento o característica como por ejemplo: en el caso de un individuo sería la edad, estatura etc. Como el nombre lo indica la variable depende del resultado de otra variable para poder existir, esta variable no trabaja sola, necesita la ayuda de otra y es conocida como la consecuencia. Mientras que, la independiente muestra otro método, esta variable o símbolo ya existe por sí solo, no requiere la ayuda de otra para existir, trabaja sola y representa la causa.

Basándose en las explicaciones de ciertos autores "El diseño experimental posee las siguientes divisiones: (a) Pre experimentos, (b) Experimentos puros y (d) Cuasi experimentos" (Campbell et all ., 1966, p.11). El pre experimento estudia un solo grupo, mide la variable pero, el control sobre el experimento o investigación en base a la variable es mínimo.

Por otra parte la investigación pura, trabaja con una o más variables dependiente o independiente, se experimenta con pruebas al principio y antes del experimento. "No en todo experimento puro se suelen hacer pruebas pero si son necesarias por que valida más la teoría "(William y Stephen , 2009. s.p). Por último, esta el cuasi experimentos que manipula una variable y trabaja con el experimento puro , la investigación observa el efecto pero demora en el proceso de recolectar el grado de validez.

En segundo lugar esta la investigación no experimental, este estudio se enfoca en experimentar con una variable sin manipularla o alterarla, deja que trabaje en su proceso natural porque, el acto ya ocurrió y es difícil cambiar algo que ya está hecho solo se puede analizar para obtener los resultados, en pocas palabras el investigador no realiza algo a propósito para ver que ocurre sino que estudia el efecto o consecuencia que provocó esa acción. (Sampieri y Grow, 2010,p.150). Esta investigación se divide en dos tipos: (a) Transeccional o Transversal y (b) Longitudinal. La primera recolecta información de cualquier tema una sola vez, en un tiempo determinado, no vuelve a repetirse esos datos. "El diseño Transversal posee diferentes categorías entre ellas: (a) Exploratorio, (b) Descriptivo y (c) Correlacional causal" (Sampieri et al. 2010, p.152). El diseño transeccional exploratorio consiente en analizar una variable o grupo de variable en un tiempo determinado. La otra descriptiva, como su nombre lo indica describe su entorno, los datos de una población y es conocida como investigación estadística. La correlacional posee las mismas características que el exploratorio solo que trabaja con dos o más variables en un momento determinado. Para terminar tenemos el diseño de longitud, "es casi igual a las anteriores solo que estudia en todo tiempo o momento las variables (Sampieri et al, 2010, p.161)". Todos estos diseños poseen diferentes estructuras que le permiten al investigador elegir el tipo de investigación que se relacione con el trabajo que se está investigado, cada investigación es diferente ya sea por las herramientas para recolectar información que presente o las hipótesis que pida pero, todas las investigaciones permiten realizar estudios y buscar soluciones.

La investigación sobre factibilidad para la creación de una microempresa de helados naturales de jackfruit es de diseño transeccional descriptivo porque el problema que se está planteando en el presente trabajo es de proceso práctico, evaluativo y análisis estadístico que permitirá obtener información necesaria a base de estudios y preguntas sobre la aceptación del nuevo producto jackfruit y los efectos que causan los ingredientes artificiales, en productos procesados. Además este proceso servirá para confirmar que las mipymes dedicadas a la producción de helado artesanal poseen un buen desenvolvimiento por ser ventajosas en el mercado ya que generan ingresos.

Tipo de Investigación

"Este tipo de estudio se lo puede clasificar por la manera de recolectar información como: (a) documental, (b) de campo, (c) básica " (Palella y Martins , 2014, p.88). La primera realiza estudios en base a la información obtenida de libros, revistas periódicos o alguna fuente que le permita tener estudios sobre el tema, solo se basa en esas herramientas literarias. La siguiente es la investigación de campo, esta permite recolectar información en un campo real (natural), obtenida de personas o grupo de personas para solucionar un problema y no se manipulan las variables. Por ultimo está la básica, este estudio se lo trabaja en laboratorios, se enfoca en el conocimiento científico y la teoría leída o existente la transforma.

Varios estudios (Arias , 2006; Palella et al., 2014, p.31,88) indican que la investigación de campo permite al investigador realizar estudios en el sector real donde ocurre la problemática que puede ser de cualquier índole sin cambiar variables porque pierde el interés natural en los hechos. Además se adapta a los niveles exploratorio descriptivo y explicativo

Para el diseño de este proyecto se usa la investigación de campo porque en base a los criterios anteriores de autores, se estará en contacto con áreas reales (campos o sectores). Es decir que se podrá interactuar con personas para recolectar información y opiniones del nuevo producto en el mercado. Este experimento permite obtener resultados válidos y actuales sobre el estudio en un momento determinado.

Alcance de la Investigación

El alcance constituye a una causalidad, y no se lo debe confundir con los tipos de investigación porque, los alcances se relacionan con la estrategia de investigación ya que estas presentan distintos estudios o procesos. Entre ellos se pueden nombrar el exploratorio, correlacional, descriptivo y explicativo (Sampieri et al , 2010, s.p).

El explicativo, se encarga de explorar temas que han tenido poco estudio, mientras que el descriptivo, busca características en cualquier estudio o análisis, que permitan recoger información individualmente en un sector.

Esta investigación es de alcance exploratorio y descriptivo, porque se está estudiando una fruta que es poco conocida en el mercado, para crear un producto innovador, además esta fruta no tiene muchos estudios en el país, por la falta de conocimiento que tienen las personas por el jackfruit. También, se lo considera como descriptivo, porque se recoge información independientemente con ayuda de herramientas como la encuesta que se realizó en el sector de estudio (Bastión Popular). El alcance de tiempo para esta investigación es de 5 meses desde octubre del 2016 a febrero del 2017.

Las predicciones que se establecieron en el presente trabajo de titulación fueron para el año 2018, ya que la microempresa "La casa del Gelatto" s.a debe contar con una amplia gama o portafolio de productos, que se puedan ofrecer en el mercado, atrayendo a nuevos consumidores y negociando con posibles proveedores ofreciendo un producto de calidad, cumpliendo con las normas y reglamentos en Ecuador. Usando maquinarias de última tecnología para su elaboración, creando más productos innovadores de fruta natural que aumenten las ventas en el campo nacional, fuentes de empleo y otros posibles productos mezclados con esta y otras frutas no tradicionales, convirtiéndose en pionera de helados artesanales en el país.

Muestra

En esta etapa se elige a una pequeña población para realizar el estudio una vez obtenida la información, se procede a mostrar los resultados estadísticos obtenidos. Como señalan algunos autores Sampieri, Fernández, y Baptista (2010) "La muestra se la realiza a un pequeño conjunto o grupo de personas del cual se obtiene información o datos. En este estudio no es necesario recolectar información de todo el universo solo de una pequeña zona geográfica" (p. 176).

Tipos de Muestreo

Existen diferentes tipos de muestra entre ellas se explican las siguientes: (a) muestreo probabilístico y (b) muestreo no probabilístico" (Sampieri, et al., 2010, p.176). El probabilístico estudia una pequeña muestra de la cual se conoce el tamaño o cantidad de una población geográfica, en este proceso cualquier persona que esté dentro del campo de estudio puede ser parte de la investigación o ser escogida de

manera aleatoria. En cambio el no probabilístico puede tener relación con la anterior pero este se basa en las características que debe cumplir una persona de la población para participar en la evaluación ya que la información o estudio se especifica lo que está buscando y eso se debe relacionar con la persona para que sea válido.

El tipo de muestra que se usa en este proyecto es probabilístico porque las personas que pertenecen al sector del estudio, cualquiera de ellas pueden ser elegidas para participar en el investigación, no es necesario que cumplan ciertas características solo que formen parte del grupo para poder realizar la investigación. Además afirma que " la muestra probabilística es fundamental en la investigaciones transeccionales de cualquier tipo ya sea descriptivo o causales" (Kalton, Heeringa , 2003 ; Sampieri et al , 2010 ,p.177).

Cuando se identifica el campo de estudio es necesario usar técnicas matemáticas para poder calcular el tamaño de una muestra y se usa la siguiente fórmula:

Tabla 6

Fórmula para Población Finita

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + z^2 p \cdot q}$$

N= Universo

z= Nivel de Confianza

e= Error de estimación

p = Probabilidad a favor

n= Tamaño de la muestra

q= Probabilidad en contra

Nota. Recuperado del libro de Metodología de la investigación de la investigación. Sampieri, Fernández, y Baptista 2010.

Se utiliza esta fórmula porque se conoce la cantidad o número de habitantes de la población de Bastión Popular según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) la población posee alrededor de 53632 habitantes (s.p).

Tabla 7

Datos de la Muestra			
Z=	95%	1,96	
N=	53632		$(1,92)^2 * 53632 (0,50)(0,50)$
P=	50		$(53632)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50)(0,50)$
q=	50		
e=	0,05%		$\frac{52559,36}{135,06}$
			382 Encuestas

Nota. Elaborado por Autoras del proyecto.

El resultado de la muestra incluye personas de ambos sexos de todas las edades de la parroquia Bastión popular. Para mayor seguridad en los datos también se usó la herramienta “NetQuest que permite obtener el resultado de manera digital.

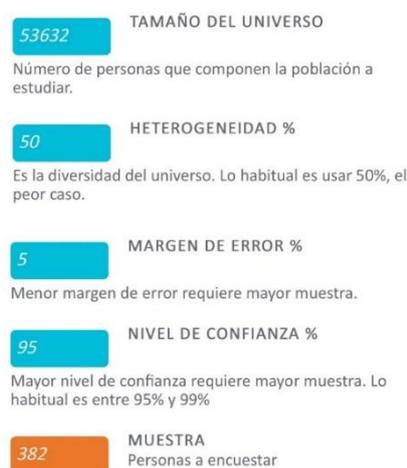


Figura 19. Cálculo de la Muestra

Nota. Recuperado de NetQuest

Técnica Recogida de Datos

Se podría decir que es un instrumento que permite obtener datos, en pocas palabras son las distintas maneras que el investigador aplica para recoger información. " La herramienta que se utilice debe mostrar confiabilidad y validez en la investigación" (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010, p. 158). Existen muchas herramientas que se pueden usar pero las principales son: (a) la observación, (b) la encuesta, (c) la entrevista y (d) la prueba.

La Observación: como su palabra lo indica, observa el campo que se va a estudiar y saca sus propias conclusiones. Según Palella y Martins (2014) el hombre con ayuda de los sentidos capta la realidad , lo que existe en su alrededor, después obtiene toda esa información y la organiza el uso del sentido es una herramienta primordial en la actividad científica o práctica (p. 115). También existen dos tipos entre ellas se encuentran la observación directa , es cuando el investigador está en contacto con el campo real y obtiene personalmente sus respuestas mientras que , la indirecta se basa solamente en la investigación que se obtuvo por fuentes o estudios .

La Encuesta: es una técnica que permite tener información de varias personas por medio de preguntas formuladas que son entregadas a personas, es anónimo no se exige que la persona ponga sus datos, por lo general este tipo de preguntas se lo realizan en sectores específicos. Para realizar esta encuesta se debe tener conocimiento de la investigación que se va a plantear y determinar el campo donde se va a realizar la investigación.

La Entrevista: este procedimiento se lo realiza a una persona, ambas personas se encuentran frente a frente, se procede a la contestación de las preguntas, además, establece un diálogo entre el entrevistador y el investigador.

Las Pruebas: son pruebas evaluativas, miden el nivel de entendimiento o aprendizaje que tiene una persona en un tiempo determinado, esta técnica es muy usada.

Es preciso utilizar una escala de medición en las herramientas, esto se establece en las preguntas, la medición puede presentar jerarquías, rangos etc. Entre ellos se puede nombrar los siguientes niveles:

Escalamiento tipo Likert: Fue creado por Rensis Likert, este procedimiento permite establecer ítems de afirmaciones y juicios. En el cuestionario la persona puede contestar cualquier escala de medición, que puede establecerse por medio de número o niveles . Cuando la persona ya termina las preguntas se puede obtener la puntuación de cada una de ellas (Sampieri et al , 2010, p . 153).

Escala de Osgood o Diferencial Semántico: consiste en adjetivos que califican a las actitudes del estudio como: Justa o injusta de esta manera la persona podrá calificar lo que se establece.

Tipos de Enfoques

Enfoque cualitativo: permite recolectar datos sin la necesidad de usar métodos numéricos para sacar conclusiones o afirmar una hipótesis, mientras que el enfoque cuantitativo es todo lo contrario, necesita el uso de herramientas de medición para obtener información y aprobar una teoría.

Enfoque mixto: es la mezcla de las dos teorías pero para trabajar en este enfoque es necesario obtener suficiente información cualitativa y cuantitativa en base a las afirmaciones de (Sampieri et al, 2010) ambos enfoques son buenos y pueden ser usados dependiendo del tipo de estudio que el investigador realice.

El enfoque que se utiliza en este proyecto de titulación es de tipo cuantitativo es el más usado para obtener para obtener información exacta, confiable y valida en un estudio porque permite observar, mostrar resultados estadísticos y porcentajes de la investigación, para comprobar el grado de aprobación que tendrá un proyecto. (Gómez,2006; Namakforoosh,2005; Sampieri,1995,p.5).

El instrumento que se adapta a esta investigación es la encuesta ya que se obtendrá información por medio de preguntas tipo cuestionario, esta herramienta permite recoger datos personalmente. Para el autor Iraossi (2006) posibilita evaluar la información por medio de un cuestionario y es necesario calcular el tiempo que se toma para obtener el resultado (p.90).

Las preguntas que conforman la encuesta son de tipo cerrada porque son fáciles de responder, las personas no tienen que esforzarse mucho en pensar el

tema, además toma muy poco tiempo en contestar. Por otro lado el autor Burnett (2009) define que si el investigador trabaja con preguntas cerradas permite eliminar un poco la confusión que posiblemente genere un cuestionario (p.221).

El tamaño del cuestionario es preferible que no sea tan corto, ni tan largo por ese motivo se estableció un cuestionario a base de 12 preguntas referente al tema de helado jackfruit, el tiempo que se tomó para recolectar la información y obtener los resultados es aproximadamente 5 días, porque se debe realizar conteos, crear tablas, sumatorias y esto depende generalmente de la cantidad de encuestas que se realice.

Todas las preguntas que se establecieron fueron contestadas pero surgieron problemas en las encuestas realizadas en el Parque California porque no es permitido hacer ese tipo de estudios en una tienda comercial por esta razón las encuestas se realizaron dentro de los locales y fuera, para evitar el llamado de atención de los guardias.

Análisis de Datos

En esta sección, se determina las herramientas y los programas que fueron utilizados para recolectar y analizar la información, la técnica fue cuantitativa, porque los datos obtenidos fueron mostrados por medio de gráficos , además se recolecto información por medio de las encuestas, para exponer estos resultados se usó el programa de Microsoft Excel 2017. Asimismo, se empleó el sistema Microsoft Visio para crear la estructura del proceso de producción . Para culminar con este tema se empleó CampTools , para crear el modelo de las vertebraciones del marco teórico.

Capítulo I

REVISIÓN DE LA LITERATURA SOBRE LA FRUTA Y DE LOS PROCESOS DE ELABORACIÓN DE HELADO

1.1. Historia de la Fruta Jackfruit

El JackFruit, Jaca, Pana pen, Jack o también llamado con su nombre científico Artocarpus heterophyllus es una fruta proveniente de las selvas del suroeste de la

India concretamente es la fruta nacional de Bangladesh y su característica es similar al de una sandía grande ya que más o menos mide de 30 a 90 cm de largo debido a su dulce sabor, rápidamente se extendió a toda Asia y en otros países de América Latina. Según Elevitch (2006) "Jackfruit es conocido como jaca o panapèn y es originario de la India en la provincia de Malaca "(sp).

La fruta es grande y se la considera como fruta record por su peso de 35 kilos. En su interior la fruta es un poco similar a una chirimoya pero en versión enorme, dentro de la fruta se encuentran pequeños bulbos de color amarillo y para poder consumirla se debe sacar la semilla que se encuentra en los bulbos. La fruta es muy suave por dentro que permite sacar de manera fácil la semilla con la mano sin problema, esta semilla también se la puede consumir tostada y puede tener el sabor del maní. En Bangladés las semillas las ponen al sol y las fríen.

Cuando la fruta está madura tiene un olor poco favorable, pero cuando la fruta está en ese periodo se usa para preparar postres porque tienen un exquisito sabor, por fuera el fruto es verde y cuando madura toma color marrón. El jackfruit contiene látex que lo hace un poco pegajoso por eso es recomendable usar aceite comestible antes de abrirlo para que el látex o goma no se pegue en las manos, esto es usado en otro países como pegamento o de uso medicinal como en jarabes. La madera de este árbol es de color amarillo, como es muy buena y llama la atención su color es usado para la elaboración de instrumentos de música y mueblería, mientras que el látex de la fruta se utiliza como pegamento.

La jaca tiene un sabor muy agradable con una mezcla de melón con sandía o durazno, guineo tal vez, es un sabor de varias frutas combinadas. Las cosecha de jaca no toleran la sequía, el árbol crece todo el año lo cual es muy beneficioso, pero los meses que los agricultores aprovechan son de Febrero a Julio, porque el arbusto empieza a desarrollar más frutos, algunos suelen ser más grandes, pueden llegar a pesar 35kilos y medir un metro pero con el pasar de los días la fruta cambia su tonalidad por amarillo bajo, eso significa que está lista para comer.

Para agregar, el árbol es muy fuerte porque soporta el peso de estos frutos cuando empiezan a crecer en forma de racimos y puede producir alrededor de 250 frutos de panapen (jackfruit).

Jackfruit no solo es deliciosa, sino que posee propiedades nutritivas, también es rica en energía, fibra dietética, minerales y vitaminas sobre todo es libre de grasas saturadas o colesterol por lo que es una fruta saludable para comer. El jack es una excelente fuente de vitamina C con un alto contenido de 13,8 mg por 100 gramos que resulta ser mejor antioxidante que otros compuestos como: metanol y etanol es decir que produce muy buena energía al cuerpo.

En Ecuador existen diferentes lugares en donde se cultiva esta fruta pero el área de producción que se considera más atractiva para el proyecto, se encuentra en la ciudad de Guayaquil en el cerro de Mapasingue en donde hay un huerto con seis árboles y 30 plantas pequeñas, mientras que la otra parte de la pequeña producción se siembra en la zona de Quevedo (Los Ríos) Napo, Sucumbíos, Orellana, En la vía a La Maná (Cotopaxi) pero en esa zona el cultivo es para el consumo familiar. Las personas puede preparar este fruto de diferentes maneras como en ensaladas, mermeladas y en jugos. De acuerdo a la información sobre los cultivos de la Amazonia en Ecuador, se recomienda que los cultivos esten en temperaturas medias entre 23- 28c "(p.109).

Tabla 8

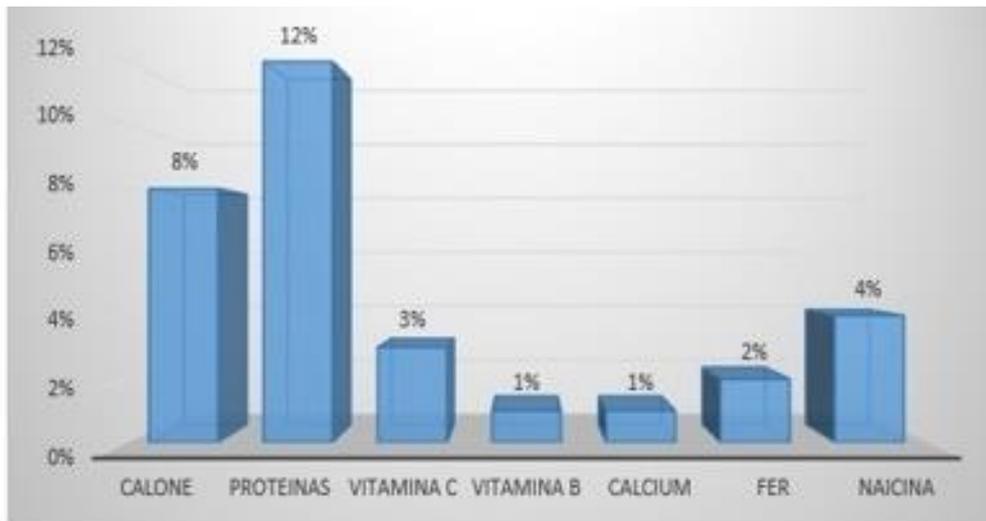
Contenido Nutricional de la Pulpa Jackfruit (100g pulpa)

Componentes	Unidad	Valor
Humedad	g	73,200
Proteínas	g	2,500
Extractos no nitrogenados	g	18,600
Fibra	g	4,200
Calcio	g	0,112
Energía	Kg	100
Carbohidratos	g	24.0
Vitamina C	mg	6.7
Vitamina A	iu	297

Nota.Lab. De Nutrición Facultad de Ingeniería Agronómica y Medicina. Universidad central del Ecuador año 2000.

Según el Instituto Eco Desarrollo Regional Amazónico (ECORAE, 2001) jackfruit es nutritiva porque tiene componente vitamínico A y B, 15 A 23% de carbohidratos, calcio y fósforo al igual que la semilla que tiene más de 5% en proteína y 23% en carbohidratos (p.110).

Gráfico 7. Nivel de Nutrientes del Jackfruit



Nota. Recuperado de la Gastronomía (2005)



Figura 20. Fruta Jackfruit

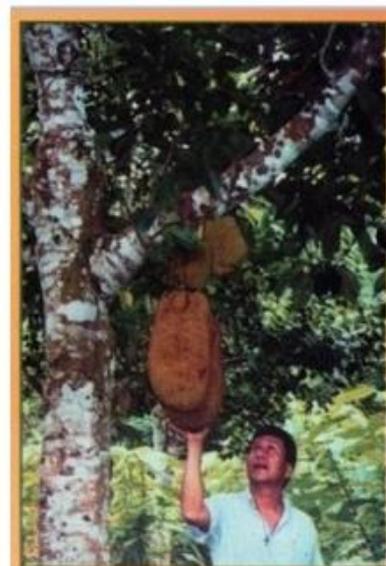


Figura 21. Plantaciones Jackfruit

1.2. Procesos de elaboración de helado

Para elaborar el helado de jackfruit se necesita la máquina de pasteurizado que permite cocinar los ingredientes o la leche, esto libera la leche de cualquier tipo de virus, después la mezcla debe reposar un poco para pasar al proceso de mantecado, con la ayuda de esta máquina la mezcla se vuelve más cremosa. Cuando esto sucede se procede a el batidor de temperatura (máquina de frio) este es el último paso, después se espera alrededor de dos horas o menos dependiendo de la temperatura que se coloque para tener el helado de yaca.

A continuación se muestran los ingredientes que serán utilizados para la elaboración de helado artesanal de yaca.

Ingredientes (1 litro de helado)

- Yaca (10 bulbos)
- Media cucharadita de leche condensada (opcional)
- 1 taza de leche
- 1 taza de leche evaporada



Figura 23. Máquinas de helado



Figura 22. Ingredientes para el helado

1.3. Preparación

Lo primero que se necesita es el ingrediente principal : la yaca (jackfruit) cuando se realice la selección de la fruta se debe tomar en cuenta que esté madura y si no lo está dejarla de un día a otro para que se madure, después que se haya escogido la fruta se parte por la mitad y se comienza a sacar todas las semillas o bulbos con una cuchara , una vez finalizado este paso se colocan las semillas de yaca, que se sacaron anteriormente en la licuadora. Luego se agrega una lata de leche evaporada y media taza de leche condensada, esto es opcional ya que la yaca es una fruta dulce, también se añade media taza de leche. Por ultimo se coloca toda la mezcla en un recipiente y se la lleva al congelador, es preferible esperar dos horas, después se retira la mezcla de la nevera y se la empieza a batir esto se hace repetidamente hasta que tenga una textura cremosa.



Figura 24. Helado de Yaca

1.4. Matriz Pestal

Político

La situación política del país, desde hace mucho tiempo se ha encontrado inestable y ajetreada por eventos políticos y sucesos que han tenido un manejo ineficiente y estático por parte del gobierno, provocando deslealtad en el estado.

En la actualidad, la oposición arremete contra el gobierno, basándose de errores negativos que afectaron o perjudicaron de manera directa e indirecta al pueblo y al comercio Ecuatoriano. Por esos motivos, los aspirantes a la candidatura plantean ideas de solución para el país en las próximas elecciones 2017.

En relación a los acuerdos, el Ecuador ha firmado varios acuerdos comerciales con distintos países Europeos y vecinos que han permitido expandir la producción y competir en otros mercados con el fin de mejorar el desarrollo económico y social en el país.

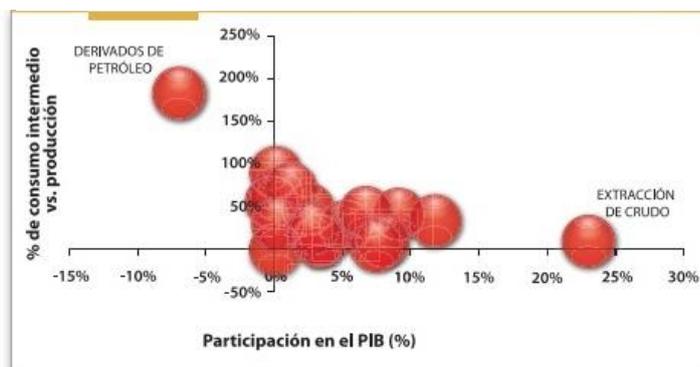
Económico

El sector económico en el país cuenta con algunos elementos que permiten obtener capital entre ellos están:

PIB (Producto interno Bruto)

Como plantea el investigador Prado (2016) solo existen dos sectores que poseen una alta participación y generan más riquezas en el PIB. El petróleo y derivados del Petróleo.

Gráfico 8. Participación del PIB Ecuador



Nota. Recuperado de la Revista de Ecuador en Cifras, 2016

Esto ocurre porque el gobierno se enfoca o trabaja más en sectores que tienen un alto nivel de participación y más ganancias, como el petróleo y sus derivados, mientras que los otros sectores como: la producción y la manufactura muestran niveles bajos es decir, poca atención. Hoy en día el Petróleo ha sufrido una caída de precios lo cual afecta al país porque el crudo producía más presupuesto para

gobierno e ingresos es decir que el gobierno deja de recibir alrededor de 80. Millones de dólares (Velazco, 2016. s.p). Esto provoca un aumento de déficit en el Ecuador por lo tanto el estado se ve obligado a buscar otro tipo de financiamiento para el país y es allí donde nacen las negociaciones, y préstamos con otros países como China y el Fondo Monetario Internacional para usar ese dinero en el financiamiento de zonas productivas.

Por ese motivo, el estado ha decidido apoyar a las exportaciones y aumentar la producción para el cambio de la matriz productiva para ayudar a elevar un poco los ingresos hasta que se estabilice o mejore la situación petrolera. Esto beneficia a la empresa de helados artesanales jackfruit porque, el estado está buscando aumentar la producción y nuevas ideas que permitan crear algo nuevo y bueno.

Referente a lo anterior, esta situación ha llevado al gobierno a optar otras medidas una de ellas son los subsidios a las actividades, restringir las importaciones, y colocar impuestos del 14%, para poder tener ingresos y capital.

IED (Inversión extranjera directa)

De acuerdo con la comisión económica para América latina y el Caribe (CEPAL, 2016) la inversión extranjera directa en el país, aumento un 89 % a pesar de tener un PIB bajo. El aumento se obtuvo en los sectores de recursos naturales y manufactureros. Como menciona el CEPAL (2016) los mercados de alimentos y bebidas han despertado, el interés de varias empresas extranjeras, entre ellas se encuentran empresas latinas y estadounidenses que planean invertir más dinero en el país (p.44). Por otro lado, en el mes de octubre el sector petrolero ha recibido diversos contratos de empresas, incluso se podría decir que, las compañías quieren trabajar en nuevas reservas petrolera (CEPAL, p.45).

Impuestos

Frente al reajuste de impuesto el gobierno implanto una tasa del 14% en el país este cambio afecta un poco al país porque los precios de los productos suben y las empresas deben pagar un poco más a los trabajadores. Pero esta tasa no aplica a los sectores alimenticios y a la salud. Lo cual resulta ser un poco ventajoso para la nueva empresa que se está planteando en el trabajo de titulación porque se adquirirá

la materia prima, en este caso la fruta al precio normal es decir que el precio no va a aumentar por la nueva tasa.

Nivel de desempleo

En base a los reportes del Fondo Monetario Internacional (FMI, 2016) el año pasado Ecuador tuvo una tasa del 4,77% pero este año la cifra aumenta a un 5.74% de desempleo. Además el FMI afirma que con la caída del barril de petróleo, pudo existir recorte de personal ya que las empresas perjudicadas no pueden pagar un sueldo porque, no producen y si lo hacen ganarían muy poco. Señala la directora del FMI (Lagarde , 2016) que existe la posibilidad de que el estado dependa del financiamiento externo, además considera que los factores pesimistas son la caída del petróleo, la poca competitividad por la apreciación del dólar y difíciles condiciones de financiamiento (s.p).

Este tema podría perjudicar a la empresa de jackfruit porque se está manejando una moneda que no pertenece al país, y por lo tanto podría crear problemas a futuro como una apreciación del dólar que provoca el aumento de precios en los productos y hace que pierdan la oportunidad de competir en el mercado ya que el consumidor en el extranjero optaría por buscar un producto económico.

Social

A pesar de presentar dificultades en el ámbito económico el estado ofrece ayuda social al país con el bono de desarrollo humano permitiendo a las mujeres de bajos recursos ofrecerles apoyo económico especialmente a los niños para que tengan un control en la salud y brindarles oportunidades para ir a la escuela. La Ministra Carrión (2012) afirma que el 15% de alumnos que ingresaron a la universidad pertenecen a familias que reciben el bono (s.p) . Según la cifra de 2.235% citada por la ministra, mostraron el número de discapacitadas que gozan de esa ayuda.

El gobierno se preocupa por el trabajador porque lo ampara y obliga a las empresas de cualquier sector público o privado a cumplir con el seguro para el empleado. También apoya a pequeñas empresas, ofrece préstamos para que la persona pueda emprender un negocio propio y ese préstamo de igual forma se aplica

a cualquier persona que quiera casa propia pero este trámite se lo realiza siempre en los bancos, bajo los requisitos que se dicten.

El estado siempre piensa en la salud y se preocupa por los alimentos que consume la población tanto así que puso etiqueta en los productos para que el consumidor sepa lo que compra. En el país se consume un gran porcentaje de fruta y verdura, esto se debe a que las personas buscan nutrientes y alimentos que sean buenos para el organismo.

En el sector empresarial, el gerente se preocupa por el trabajador porque recibe charlas sobre precauciones y uso de equipo si se trabaja en industrias que se encarguen de producir productos con químicos, gas u otro tipo de materia prima que podría perjudicar a la salud de una persona en su proceso de fabricación.

Incluso, la asamblea debate estrategias para que la persona pueda recurrir a clínicas privados no solamente al IESS, porque esta institución puede estar escasa en medicamentos. "En el 2007 en el sector de la salud se invirtió 586 millones de dólares y en el 2015 se aportó 2.000 millones"(Peñafiel, 2016. s.p).

Tecnológico

El estudio en este sector ha evolucionado para bien, esta investigación que señala el Instituto nacional de investigaciones agropecuarias (INIAP, 2016) permitió, el desarrollo de dos clones de cacao en Ecuador para generar más producción en el sector agrícola, esto presenta beneficios en la matriz productiva, la persona ahora podrá producir el doble (s.p).

De igual manera, también se investiga en la multiplicación de las semillas de papa producidas en invernaderos para entregar, esta semilla al sector agrícola (Ministerio de agricultura y ganaderia , 2016. s.p).

En el ámbito tecnológico el Instituto Ecuatoriano Intelectual (INIAP, 2016) se podría decir que se experimenta con frutas y legumbres que poseen altos nutrientes como: el frejol para que mejore la genética y resista a los cambios climáticos, de esta manera el cultivo no se verá perjudicado (s.p).

Respecto al anterior tema, en Ecuador se trabaja con equipos de última tecnología para producir o investigar cualquier plantación y creación de un producto, la empresa aplica estas herramientas para competir en el mercado y tener mejor producción, ganar tiempo y dinero.

Legal

Para los aspectos legales el estado dicta las siguientes leyes:

La ley de la herencia

Este mecanismo optado por el presidente genera más impuestos para la sociedad, porque las personas que poseen herencias alrededor de 35 mil o más deben pagar una tasa de impuestos de 2,5, este porcentaje aumenta y depende del valor de la herencia. (la comisión de regiones económicas, 2015, s.p).

El gerente del banco nacional (Villalba, 2016) menciona lo siguiente “ como las tasas que se aplican a las herencias son muy altas, las empresas tienen un proceso lento en la inversión o simplemente dejan de invertir porque pagan mucho dinero”(s.p). Esto provoca el aumento de desempleo. Además los sectores que se perjudican son las empresas familiares que contribuyen con un 75% de empleo, y sobre todo las actividades que se realizan en este sector ayudan a la economía del país.

Plusvalía

Es el impuesto o cuota que una entidad o persona debe pagar, cuando es propietario del terreno, también cuando es vendido o heredado.

Por otro lado, la empresa o microempresa debe cumplir normas para establecer un negocio y vender productos, uno de los requisitos es el permiso de funcionamiento emitido por el municipio, además la pequeña sociedad debe pagar impuestos establecidos por el SRI.

Leyes en el Sector Ambiental

Los ciudadanos tienen derecho a vivir en un ambiente sano y libre de contaminación, esta ley está relacionada con todas las actividades y normas

ambientales establecidas en los sectores empresariales que se encargan de fabricar materiales contaminantes o tóxicos.

Estudios realizados por el INEC (2016) dan a conocer que “el 80% de empresas en Ecuador no invierten en la producción ambiental “.Mientras que el 61,4% se preocupa por este tema (s.p).

Estas empresas crean producción ecológica y estrategias para ahorrar luz o agua entre ellas se encuentran:

Las empresas Paco, que ofrecen productos ecológicos para cooperar con el medio ambiente, otra empresa es la Fabril que impulsa el uso de residuos de palma, para la producción de combustible y abono orgánico. También Nissan ayuda al medio ambiente con el sistema Pure Drive que permite un menor consumo de combustible. Por otro lado se encuentra la empresa Toni que ofrece charlas de capacitación a los ganaderos para el cuidado de los animales y del suelo. Por último, las empresas como Hyundai utilizan luz natural ya que sus oficinas cuentan con vidrios y además en temporada de lluvia utilizan esa agua para la limpieza. Empresas de cualquier índole cooperan con el medio ambiente en especial las privadas de cualquier sector porque se crea una producción de materia prima ecológica, reciclan, y plantan árboles para ayudar a la naturaleza (Matamoros & Cardenas, 2015, p. 19).

Este tema beneficia a la empresa de helados Jackfruit porque el producto que se produce no contamina y eso brinda una ayuda al medio ambiente además estas empresas aplican las siguientes normas: “La Organización Internacional de Normalización (ISO) 14000 es un sistema que permite reducir los impactos ambientales y la ISO 9000 que es una norma para el sistema de gestión de calidad” (Matamoros et al , 2015, p.23).

ANALISIS PESTAL

Político	inseguridad e inestabilidad en el gobierno estrategias planteadas por el estado han perjudicado al sector economico Nuevas ideas y soluciones para la economia (aspirantes a la candidatura) Acuerdos con otros paises que permiten expandir la producción
Económico	Aumento del deficit (caída del barril de petroleo) Aumento de las exportaciones Reajuste de impuestos y restriccion de importaciones Aumento de inversion extranjera Tasa de desempleo alta
Social	Bono de desarrollo Humano (ayuda social) prestamos para pequeñas empresas (por parte de los bancos) Preocupacion por la elaboracion de alimentos Seguro de empleados Charlas de capacitacion para el personal (empresas)

Tecnológico	Avances Tecnológicos estudios e investigaciones que permite clonar la produccion Manipulacion de Nueva Maquinaria
Legal	ley de la Herencia ley de Plusvalia requisitos para fabricacion de los productos Permisos para vender y establecer una empresa
Ambiental	Empresas que no invierten en produccion el sector privado establece estrategias en este campo Presentacion de productos ecologicos Norma ISOS Cooperacion con el medio ambiente

Figura 25. Análisis PESTAL

Nota. Instituto Nacional de Investigación Agropecuarias (2010)

1.5. Matriz FODA

FODA proviene de las siglas en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats); esta herramienta permite evaluar todas las fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas. También es utilizado con la única finalidad de conocer la situación actual en la que se encuentra una organización y en base al análisis realizado se tomara decisiones para mejorar la condición de la empresa.

Según Thompson (1998) menciona que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo es decir, las oportunidades y amenazas (sp).

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">-Se ofrece un nuevo producto a base de yaca.- Los helados que son hechos a base de jackfruit tienen vitaminas y poseen un alto nivel de nutrición.- La fruta puede tratar enfermedades: diabetes y colesterol.- El producto es natural, no contiene ingredientes artificiales.- Materia prima de calidad y tecnología de punta.- Precios accesibles.- Personal altamente calificado.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">- Hay de plantaciones de yaca en la ciudad.- Acceso a crédito bancario- Ausencia de competidores directos- Los carritos de helado estarán en un sector con alto movimiento comercial.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">- Desconocimiento de la yaca (jackfruit) en el mercado.- Lealtad de los consumidores por los productos reconocidos y sustitutos.- Falta de capital para empezar la producción.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none">- Desbalance en la economía.- Innovación en productos.- Aumento de impuesto.- Plagas que afectan a la producción (jackfruit).- Productos similares.

Figura 26. Matriz FODA

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

1.5.1. Estrategia FOFA-DODA

Una vez determinado el foda de una empresa se procede al análisis de las partes que perjudican a la empresa convirtiéndola en estrategias positivas. Es decir las amenazas se convertirán en oportunidades, con ayuda de las fortalezas se podrá elaborar tácticas para trabajar con las debilidades (Amaya , 2005, p.45). Esta herramienta permite relacionar el campo externo que representa el gobierno, las leyes y las personas etc. con el lado interno que es la compañía.

En el siguiente cuadro se determinan las estrategias de FOFA-DODA para la microempresa de helados jackfruit.

	Oportunidades	Amenazas
FODA	<ul style="list-style-type: none">- Hay de plantaciones de yaca en la ciudad.- Acceso a crédito bancario.- Ausencia de competidores directos.- Los carritos de helado estarán en un sector con alto movimiento comercial.	<ul style="list-style-type: none">- Desbalance en la economía.- Innovación en productos.- Aumento de impuesto.- Plagas que afectan a la producción (jackfruit).- Productos similares.

Fortaleza	<i>Estrategia FO</i>	<i>Estrategia FA</i>
<ul style="list-style-type: none"> -Se ofrece un nuevo producto a base de yaca. - Los helados que son hechos a base de jackfruit tienen vitaminas y poseen un alto nivel de nutrición. - La fruta puede tratar enfermedades: diabetes y colesterol. - El producto es natural, no contiene ingredientes artificiales. - Materia prima de calidad y tecnología de punta. - Precios accesibles. - Personal altamente calificado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar la producción de helados jackfruit en más sectores populares. - Establecer convenios con los supermercados, para la venta de helados. - Innovar la producción de helados de yaca. -Introducir más helados pero de fruta no tradicional como: Araza , Pitahaya etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promocionar los ingredientes o alguna característica que diferencie al producto de la competencia. - Buscar líquidos que no contengan muchos químicos, para el cultivo. - capacitar a los productores de la fruta yaca. - Exportar la producción.
Debilidades	<i>Estrategia DO</i>	<i>Estrategia DA</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento de la yaca (jackfruit) en el mercado. - Lealtad de los consumidores por los productos reconocidos y sustitutos. - Falta de capital para empezar la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> -Tramitar con Agentes financieros para acceder a créditos. - Analizar a la competencia. - Dar a conocer los beneficios de la fruta. -Ofrecer promociones y aumentar la publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer precios accesibles. -El nuevo impuesto no afecta a las frutas naturales. - Proteger las plantaciones de yaca. -Colocar en los vasitos las ventajas de consumir jackfruit.

Figura 27. Análisis FOFADODA

Nota. Elaborado por autoras del proyecto

1.6. Análisis de la Industria

1.6.1. 5 Fuerzas de Porter

Es un modelo desarrollado por Michael Eugene Porter, esta técnica permite que se realice un análisis externo en cuanto a la rentabilidad de una organización dependiendo en el sector en el que se encuentre, describiendo así los factores que influye en la competencia de una compañía y el nivel de su rendimiento.

El plan de Porter, es el más usado en los negocios porque con la estructura o pasos a seguir, un futuro emprendedor podrá desenvolverse o manejar su empresa, y será capaz de identificar las ganancias que produce el negocio (Porter, 1999, s.p).

En otro de sus libros Porter, (1980), menciona que, existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste (sp).

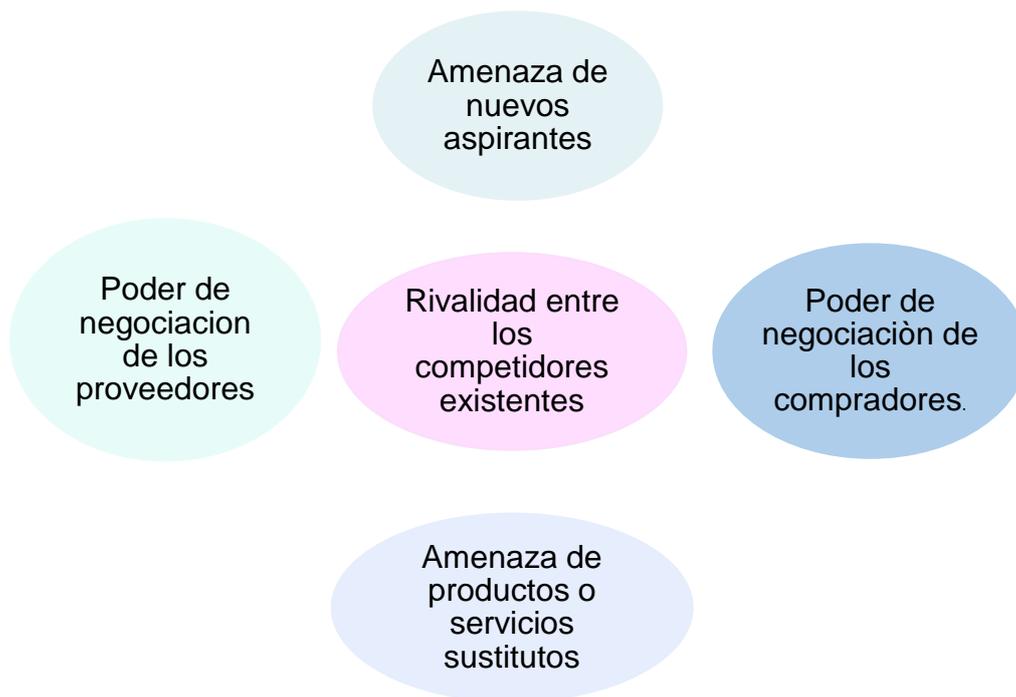


Figura 28. 5 Fuerzas de M. Porter.

Nota. **Recuperado del libro** Ser Competitivo
Autor. Michael Porter, 1980.

Las variables a consideración son:

Amenaza de Entrada de Competidores.

Las nuevas empresas de helados artesanales al momento de lanzar su producto al mercado desean adquirir mayor participación dentro del sector en el que se encuentran, y desde ese instante la amenaza de entrada de competidores es más grande porque habrá una guerra de precios bajos entre dichas organizaciones.

A medida de que exista, una amplia gama de mercadería, de igual o similar fabricación, siempre habrá competencia entre distintas compañías por eso, algunas empresas ponen su producción a precios económicos, cuanto sienten amenaza por parte de su rival.

Actualmente en el país, existen muchas empresas que se encargan de fabricar helados artesanales, pero trabajan con frutas comunes. Estos negocios no se enfocan en la elaboración de frutas no tradicionales, debido a la falta de conocimiento. Con respecto a lo anterior surge una oportunidad para la empresa en producir y comercializar helados a base de diferentes frutas no tradicionales una de ellas es el jackfruit o yaca . Hoy en día en Ecuador las personas tienen la posibilidad para empezar un negocio porque existen programas del gobierno que ayudan a los emprendedores. Para evitar que la competencia introduzca productos similares se debe estar en constante innovación en la producción de helados artesanales de jackfruit de esta manera se puede evadir a la competencia.

Como afirma Porter (1980) las barreras de entrada que crean ventajas competitivas, al trabajar con insumos de calidad y tecnología de punta (s.p) . En este proyecto se aplicará lo mencionado anteriormente para transformar el producto que serán vendido a precios razonables con otro sabor, que en un futuro podrá ser exportado a otros mercados.

Competencia directa

Por ahora el helado hecho a base de jackfruit no tiene una competencia directa, ya que esta fruta no es tan conocida en el mercado nacional y sobre todo porque será un producto innovador en la ciudad de Guayaquil. Sin embargo el mayor riesgo que

existe son los competidores indirectos, por ejemplo: Coco Express que ofrecen un producto similar pero diferente.

Poder de Negociación de los Proveedores

Existen varios sectores en donde se cultiva el jackfruit como por ejemplo en Mapasingue sector que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, también en Quito, Los Ríos, Santo Domingo, Palenque, Putumayo, etc. El problema es que esta fruta no es cultivada con mayor frecuencia ni en grandes cantidades, lo cual genera una variación en los precios además de no abastecer las necesidades del mercado segmentado.

Esto se vuelve complicado ya que la materia prima que es el jackfruit es indispensable y clave para la organización, por lo que los proveedores podrían aprovecharse de esto y establecer un precio elevado dentro de la industria.

Para eludir este tipo de inconvenientes, es necesario establecer un acuerdo con los proveedores de la fruta, para que el precio se mantenga. Aparte cuando los distribuidores de yaca tienen clientes fijos evitan subir el precio de la fruta para no perder clientes. El precio que se establece por la yaca es \$10, pero cuando se compran tres frutas de esta, el precio sería \$20, ellos ofrecen descuentos y promociones.

Poder de Negociación de los Compradores o Clientes

En el mercado Ecuatoriano existen varias opciones de productos que el consumidor puede obtener y antes de adquirir determinado producto toma a consideración algunos factores tales como el precio, la calidad y el sabor.

Los consumidores pueden hacer que el precio del producto varíe debido a que ellos pueden inclinarse a un producto que tengan un menor precio dentro de la industria.

El helado a base de jackfruit es innovador, tiene un precio accesible al consumidor y esto hará que tengan una nueva alternativa de consumo, además de contar con un gran valor nutricional que ayudará a mejorar la salud de quien lo consuma.

Amenaza de Productos Sustitutos

La diversidad de productos sustitutos en Ecuador es alta ya que hay helados hechos a base de otras frutas e incluso uno de los sustitutos podría ser el durazno y la banana ya que la fruta posee una combinación de estos sabores.

Hay una gran variedad de empresas de helado artesanal e industrial en Ecuador, que se dedican a innovar productos para atraer a los clientes e incluso se relacionan con otras compañías, para fabricar el insumo. Ezkurdia (2013) destaca que el helado es un postre delicioso y nutritivo que es aceptado por cualquier tipo de persona sin importar la edad, ya que se puede encontrar en diferentes sabores (s.p) . Una de las amenazas podría ser los Smoothies, los helados de Coco, el de vainilla, y el helado de ron pasas elaborado por las empresas de helado artesanales porque la fruta yaca puede ser combinada con otras frutas, al igual que la vainilla y el coco, pero posee un sabor diferente como al guineo a pesar de tener el color del helado de ron pasas.

Rivalidad entre los competidores

En cuanto a la rivalidad entre los competidores la situación se pone un poco complicada porque existen marcas que fabrican helados parecidos, además de estar bien posicionadas en el mercado cuentan con maquinarias de última tecnología para elaborar dicho productos con mayor rapidez. Ciertos factores hacen que el consumidor tenga mayor inclinación al consumo del producto de la competencia además de que los consumidores siempre elegirán un producto similar a un precio inferior.

A más de esto existe un grado de riesgo de que otras microempresas se dediquen también a la fabricación de helados hechos a base de jackfruit, por lo tanto hará que el número de competidores aumente y que la rentabilidad reduzca.

La microempresa “La Casa del Gelatto” competirá con otras empresas de helado artesanal, llevando una ventaja en la producción e innovación de mantecado. Por esta razón se crearán nuevas estrategias para llamar la atención de los consumidores.

A continuación se muestran las marcas con mayor competencia en el mercado.

Tabla 9

Porcentaje de Participación en el mercado

Marcas	Porcentaje
Pingüino	60%
Topsy	17.6%
Helado artesanal	35%

Nota. Diario el Universo
Elaborado por diario el universo

1.7. Ciclo de Vida del Producto

Este proceso muestra las etapas que un producto tiene a lo largo de su historia, empieza por el inicio del producto y termina con el final, es decir cuando el producto muere. Para muchas empresas es una herramienta que permite analizar las ventas de un producto y establecer estrategias para que no sufra una fuerte decaída y deje de venderse. Se podría afirmar que hay productos que tiene un ciclo de vida lento, y esto se debe al tiempo que tenga un producto en el mercado por ejemplo: En el caso de ropa, el ciclo se mueve muy rápido mientras que para los electrodomésticos es lento, porque puede demorar meses, todos los productos no son iguales (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, p.377). Este estudio está formado por los siguientes pasos:

Introducción

Empieza con el lanzamiento del producto, el cual necesita hacer su primera publicidad por lo general en esta etapa se invierte mucho dinero por varios motivos: uno de ellos es el marketing porque el producto debe ser conocido e indicar los beneficios que posee al consumidor para que genere demanda, también se requiere ofrecer promociones o estrategias para llamar la atención del cliente y pruebe el producto. Otro gasto es la producción, porque se compra maquinaria para elaborar el producto, corregir las fallas o hacer mejoras. Como se había mencionado anteriormente la publicidad es muy importante porque es necesario la comunicación para que

un producto se venda. Además es la primera etapa y en ella las ventas aumentan de manera lenta (Lamb et al., 2011, p.378).

Crecimiento

Si el producto es bueno y aceptable se encuentra en esta etapa, mostrando un alto grado de demanda. Eso crea la entrada de nuevos competidores, además las empresas hacen contratos con las microempresas y se establece una larga relación con los proveedores, es decir que el producto tendrá mucho apoyo y mayor beneficio o utilidad.

Madurez

El producto ya está posesionado en el mercado, esta etapa es la más larga porque las ventas aumentan pero a un porcentaje bajo. Las empresas compiten entre ellas y pueden lanzar el mismo producto pero mejorado o talvez uno nuevo en el mercado.

Declinación

Las ventas bajan, no existe gran demanda del producto y esto surge por el cambio de gusto, y los productos sustitutos, que se presentan en el mercado con un precio más bajo. Además se podría decir que algunas empresas competidoras se retiran del mercado porque el producto no tiene venta.

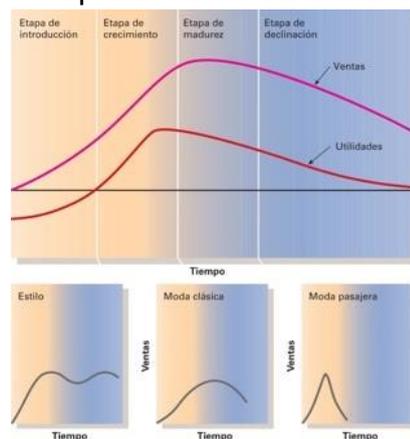


Figura 29. Ciclo de Vida de un Producto

Nota. Libro de Marketing 11e
Autores: Lamb, Hair y MacDaniel ,2011.

1.7.1. Ciclo de vida del Helado Jackfruit

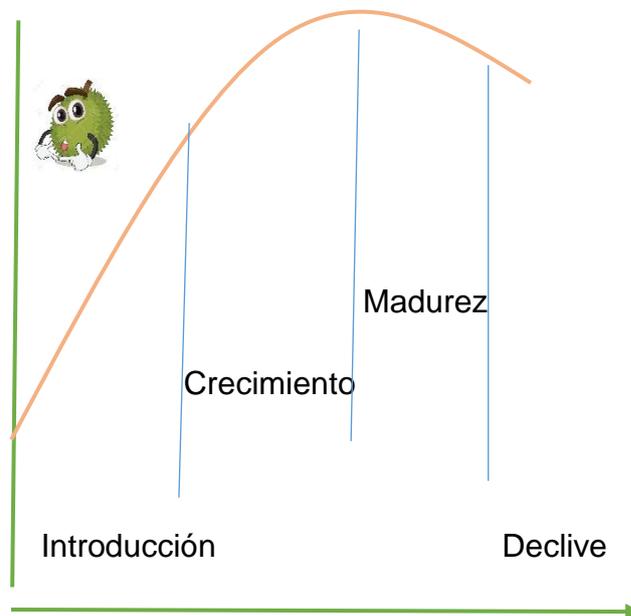


Figura 30. Ciclo de Vida del Helado de Jackfruit

Nota. Elaborado por las autoras del proyecto.

El helado se encuentra en la etapa de introducción, por lo tanto se necesita mucha inversión para darlo a conocer y planear estrategias una de ellas es: establecer relaciones con los proveedores para que lo puedan vender en sus grandes o pequeñas empresas. Otra es ofrecer personalmente pequeñas muestras para que la persona lo pueda consumir y sobretodo ofrecer una promoción por el producto, hasta que crezca en el mercado por último se mejoraría el precio para su consumo.

1.8. Estrategias Predominantes de la Industria

Antes de mencionar las estrategias predominantes de la industria es indispensable explicar a qué se refiere con estrategias, por lo que se está tomando a consideración la definición de algunos autores.

Según Morrissey (1993) define la estrategia se la considera como la dirección que una empresa debe seguir para avanzar y cumplir con su misión (s.p).

Por supuesto, Andrews (1977) recalca que la estrategia es el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas, las políticas y planes esenciales para la consecución de dichos objetivos establecidos de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser (p.59).

Como se puede observar en las definiciones anteriores, la estrategia es un arma importante para la captación de clientes que una empresa debe utilizar y de esta manera lograr que la marca sea reconocida, además de conseguir que el consumidor tenga entre sus preferencias el helado de jackfruit y así satisfacer sus necesidades.

Como el líder en el mercado Ecuatoriano de helados es pingüino y cuentan con mayor tecnología por tal motivo se debe enfrentar con estrategias más eficientes y agresivas, por lo cual se analizarán estrategias de producto, precio, plaza (distribución) y promoción tal como lo dice el Dr. Jerome McCarthy.

Capítulo 2

INDAGAR SOBRE LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

El capítulo 2 permite desarrollar, el ámbito comercial del producto, por medio del análisis de mercado en la parroquia de Bastión Popular y con ayuda de herramientas que permitan al investigador recolectar información para saber si el producto que se va a fabricar cumple, con las necesidad que el consumidor requiere, además él aprueba el producto, incluso brinda información de la competencia como: los precios, o característica de los productos que el cliente consume.

2.1. Análisis de la tendencia (Investigación de Mercado)

Para empezar, este estudio como se había mencionado anteriormente sirve para obtener datos reales, la información que se va a mostrar fue obtenida en el centro comercial Parque California situado en la calle principal de Bastión Popular, el lugar fue escogido por ser un sector visitado y por tener un alto comercio ya que ahí se encuentran muchos negocios. Es más las personas que habitan en ese lugar pertenecen a la clase baja y media (INE, 2010). Se utilizó la herramienta encuestas para entrevistar a las personas y conocer el nivel de agrado sobre el nuevo helado de

jackfruit, este procedimiento fue realizado de manera aleatoria ya que, el centro comercial es visitado por personas de diferentes edades. Por medio de la fórmula de la muestra se obtuvo 382 como mínimo de personas a encuestar, este cuestionario fue elaborado por doce preguntas, y mostro los siguientes resultados:

Gráfico 9. Género



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Gráfico 11. Rango de Edades Hombres

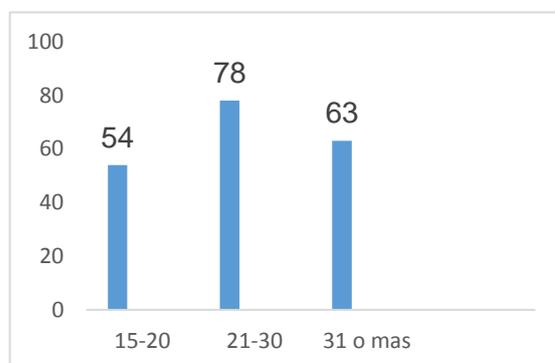
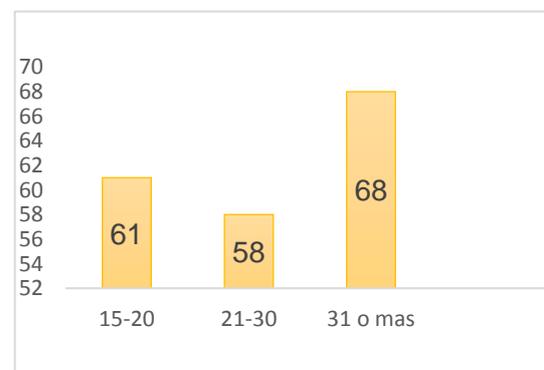


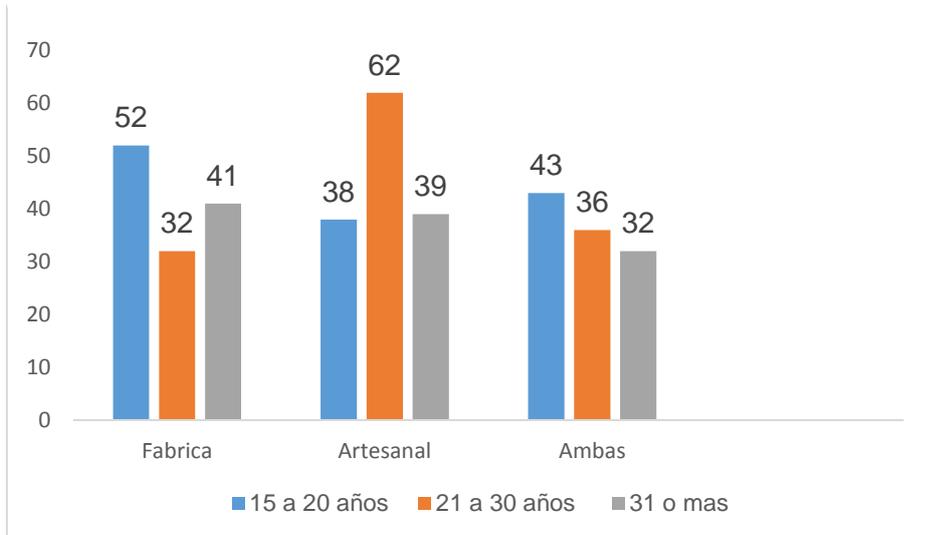
Gráfico 10. Rango de Edades Mujeres



Nota. Elaborado por autras del proyecto. Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

En esta primera grafica se puede concluir que de las 382 personas encuestadas existe un número de 195 mujeres y que tan solo 187 fueron hombres.

Gráfico 12. ¿Qué tipo de Helado consume?



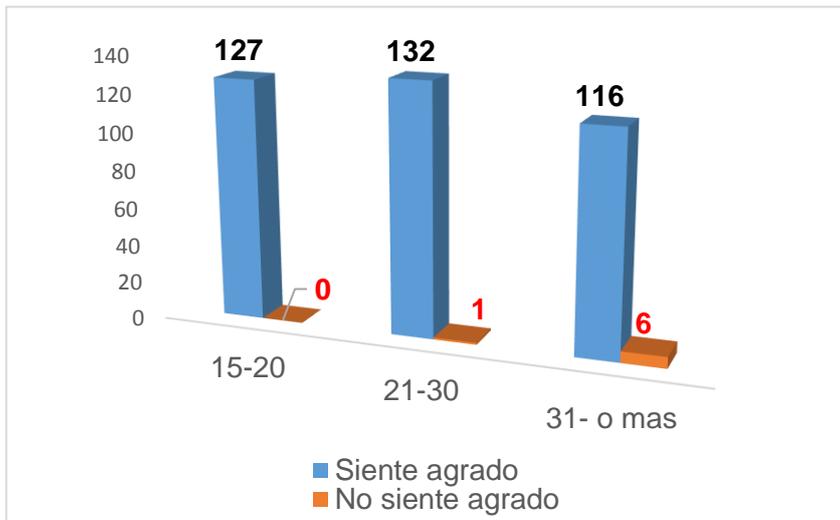
Nota. Elaborado por otras del proyecto.

En este gráfico se observa que hay tres rangos de edades, una de ellas es de 15 a 20 años de edad, en donde 52 personas prefieren consumir helados de fábrica, 38 optaron por los helados artesanales y con un número de 43 personas que eligieron ambas opciones.

El siguiente rango es de 21 a 30 años y tan solo 32 personas escogieron los helados de fábrica, 62 se inclinaron por el artesanal, mientras que 36 personas se decidieron por ambas opciones.

Por último el rango de 31 o más años, la mayor parte de este grupo con un número de 41 personas señalan que prefieren los helados de fábrica, 39 consume helados artesanales y con un pequeño número de 32 personas, optaron por ambas opciones.

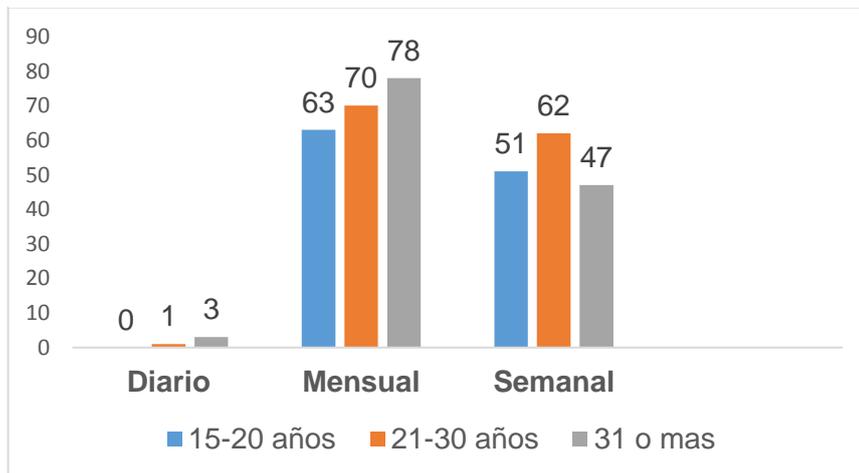
Gráfico 13. ¿Siente preferencia por el helado?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Entre los 382 encuestados la mayoría de los consultados, es decir que 375 personas sienten gran preferencia por el helado mientras que tan solo 7 personas expresaron que no tienen ningún tipo de agrado hacia el helado porque tienen problemas con la salud o porque sufren de sensibilidad en sus dientes.

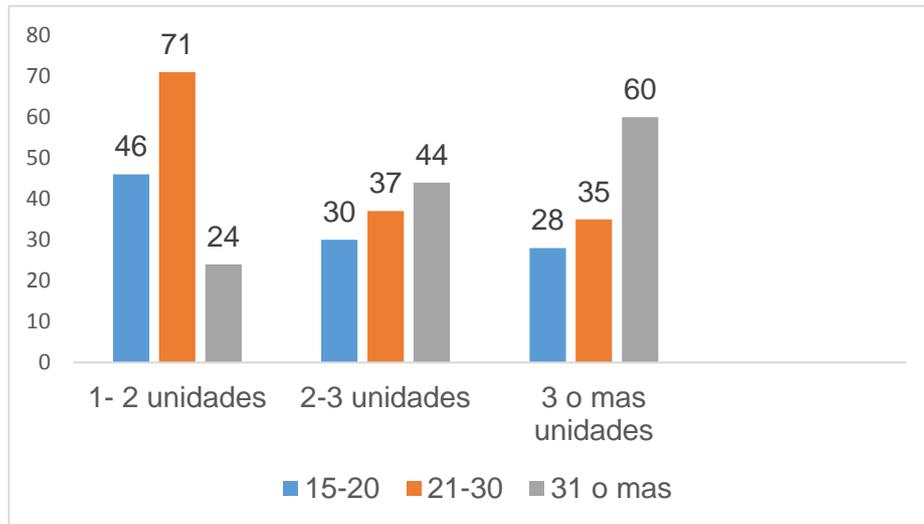
Gráfico 14. ¿Cuál sería la frecuencia en su compra de helados?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

En cuanto a la frecuencia de compra de helados se concluye que un total de 211 de personas realizan sus compras mensuales, sin embargo un número de 161 personas lo hacen semanalmente y tan solo 3 personas lo hacen a diario.

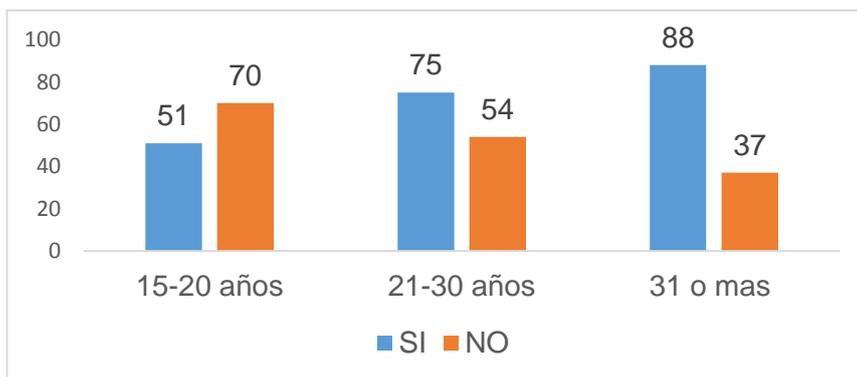
Gráfico 15. ¿Cuántas Unidades de helado compra?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

En lo que respecta en este grafico los resultados muestran que personas de 15 a 20 años 46 compran de 1 a 2 unidades mientras que el otro rango 30 personas y 28 compran más de 2 unidades por otro lado, entre 21 a 30 años, 71 personas compran de 1 a 2 unidades mientras que 72 consumen más de 2 a más unidades de helados, no obstante los de 31 o más años compran de 3 o más unidades.

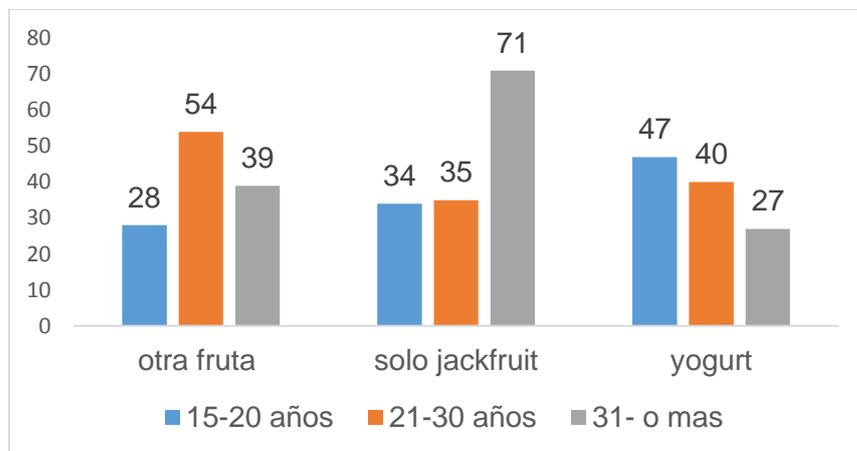
Gráfico 16. ¿Conoce la fruta Jackfruit ?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Como se puede evidenciar mediante esta encuesta, es que la fruta realmente si es conocida dentro del mercado ecuatoriano, ya que existe 214 personas que afirmaron conocer el jackfruit y que son muy pocas las personas que no la conocen porque se observa un total de 127 personas.

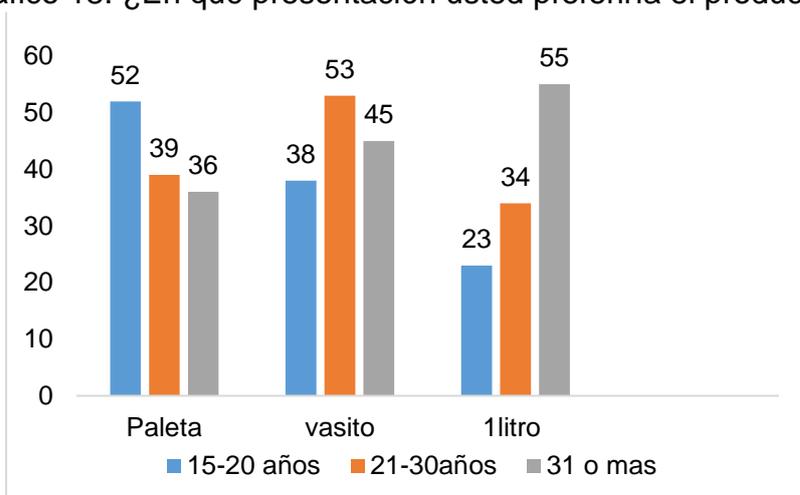
Gráfico 17. ¿Estaría usted dispuesto a consumir un helado natural de jackfruit mezclado con otros ingredientes como: yogurt, otra fruta o solo con jackfruit



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Del rango de 15 a 20 años que es el caso de los adolescentes, prefieren consumir el producto con yogurt, ya que este segmento siente mucha atracción por la mezcla de yogurt con otra fruta, y esto se debe a las nuevas tendencias que están el mercado. Las siguientes edades de 21 a 30, mostraron aceptación solo por el helado de yaca, porque los futuros clientes desean probar la fruta sin ninguna mezcla para distinguir su sabor

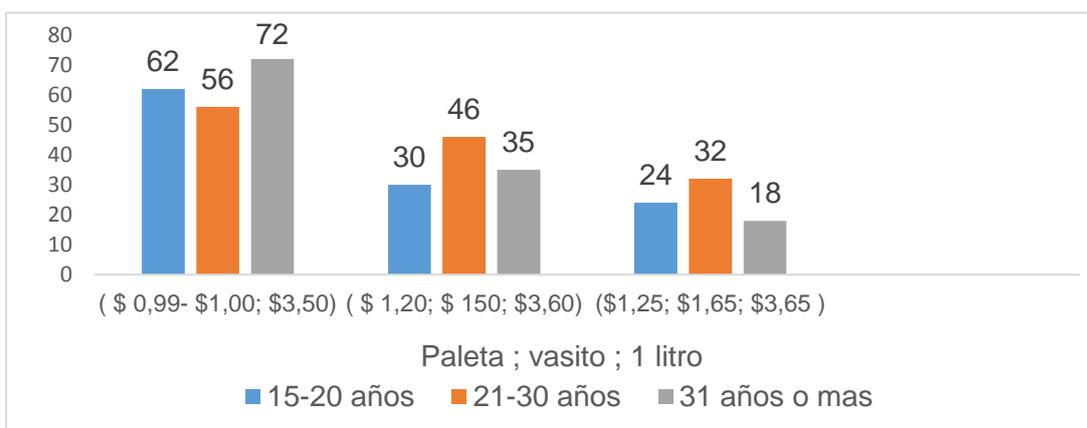
Gráfico 18. ¿En qué presentación usted preferiría el producto?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

En esta ilustración, la mayoría de consumidores desean la presentación de 1 litro porque tiene un 55% de aceptación, esto se debe porque en Bastión Popular, las personas tienen familias grandes. Por otro lado, el rango de edades de 21 a 30 años les encanta la presentación en vasito, mientras que el 52% de personas entre 15 a 20 años les agrada la crema helada en paleta, ya que compran solo para ellos o les invitan a otras personas que tal vez tengan la misma edad en el caso de los adolescentes de 15 a 20 años o simplemente tiene familia pequeña.

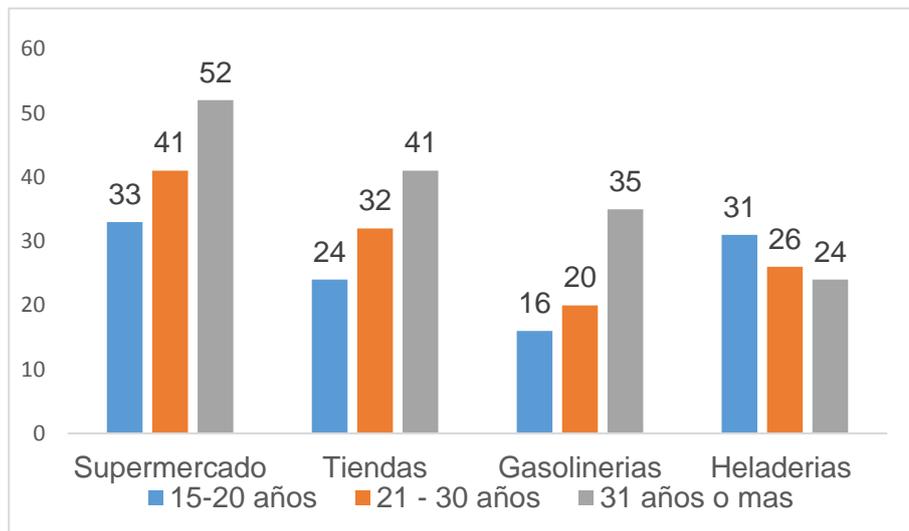
Gráfico 19. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por las presentaciones de este helado artesanal?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

La mayor parte de la población del sector Popular se inclinó por los precios económicos porque son accesibles para todos mientras que otro grupo se enfocó en los precios medios y altos porque según los consumidores, afirmaron que si el precio es alto debe contener más ingredientes o puede venir con algo adicional.

Gráfico 20. ¿En qué negocio usted compraría el producto?



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Para finalizar con el estudio de mercado, la mayoría de consumidores desean que el producto helado artesanal de jackfruit sea colocado en los supermercados para ello, se debe tener una alianza con Mi Comisariato, Tía, Gran AKÍ y posiblemente con Supermaxi que permitan vender el producto en esos lugares pero por ahora, se está buscando trabajar de manera propia, en lugares populares y así ofrecer precios económicos al público.

2.1.1. Mercado de Oferta

En el comercio Ecuatoriano se puede encontrar una variedad de productos, esto ocurre porque las grandes empresas trabajan con pequeñas empresas que se dedican a elaborar una sola categoría de producción, es decir esta empresa tiene poco populismo pero al unirse con una compañía líder en el mercado, que además de tener mucho tiempo establecida en el país, adquiere mayor atención por parte de los consumidores ya que el cliente conoce las características de la empresa líder y por preferencia adquirirá los productos de la otra fábrica, pero cuenta con la participación de ambas compañías, en la preparación de ingredientes. Como es el caso de Heladosa, que se convirtió en la marca Topsy, cuando se relacionó con la corporación Toni. Actualmente, varias empresas no solo de helados se dedican a esta venta, sino otras empresas como: KFC que ofrece de su propia franquicia de diversas mercaderías (helados), por otra parte se encuentra Macdonals que participa en la misma fabricación, por último también compiten los puestos de helado que se poseen en tiendas comerciales y posee su propia marca como: BaskinRobbins, TuttoFreddo, Delicato, Frogola que ofrecen diferentes sabores en ese sector

2.1.2. Mercado de Demanda

Metodo de regresión lineal

Es un herramienta que permite medir el grado de aproximación entre una variable dependiente y variables independientes.

Según Diario El Universo en referencia a un estudio de mercado presentado por Unilever sobre la demanda de helados en el Ecuador se tiene que están siendo catalogados como alimentos saludables a través de una tendencia de alerta manifestada a través del semáforo, dando la tranquilidad al cliente que no tienen un impacto negativo en el organismo y puede ser complementario al postre en cada comida(2015).

Conforme los datos de UNILEVER el consumo de helados a nivel de Latinoamérica lo encabeza Chile donde las personas consumen 8 litros de helado al año por persona, mientras que en el Ecuador esta tendencia es de 2 litros, según sus informes anuales la tendencia de consumo de helado por litro es la siguiente:

Tabla 10

Demanda de litros helados por persona en el Ecuador entre los años 2010 – 2015

N	Años	Litros de helado al año
1	2010	1,8
2	2011	1,98
3	2012	2,18
4	2013	2,4
5	2014	2,64
6	2015	2,7

Nota. Recuperado de Unilever 2015.

Entre los competidores más agresivos se encuentran Unilever con su marca Pingüino con un 66% de participación de mercado mientras Tonicorp con su marca Tpsi es de 17.60% es decir que por cada litro de helado demandado en el año por una persona 0.66 litros la persona consumió de marca Pingüino y 0.17 litros por la marca Tpsi.

Tabla 11

Demanda de litros de helado cubierta por los competidores

N	Competidores	
	Unilever(Pingüino) 66%	Tonicorp(Tpsi) 17,60%
1	1,19	0,32
2	1,31	0,35
3	1,44	0,38
4	1,58	0,42
5	1,74	0,46
6	1,78	0,48

Nota. Recuperado de Unilever 2015.

Para el cálculo de la demanda residual o demanda insatisfecha , se procede a restar la demanda bruta de litros de helado al año menos la preferencia de consumidores, teniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 12

Demanda potencial (Insatisfecha) luego de descontada influencia de competidores.

N	Demanda potencial o insatisfecha(brecha de mercado) Litros de helado por persona sin competencia
1	0,3
2	0,32
3	0,36
4	0,39
5	0,43
6	0,44

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Para el cálculo de la regresión lineal se procedió a aplicar la siguiente fórmula: $y = mx + b$ donde: m = pendiente de la recta, x es el año al cual se quiere calcular la tendencia y b = a la intersección de la recta para determinar el número de litros adicional al consumo que se tiene cada año, como el horizonte de planificación es a 5 años se procede a emplear esta fórmula para calcular la demanda por litros de helado por persona, por ejemplo para el año 6 se aplica la fórmula:

$$Y = 0.19 x + 1.61$$

$$Y (\text{año } 6) = 0.19 (6) + 1.61$$

$Y = 2.95$ litros de helado que una persona consume sin influencia de la competencia.

Si se desea hallar la demanda residual o insatisfecha , se procede a restar la participación de los competidores manifestados con anterioridad, es decir Pingüino 66%, TOPSI 17.60% de la siguiente manera:

$$\text{Demanda residual(insatisfecha)} = \frac{\text{Demanda total} - \text{Participación de Pingüino}}{\text{Participación de Tpsi}}$$

$$\text{Demanda residual(insatisfecha)}= 2.95 - (2.95*66\%) - (2.95*17.60\%)$$

$$\text{Demanda residual (insatisfecha)}= 2.95 - 1.95 - 0.52$$

Demanda residual(insatisfecha)= 0.48 litros que las personas consumen al año luego de tener influencia de la competencia.

Complementando el cálculo de los siguientes años se tiene aplicando el cálculo de regresión lineal:

Tabla 13

Regresión lineal de litros de helado para los próximos 5 años

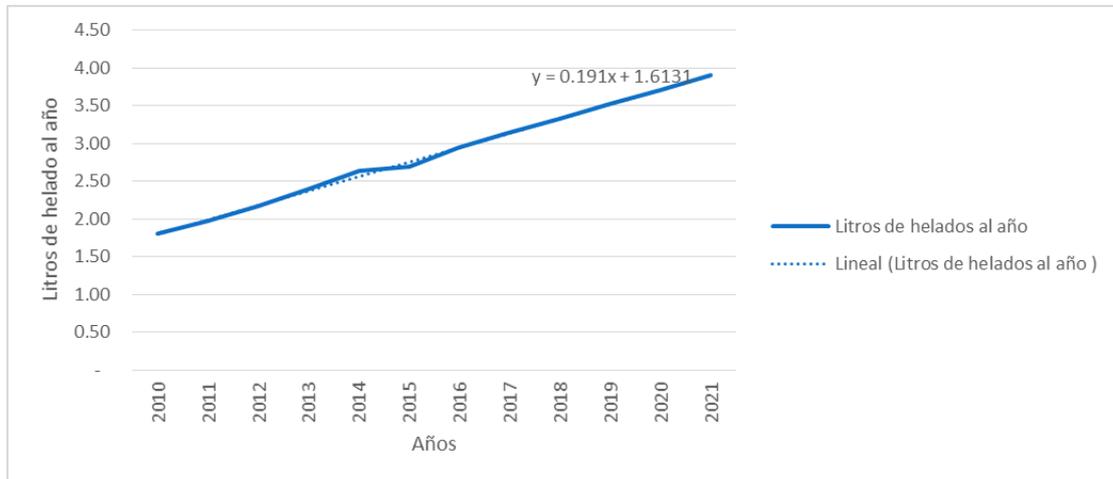
N	Años	Litros de helados al año	Competidores		Demanda residual insatisfecha(brecha de mercado) litros de helado por persona sin competencia
			Unilever (Pingüino) 66%	Tonicorp (Topsi) 17.60%	
1	2010	1,80	1,19	0,32	0,30
2	2011	1,98	1,31	0,35	0,32
3	2012	2,18	1,44	0,38	0,36
4	2013	2,40	1,58	0,42	0,39
5	2014	2,64	1,74	0,46	0,43
6	2015	2,70	1,78	0,48	0,44
7	2016	2,95	1,95	0,52	0,48
8	2017	3,14	2,07	0,55	0,52
9	2018	3,33	2,20	0,59	0,55
10	2019	3,52	2,33	0,62	0,58
11	2020	3,71	2,45	0,65	0,61
12	2021	3,90	2,58	0,69	0,64

Fórmula	$y=mx+b$	$y=0.19x+1.61$
Pendiente	0,19	
Intersección	1,613136	

Nota.Elaborado por autoras del proyecto.

De manera gráfica la tendencia de la demanda tiene un comportamiento positivo, así como la siguiente manera:

Gráfico 21. Proyección de tendencia de línea recta



Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Como se muestra en el Figura , a partir del año 2016 se proyecta una tendencia de línea recta de manera aritmética influenciando que cada año la conducta del mercado es crecer 1.61 litros influido por una oportunidad de consumo de 0.191 cada año.

2.2. Producto

Este tema es definido como, un objeto o cualquier tipo de materia prima, que una vez culminada su elaboración o etapa final es colocado en el mercado, es decir a disposición de las personas para satisfacer sus requerimientos y empezar la venta y compra del bien o servicio.(Kotler& Keller , 2006; Kerin , Hartley , & Rudelius , 2009) (p. 254 , 372).

El producto que se pretende ofrecer en el mercado Ecuatoriano es bajo en grasas extraído del propio fruto panapen (jackfruit), elaborado de manera artesanal porque, todos los ingredientes que se van a usar para su preparación son naturales, esta crema helada no requiere de azúcar porque la yaca es un poco dulce. A diferencia de los demás helados que compiten en el comercio , el mantecado de jack es natural porque no posee saborizantes ni aditivos que aumenten más calorías al cuerpo, este producto es fresco y aporta con algunos nutrientes que podrían mejorar

la salud de quien lo consuma. La ventaja que tiene este helado de yaca , es su sabor porque, en base al criterio de personas que han probado la fruta, indican que experimentan la sensación de diferentes sabores.

Una de las estrategias que se aplicara es, el logo que debe ser original y creativo para el producto. Sobre todo para diferenciarlo de la competencia, surgió el diseño de jackfruit color verde pero será en caricatura animada, mostrando en el empaque la fruta y el helado. Esto llamara la atención del cliente y sentirá el deseo de probarlo, al final el producto tendrá una excelente presentación del empaque y al mismo tiempo ofrecerá el mejor servicio alimenticio dentro del sector de helados.

2.3. Precio

El precio es el valor establecido que el cliente debe pagar por la adquisición de una mercadería o materia prima, esta es una herramienta muy importante a considerarse ya que a través de esto se puede demostrar que tan competitivo es la empresa y obtener ingresos de lo que se gastó por la fabricación de este bien (Thompson 2007.s.p).

Si el producto tiene un precio inferior al de la competencia se podría deducir que habra una mayor aceptación dentro del mercado y se captara mayor número de clientes.

La estrategia que se utilizará es la fijación de precios por penetración, que consiste en ingresar el producto a un precio inferior al de la competencia para obtener una aceptación en el mercado, generando de esta manera fidelidad y preferencia en los compradores. Cuando se haya logrado este objetivo se aumentara paulatinamente el precio.

Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2004) sostienen que la fijación de precios por penetración es fijar un precio inicial bajo, para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado(s.p). El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios.

Considerando los resultados dados en la encuesta realizada, el precio con el cual se ingresaría al mercado sería de \$0.99 por la paleta, 1.00 por el vasito y \$3.50 que corresponde al litro. Lo cual sería un precio estipulado por el momento y accesible al bolsillo de cualquier individuo.

2.4. Plaza

Como lo hace notar Fleitman (2000) la distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta (p. 82).

Esta herramienta trata del lugar específico donde se llegara a promocionar el producto, debido a esto es necesario crear un propio canal de distribución para que así la entrada del producto al mercado sea más fácil. Consiste en buscar la forma de hacer llegar el producto a manos de los consumidores de una manera mucho más fácil y rápida.

El lugar en donde se ubicara la microempresa será en el sector de Pascuales porque en esa parroquia el precio del alquiler es un poco económico. Además está cerca del Parque California, lugar donde se venderán los helados (ubicada en la calle principal de Bastión Popular) ya que, no cuenta con tiendas de helado artesanal lo cual es bueno para la empresa y tiene un alto comercio. Por ahora el producto será colocado para la venta en diversos lugares del centro comercial, estación del metro vía, terminal Pascuales y Parque California.

Si el producto atrae más clientela, con el pasar del tiempo se extenderá a otros sectores de Guayaquil de la siguiente manera:

Supermercados

Los Supermercados son tiendas que tienen más abasto que una tienda popular y se pueden encontrar fácilmente en cualquier lugar, este es un buen punto estratégico para poder llegar fácilmente al consumidor, además existen supermercados muy populares como TIA, Mi comisariato o Gran Aki .

Parque Samanes

Con la nueva inauguración del Parque Samanes que se encuentra ubicada en el sector norte se ha notado un flujo considerable de personas que comparten en familia, más que todos los fines de semana ahí es donde se centra una buena oportunidad de alcance a los consumidores ya que se puede introducir el producto para la venta donde generara ingresos desde el primer día.

Centros comerciales populares

Estos lugares son visitados diariamente por personas y existe un gran movimiento comercial como: centro comercial el Fortín, Paseo Shopping Daule y el Mall del sol.

2.5. Promoción

Se la considera como, una habilidad que desarrolla la compañía para vender su mercadería, buscando cualquier plan o ideas como: ofrecer descuentos por el producto, aumentar más el contenido etc. El fabricante crea miles de técnicas para atraer al cliente.

Para lograr una mayor captación de clientes se debe utilizar diferentes medios como la publicidad masiva ya que con esto crecerá el interés por conocer el nuevo producto. Otro punto importante que se utilizara son las promociones, ofertas o cupones porque de esta manera las personas se sentirán atraídas a consumir el helado.

Una pequeña muestra gratis al consumidor es una de las mejores publicidades que se puede utilizar en el primer día de la apertura por ejemplo: de 1:00pm a 2:00 pm, se ofrecerá una pequeña muestra gratis del helado, para que el cliente pueda degustar la calidad del producto. Otras estrategias son en las presentaciones de 1litro porque llevaran gratis un helado de jackfruit en paleta, la siguiente es juntar las etiquetas del helado y participa por premios (gorras, camisas). También está el día del cono gratis: por la compra de dos helados en vaso se lleva un helado de cono gratis, y la promoción de vale otro helado para ciertas temporadas

Capítulo 3

DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING MIX

El marketing mix está conformado por una serie de instrumentos entre ellos se encuentra el precio, producto, plaza y promoción, estas técnicas son aplicadas por las compañías para conocer la empresa, crear estrategias y poder cumplir los objetivos o las metas de dicha industria (Patoni, 2013,s.p).



Figura 31. Las Cuatro P del Marketing

Nota. Herramientas del Marketing. Philip Kotler ,1967

Como se había mencionado anteriormente, el presente trabajo de titulación es sobre la creación de una empresa que se encargue de lanzar un nuevo producto que es el helado de jackfruit , elaborado con la propia fruta y otros ingredientes, no posee aditivos , ni colorantes. Este producto es nuevo y puede tener buena acogida en el mercado por los nutrientes que posee. Una de las estrategias que se aplicara para vender el producto es la promoción de vale otro en algunos empaques o vasos del helado, esto permitirá que el cliente consuma más el producto y también se decorarán los vasos del helado para que el consumidor los coleccionen. Por otro lado se encuentra el precio que fue establecido por medio de los precios de la competencia y

por último, se seleccionó los puntos de venta (Parque California , Terminal Metro vía y terminal Pascuales) que fueron mencionados en el tema anterior , porque estos lugares son sectores muy populares y muy visitados por las personas .

3.1. Empresa y logo

La microempresa tendrá el nombre de “La casa del Gelatto” s.a porque hace referencia a el producto que se va a comercializar, el helado artesanal de yaca. Se seleccionó este nombre porque debe ser atractivo y original para poder llamar la atención del consumidor también, tiene que relacionarse con lo que se va a fabricar. De igual manera, se seleccionó el siguiente logotipo con su respectivo eslogan el cual representara a la empresa.



Figura 32. Logo de la empresa

Nota. Elaborado por Joselyn A. e Hilda S

3.1.1. Misión

Fabricar y distribuir, helados artesanales de fruta no tradicional (jackfruit) con altos niveles de producción, que cumplan con la satisfacción y necesidad que el cliente o comprador requiera, creciendo con un personal dedicado a ofrecer un buen servicio basándose de charlas y normas de calidad. Contribuyendo con la responsabilidad social y ofreciendo fuentes de trabajo en el país.

3.1.2. Visión

Posesionar la marca en el mercado Ecuatoriano, innovando y creando un catálogo de productos que permitirán llamar la atención de los clientes, atraer más proveedores, obteniendo en 3 meses un 10% en ventas con nueva producción y aceptación del jackfruit .

3.2. Estructura Organizacional

Es un sistema que permite asignar las diferentes funciones o cargos a las personas que contribuyen dentro de una organización, esto ayuda que cada persona tenga un mejor desarrollo de sus actividades y así puedan alcanzar las metas propuestas.

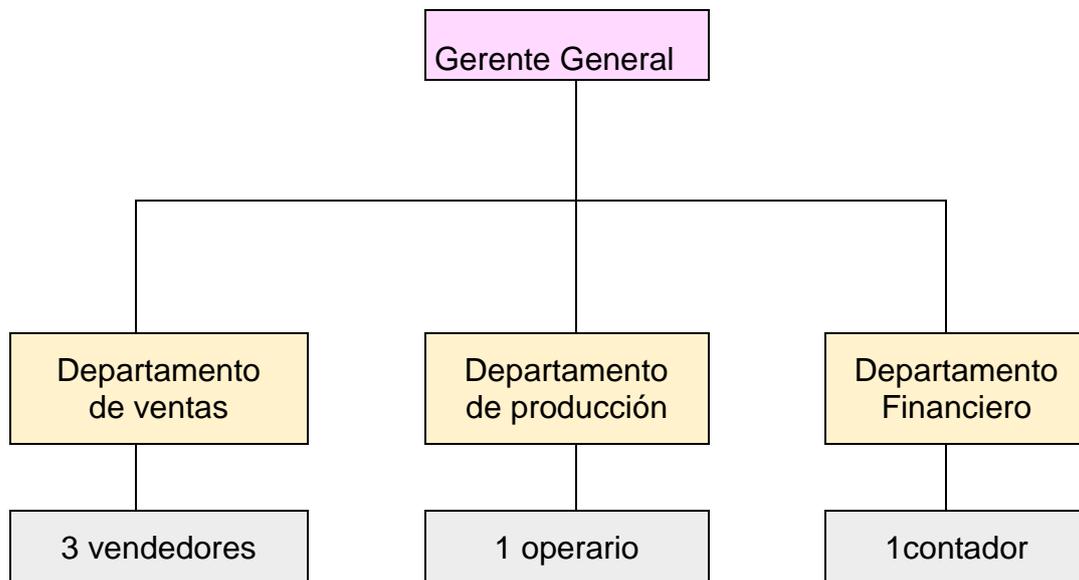
Mintzberg, H. (1984) define la estructura organizacional como, el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas. (p. 26).

En cuanto a Muñoz (1999) especifica que la estructura de una organización es el conjunto de sus elementos y de las relaciones entre ellos. (p.77)

Teniendo claro los conceptos anteriores, se procedió a la elaboración de la estructura organizacional de la empresa, contando con un gerente general que se encargara de representar a la empresa y de los tres departamentos que se establecieron en el siguiente cuadro.

Tabla 14

Estructura organizacional de la microempresa "la Casa del Gelatto" S.A



Nota. Elaborado por autoras del proyecto .

3.2.1. Descripción de Funciones

Gerente General:

- a. Busca la manera de dar una buena imagen corporativa
- b. Administrar con responsabilidad todos los bienes de la compañía
- c. Vigilar que todos cumplan las políticas y reglamentos internos de la empresa
- d. Concreta visitas con proveedores o clientes
- e. Realizar capacitaciones a los encargados de las diferentes áreas
- f. Encargado de autorizar las compras a realizarse
- g. Lleva el control de los materiales de oficina
- h. Crea nuevas estrategias para vender el producto(campañas , promociones etc)
- i. Responsable de la contratación del personal
- j. Encargado de planificar y organizar las tareas a realizar cada personal
- k. Fija el sueldo y salarios de quienes conforman la empresa

Contadora

- a. Controla y revisa los reportes financieros que se presentara ante el Jefe inmediato
- b. Encargado de aprobar y realizar los diversos pagos de acuerdo al análisis de los resultados del Balance

- c. Participe en el plan del presupuesto anual de la compañía
- d. Encargado de emitir y presentar la información financiera pertinente
- e. Control de Inventarios
- f. Presentar un informe y presupuesto anual
- g. Elabora un presupuesto y meta de ventas
- h. Se encarga de realizar los roles de pagos, certificados y demás documentos.

Departamento de producción

- a. Cumplir con las ordenes que le son asignadas
- b. Darle el uso adecuado a las maquinarias que vaya utilizar
- c. Notificar si existe alguna falla en las maquinarias
- d. Procurar que el área de producción se mantenga en buen estado y limpio

3.3. Cadena de valor

Es considerada como la herramienta que permite estudiar más a fondo, las actividades que realiza una empresa en las diferentes áreas, cuando se tiene la estructura se podrá visualizar la ventaja competitiva que la industria posee, para trabajar en el mercado.

Asegura Porter (1985) que la cadena de valor depende del análisis individual de cada área de trabajo, porque este proceso permite darle un valor al producto ya que , se transforma pequeños insumo, en grandes productos (p.51) .

Dentro del método de la cadena de valor existen las actividades primarias y las actividades de apoyo, éstas primeras están compuestas en cinco partes y son aquellas que ayudan al desarrollo del producto final.



Figura 33. Esquema de la cadena de valor

Nota. Recuperado de Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. M. Porter, 1985.

Logística interna

Esta primera actividad tiene que ver con la recepción y almacenamiento de la materia prima, por lo cual es indispensable contar con un adecuado control de inventario.

Operaciones

En esta parte se encargan de transformar la materia prima en el producto final que se llevara ante los clientes e incluso se encarga también del mantenimiento de los equipos de trabajo.

Logística externa

Encargados de almacenar y distribuir el producto final a los clientes, también diseña estrategias de entrega del producto para así lograr fidelidad del consumidor.

Marketing y ventas

Incluye la realización de actividades para que los consumidores adquieran el producto, utilizando estrategias de publicidad, promoción y sorteos, siendo esta la manera más efectiva de obtener la fidelidad de los consumidores. Otra estrategia utilizada podría ser que el tiempo de entrega del producto sea menor al de la competencia.

Servicios

Encargada de realzar el valor al producto a presentarse ante el cliente, incluyendo el mejoramiento del servicio al cliente .

Logística Interna

- ✓ Contactarse con el proveedor para la adquisición de la materia prima
- ✓ Selección de la materia prima
- ✓ Recepción de insumos
- ✓ Almacenamiento de la materia prima en la empresa

Operaciones

- ✓ Seguimiento del sistema de calidad
- ✓ Pasteurización
- ✓ Batir el producto
- ✓ Elaboración del helado (Maquina Mantecado)
- ✓ Batidor de temperatura (maquina frio)
- ✓ El producto será envasados, sellados y etiquetados

Logística Externa

- ✓ Almacenamiento
- ✓ Distribución del Helado de acuerdo a los canales de entrega
- ✓ Entrega del producto final de calidad al cliente en n tiempo inferior al de la competencia
- ✓ presentación de los informes de entrega en los plazos establecidos

Marketing y Ventas

- ✓ Página web con información sobre el producto y sus promociones
- ✓ Se conoce a los competidores directos (Sorbetto, Fragola y Coco express)
- ✓ Existe conocimientos sobres los clientes actuales.

Promociones

- ✓ Promociones como: 2x1 los martes y viernes
- ✓ Las presentaciones de 1litro llevaran un helado de jackfruit en paleta
- ✓ Junta la etiqueta del helado y participa por muchos premios sorpresa (gorra, camisa).
- ✓ Día del cono gratis : por la compra de dos helados en vaso se lleva un helado en cono gratis
- ✓ Promoción “vale otro” para ciertas temporadas.

Servicios

- ✓ Los empleados recibirán capacitaciones para atender bien a los clientes
- ✓ Se realizara encuestas para conocer la satisfacción del cliente
- ✓ Implementar un buzón de sugerencias para mejorar la calidad del producto.

Figura 34. Cadena de valor de la empresa de jackfruit

Nota. Elaborado por Autoras de proyecto.

Actividades secundarias

Las actividades secundarias son también conocidas como actividades de apoyo, estas permiten explicar el proceso de producción de una empresa, en el siguiente cuadro se muestra las actividades en la microempresa de helado jackfruit.

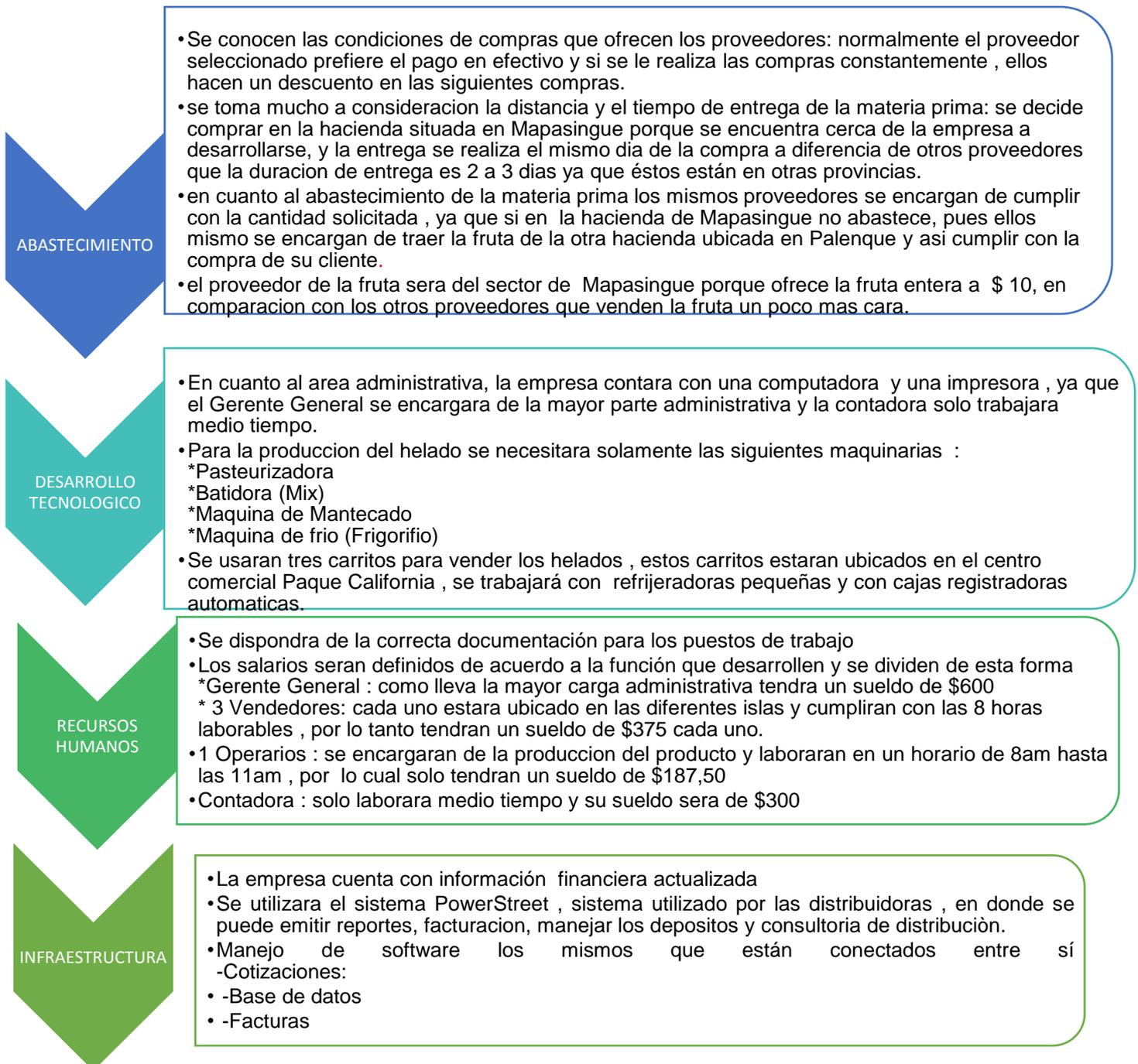


Figura 35. Actividades Secundarias de la microempresa de helados de yaca.

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

3.4. Tipo de negocio

Estas microempresas o grandes compañías se clasifican por las actividades que realizan en el mercado. Como se menciona en la clasificación Industrial Internacional de funciones de aspecto económico (rev3, 2014). El nivel que pertenece las empresas de helado es el sector D que representa a las industrias manufactureras (s.p).

Por otro lado, en el rango manufacturero se encuentran varios niveles entre ellos está la elaboración de productos alimenticios, bebidas y lácteos código 15200. La micro empresa pertenece a estos sectores porque, fabricará y distribuirá los helados artesanales no contará con intermediario para poder elaborar el producto, la propia micro empresa se encargará de su producción.

3.5. Proceso de Producción

Son las actividades que se realizan en una compañía para la fabricación de un producto o un bien, estas actividades siguen una serie de pasos para obtener el producto final que será vendido en los mercados.

Para la elaboración de los helados jackfruit se deben seguir estos procesos:

- 1) Selección de la materia prima
- 2) Pasteurización
- 3) Batidor (Mix)
- 4) Maquina fabricadora de helado (Maquina Mantecado)
- 5) Batidor de temperatura (maquina frio)



Figura 36. Producción de Helado

3.5.1. Determinación de la capacidad instalada del negocio

La Microempresa “La casa del Gelatto” s.a se encargara de fabricar y comercializar helados jackfruit en el mercado. Empezando con una capacidad de 60 litros diarios de helado que se distribuirán en diferentes presentaciones..

Dependiendo de la demanda y las primeras ventas que se obtendrán por el consumo del producto, la capacidad de la producción puede aumentar incluso, la empresa debería adquirir otros equipos con más capacidad de fabricación.

Especificaciones:

Materia Prima

Para la elaboración del helado artesanal, se utilizará como materia prima: el jackfruit, esta fruta debe ser revisada, para seleccionar la mejor, ya que debe tener una estructura sana esto quiere decir que, la fruta se debe encontrar en buenas condiciones, además debe poseer un color entre amarillo y verde, si tiene estas características esta lista para consumir.

Ingredientes:

Los ingredientes que se van a utilizar en la fabricación de los helados son los siguientes:

- ✓ 20 bulbos de yaca(jakcfruit)
- ✓ medio litro de leche
- ✓ 1 leche condensada
- ✓ 1 leche evaporada



Figura 37. Yaca v bulbos

Estos ingredientes se usaran para fabricar el helado de yaca, se podría añadir aditivos como dulces u otro tipo de fruta pero, para este proyecto se lo comercializara solo con la fruta.

Insumos:

Los insumos son todas las herramientas que se usan, para la elaboración de un bien o servicio. A continuación, se mostrarán los insumos que serán empleados en la microempresa de helados jackfruit:

- ✓ Paletas (Grande y pequeña)
- ✓ 1 Jarras para mezcla de 60 litros
- ✓ 1 mesa de aluminio (colocar los ingredientes y preparar la mezcla)
- ✓ Guantes de cocina y gorros para cocinar
- ✓ Mandiles
- ✓ Cubetas de helado 2,7 litros
- ✓ Pesa pequeña (para los ingredientes)
- ✓ 2 Recipiente de acero para la mezclar
- ✓ 2 Tijeras
- ✓ Vasos y tapas de plástico
- ✓ Cuchillos
- ✓ Cucharas de plástico
- ✓ Cucharon
- ✓ Contenedores de plástico
- ✓ Servilletas de cocina y de mesa

3.5.2. Producto Final

El producto que se pretende fabricar y comercializar, será hecho 100% de la pulpa de la jaca, no contendrá preservantes, ni concentrados. La mezcla que se obtenga en la fabricación del helado será introducida en vasos de plástico, sellados y con su respectiva etiqueta, donde indicará lo que contiene. El producto final será presentado de la siguiente manera:



Figura 38. Presentación del Producto

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

3.6. Políticas de la empresa

Las políticas son declaraciones que una empresa o compañía establece porque esas reglas identifican a la empresa y permiten cumplir los objetivos, además estas políticas deben ser conocidas por el personal operativo (Willians , 2017, s.p).

La siguiente política es la que se aplicará a la empresa:

3.6.1. Política de calidad

La política de calidad de la microempresa tiene como objetivo, usar ingredientes de excelente calidad, trabajar con tecnología de punta que permita ofrecer un buen producto al mercado, para satisfacer las necesidades o requerimientos del cliente siguiendo y cumpliendo con los reglamentos de higiene y normas establecidas por el gobierno Ecuatoriano.

3.6.2. Normas y Estándares

Las siguientes normas fueron establecidas por el Instituto Ecuatoriano De Normalización con el objetivo de dar a conocer y cumplir los reglamentos para la fabricación de helados.

Para la fabricación de los helados es permitido los siguientes ingredientes: La leche, derivados de la leche , productos frescos , concentrados artificiales , grasa, agua, huevo , fruta natural , frutos secos , agregados alimenticios (cacao, sal , licores etc).

3.6.3. Registro Sanitario

Según “las normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2005) se debe cumplir algunos requisitos que se muestran en las siguientes tablas para la mezcla de helados”(s.p).

Los helados que tengan una mezcla líquida o concertada también deben cumplir los requisitos microbiológicos que se muestra en la tabla 11.

Tabla 15

Requisitos Microbiológicos para helados

Requisitos	n	m	M	c
Recuento de Microorganismos	5	10000	1000000	2
Recuento de Coliformes	5	100	200	2
Recuento de Staphylococcus	5	50	100	2
Detención de Salmonella/25g	5	Ausencia	Ausencia	0
Detención de Listeria monocytogenes /25g	5	Ausencia	Ausencia	0

Nota. n = número de muestras por examinar, m = nivel de aceptación, M = nivel de rechazo, c = número de muestras defectuosas que se acepta. Recuperado del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2005).

Tabla 16

Requisitos Fisicoquímicos

Clase de Helado	Crema de Leche	De leche	De yogurt	Yogurt con Grasa vegetal	De Fruta
Grasa total% m/m mim	8	1,8	1,5	4,5	-
Grasa lactea% m/m mim	8	1,8	1,5	1,5	-
Grasa vegetal% m/m mim	-	-	0	3	-
Sólidos totales% m/m mim	32	27	25	25	20
Proteína láctea	2,5	1,8	1,8	1,5	-
Ensayo de Fosfatasa	Negativo	Negativo	Negativo	Negativo	Negativo
Pes/volumen	475	475	475	475	475
Acidez (ej: ácido láctico)	-----	-----	0,25	0,25	-----
Colesterol					
Colorantes**					

Nota. Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN,2005).

3.6.4. Requisitos complementarios

Higiene

La Legislación Nacional Vigente, exige normas estrictas en la fabricación de productos que sean para el consumo, es decir que estos productos deben ser preparados de una manera adecuada, tener etiquetado donde informe, los ingredientes de la mercadería y sobre todo obligarse a poner el registro sanitario.

Esto incluye las siguientes normas que deben aplicar las empresas, al momento de empezar con la elaboración. Estos reglamentos fueron establecidos para cuidar la salud de los Ecuatorianos.

- ✓ Cuando el producto está terminado, debe ser almacenado en el congelador a una temperatura que no sea inferior a 18 grados, esta norma se aplica también al transporte de helado.

- ✓ Para el establecimiento, se requiere un certificado de funcionamiento que esté sometido a control de calidad y sanitario.
- ✓ Cedula de identidad del propietario.
- ✓ Datos y número de cédula de identidad sobre la persona que se encarga en dar el mantenimiento al negocio (solo es necesaria para ciertas empresas dependiendo del sector)
- ✓ Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad
- ✓ Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo

Tabla 17

Certificado de Buenas Prácticas para plantas procesadoras de alimentos

Tipo de Riesgo	Categorización	Fecha de obtención
Tipo A	Industria y Mediana Industria	15/07/2014
Tipo A	Pequeña Industria y Microempresa	27/11/2013
Tipo B	Industria y Mediana Industria	27/05/2015
Tipo B	Pequeña Industria y Microempresa	27/11/2016
Tipo C	Industria, Mediana Industria, Pequeña Industria y Microempresa	27/11/2017

Nota. La fecha de obtencion pertenece a la revolucion de 12247, Registro oficial 839,27/11/2012 y Resolucion N°005-2014-CMC del 15/07/2014. Rescatado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Agosto, 2014.

Tabla 18

Requisitos Verificados en control Posterior del Establecimiento de servicios de alimentación

Requisitos Tipos de Establecimiento	Categorización Otorgada por el Ministerio de Turismo Requisitos verificados en Linea	Prestacion de Aliemntos y Bebidas	Certificado de Manipulación de alimentos Otorgado por SECAP
Servicios de Alimentación Colectiva.			
Heladería/Fuente De soda.	*		
Bares Escolares		*	*
Casa de Banquetes			
Servicios de Catering			
Otras actividades (Carritos/ Islas)			
Empresas Proveedoras De Agua Potable.	*		

Nota. Reglamento sustituto para otorgar el permniso de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario; acuerdo ministerial nº4712, Suplemento de Registro Oficial 202,13 –III – 2014 y sus reformas acuerdo 4907, Registro Oficial 294,22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial317,22-VIII-2014,2. Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional(SECAP). Rescatado de la Agencia Nacional de Regulacion , Control y Vigilancia Sanitaria. Agosto, 2014.

3.7. Abastecimiento de las materias primas.

Maquina Pasteurizadora



Figura 39. Equipo de Pasteurizado de leche

La máquina pasteurizadora posee una producción máxima de 90 litro por hora, produciendo un helado fresco, la mezcla se calienta hasta 90° grados en el pasteurizador.

Batidor (Mix)



Figura 40. Licuadora (Mix)

Esta licuadora de mano permite mezclar bien los ingredientes a gran velocidad, es muy fácil de usar, tiene 230 voltios, 50 Hz , cuenta con una potencia de 250 vatios, por ultimo puede trabajar hasta con 70 litros de helado.

Máquina de helado (Mantecado)



Figura 41. Máquina para hacer helado

Esta máquina de fabricar helados tiene la capacidad de producir alrededor de 60 litros de helado por hora es decir una cubeta de 2,5 litros también, se encarga de enfriar la mezcla hasta -10° grados. La máquina tiene dimensiones de 66 x 86 cm.

Armario de Congelador (Batidor de temperatura)



Figura 42. Refrigerador (Maquina de Frio)

Este congelador tiene la capacidad de trabajar con 65 unidades de cubetas de helado (65 litros) permite que el helado se conserve por mucho más tiempo, se puede regular la temperatura, la máxima -18°C , tiene una tensión de frecuencia de 220/1, con dimensiones de ancho 670mm, fondo 925 mm y alto 2050 mm..

Congelador pequeño para los puestos de jackfruit



Figura 43. Congelador Pequeño para helado

Este refrigerador pequeño permite que los helados se conserven frescos, y tiene una capacidad de 81 unidades, la empresa trabajar con tres congeladores pequeños en los diferentes puestos mencionados anteriormente.

Se contara con tres carritos de helados para empezar a comercializar los helados de jackfruit en el centro Comercial Parque California, Estación del metro vía, y terminal Pascuales. Cada uno de estos carritos contara con el refrigerador pequeño, mencionado anteriormente para que se conserven los helados



Figura 44. Carrito de Helado

3.7.1. Transporte de Materia Prima

La materia prima principal es el jackfruit o yaca que será adquirido por la hacienda Ortiz, posee plantaciones en mapasingue pero, también cuenta con su hacienda en el cantón de Palenque, ellos se encargan de hacerle llegar al cliente la mercadería, lo cual es una ventaja para la microempresa porque no gastara en transporte, él envío de la materia prima depende de la cantidad requerida porque si en las plantaciones de Mapasingue tienen la suficiente fruta , será entregado el mismo día pero si falta, entonces la mercadería será entregada en dos días, se eligió este proveedor porque, ofrece la fruta yaca a un buen precio de \$10 cada una y no es necesario viajar a otras provincias porque el jackfruit se entrega en Guayaquil. Otro punto importante es la leche, para trabajar con este producto se eligió como proveedor a la empresa de Nestlé porque tiene una plantación vía la costa, además la compañía ofrece una promoción y descuento por la compra de los cartones de leche la lechera, es decir que si uno adquiere un cartón recibe gratis 2 litros de leche en presentaciones de 1 litro, porque un cartón grande se encuentran 12 litros de leche, en modelos de 1 litro, con un valor de 0.98 centavos en cada cartón de leche.

Por último, los helados de yaca serán transportados en hieleras hasta Los tres carritos y la persona encargada los trasladara en un auto para llegar a tiempo.

La hielera tiene una capacidad de 300 helados como, es una pequeña empresa se optó por este método, hasta que la empresa se posesione bien en el mercado, tenga más ventas para contar con otros equipos con más capacidad.

3.7.2. Recursos Tecnológicos

El equipo informático constara con las siguientes maquinarias, para facilitar el trabajo y organizar las actividades que se desarrollaran en la microempresa.

1. Caja registradora
2. Computadora
3. Impresora
4. Teléfono
5. Equipo de climatización (aire acondicionado)

3.7.3. Equipos Requeridos para la puesta en marcha

Lo principal es tener la documentación necesaria emitida por el municipio de Guayaquil para el funcionamiento del negocio, de esta manera se procederá a la compra de las maquinarias (Pasteurizador, la máquina para hacer helados y batidor de temperatura). Y empezar a fabricar los helados artesanales.

3.8. Flujograma de la Microempresa

Un diagrama de flujo es una forma esquemática de representar ideas y conceptos en relación. A menudo, se utiliza para especificar algoritmos de manera gráfica. De igual manera estos gráficos representativos se utilizan para esquematizar conceptos vinculados a la programación, la economía, los procesos técnicos y/o tecnológicos, la psicología, la educación y casi cualquier temática de análisis.

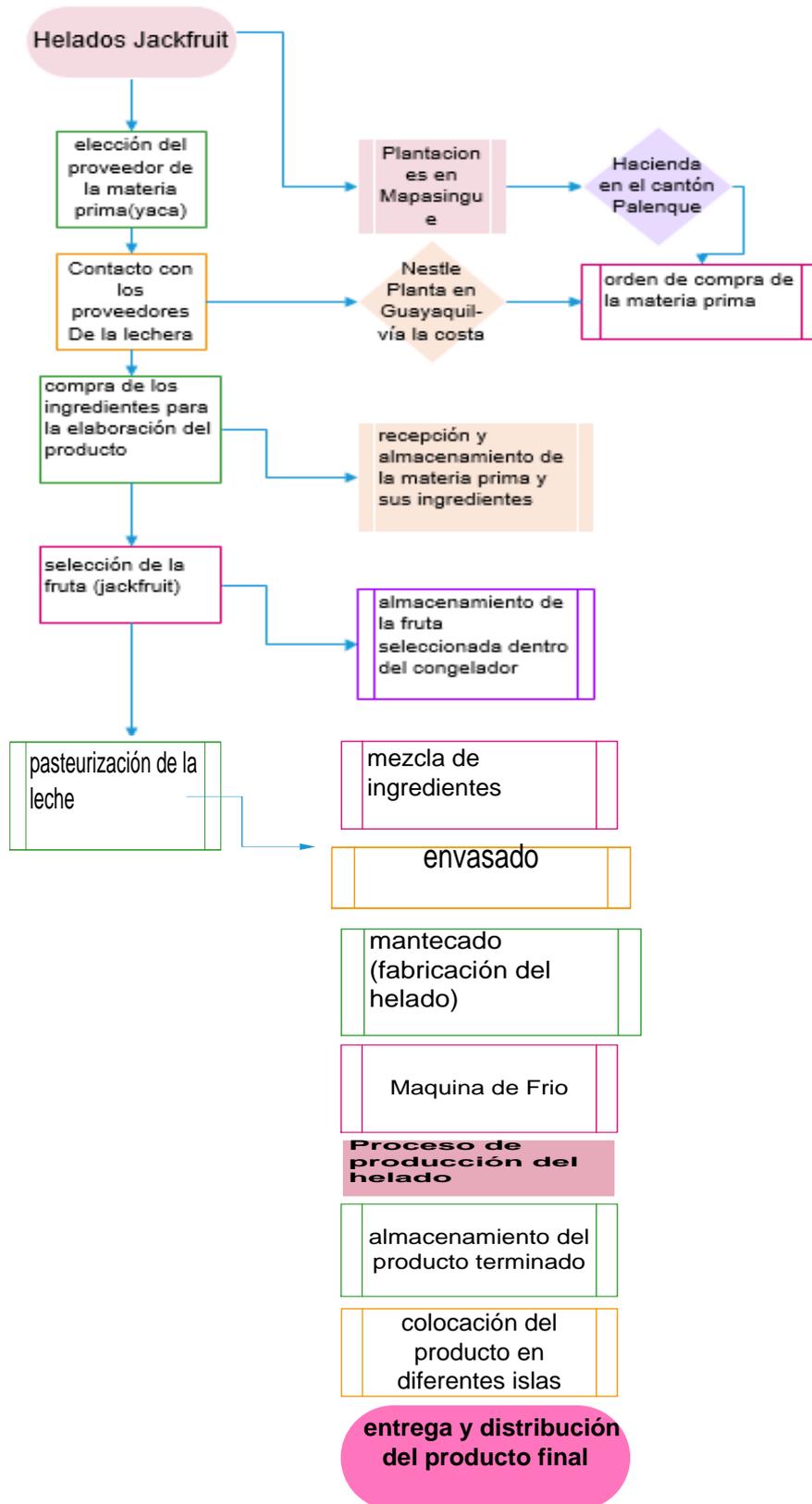


Figura 45. Flujograma de la microempresa la casa del Gelatto S.A.

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

3.8.1. Proceso Agregado de valores

Como indica Cancio (2013) el valor agregado es una característica o es algo extra que se le añade a un producto o servicio, para que tenga un alto valor comercial. Esto muchas veces rebasa las perspectivas que el consumidor tiene por un producto (p.2).

Los helados de jackfruit tendrán valor agregado en el sector de la logística interna (sector de producción) porque se trabajará con productos de calidad para los ingredientes, además se añadirá más jackfruit, también se podrá combinar la mezcla con aditivos (dulces o cosas extras) y sobre todo la empresa estará en constante innovación.

3.9. Responsabilidad Social

La responsabilidad social (RSE) son prácticas voluntarias que una institución aplica para contribuir en el sector económico, ayuda a la sociedad y colabora amigablemente con el medio ambiente. Estas acciones se ven reflejadas muchas veces en la producción o algún acto bueno que ayude a mejorar la calidad de vida.

La microempresa se encargará de aprovechar al máximo la materia prima, trabajando con maquinaria, que no son contaminantes, permitiendo ahorrar energía. Además en las instalaciones donde se fabricarán los helados constarán con ventana de vidrio, para obtener luz natural, lo cual permitirá también el ahorro de energía, por último se encuentra la estrategia de compra como, la de coleccionar los vasos de helado ya que tendrán diferentes diseños para que los vasos puedan reusarse nuevamente.

CAPÍTULO 4

REALIZAR EL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

4.1. Procedimiento de Inversión.

Para empezar el proyecto, es necesario invertir en los siguientes activos fijos como: el área de producción, ya que en esta área se encuentran las maquinas que serán implementadas en el funcionamiento de la microempresa, la materia prima, y los gastos administrativos. Por último se determina el capital de trabajo, y los gastos pre operativo, porque la microempresa debe invertir en los permisos de funcionamiento emitidos por el municipio y los requisitos establecidos por la superintendencia de compañías. El total de la inversión inicial es de \$ \$19.883,34 del cual \$10,000 será abonado por el propietario del negocio y el resto será financiado por un banco.

Tabla 19

Inversión Fija

PLAN DE INVERSIÓN				
ACTIVO NO CORRIENTE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL
ÁREA DE PRODUCCIÓN				
COCINA				
Congelador Pequeños	3	\$ 185,00	\$ 555,00	5
congelador mediano	1	\$ 279,99	\$ 279,99	5
Pasteurizador	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	5
Máquina de Mantecado	1	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	5
Refrigerador Industrial(Congelador)	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	5
Licadora de Mano	1	\$ 150,00	\$ 150,00	5
Instalación de CO2 (contra incendios)	1	\$ 700,00	\$ 700,00	5

RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA

cajonera	1	\$ 20,00	\$ 20,00	5
Mesas 4m2	1	\$ 150,00	\$ 150,00	5
LIMPIEZA, HIGIENE Y SANITIZACION				
Ajax Cloro Polvo 500 gr (Pomo).	6	\$ 2,18	\$ 13,08	0,05
Desinfectante Piso Oceanblue Italclean Lt.	3	\$ 1,50	\$ 4,50	0,05
Desinfectante tips 2000ml	5	\$ 2,99	\$ 14,95	0,05
Escoba plástica	3	\$ 2,07	\$ 6,21	0,05
Esponja Cocina Vileda x Unidad	5	\$ 0,99	\$ 4,95	0,05
Esponja Dorada (Solex)	5	\$ 0,69	\$ 3,45	0,05
Guantes SQL 100% Medium latex	7	\$ 10,10	\$ 70,70	0,05
Mallas Nylon Para Cabello Caja x144 und.	4	\$ 18,20	\$ 72,80	0,05
Papel Higiénico para dispensador (x4)	8	\$ 13,93	\$ 111,44	0,05
Jabón líquido para dispensador x galón	6	\$ 7,50	\$ 45,00	0,05
Recogedor basura con pala	3	\$ 2,70	\$ 8,10	0,05
TOTAL			\$ 15.427,17	

ÁREA DE ADMINISTRATIVA

Caja registradoras Sam4ser350ii	3	\$ 425,00	\$ 1.275,00	5
Carritos de Helados	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00	5
Computadoras	1	\$ 500,00	\$ 500,00	5
Impresora	1	\$ 68,00	\$ 68,00	5
Aire Acondicionado	1	\$ 449,99	\$ 449,99	5
TOTAL			\$ 3.642,99	
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 19.070,16	

Total de Gastos Preoperativos(Municipio) **\$246,00**

INVERSIÓN INICIAL

	Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 19.070,16
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 246,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 567,18
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$19.883,34

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.1.1. Crédito Bancario

El préstamo se lo realizará al banco del Pacifico, con una tasa de 9,3%, las mensualidades son de \$209,19. Esta deuda tiene un plazo de 5 años para ser cancelada en su totalidad.

Tabla 20

Condiciones del Crédito

Inversión Inicial	\$19.883,34
Recursos Propios	\$10,000
Capital requerido	\$9.883, 34

Condiciones del Crédito

Valor del Préstamo	\$ 10.000,00
Periodos de pago	60
Tasa de interés	9,3%
Forma de capitalización	mensual a 5 años
Pagos	\$ 209,19

Financiamiento

No	Pago	Interés	Amortización	Saldo
0				\$ 10.000,00
1	\$ 209,19	\$ 77,75	\$ 131,44	\$ 9.868,56
2	\$ 209,19	\$ 76,73	\$ 132,46	\$ 9.736,10
3	\$ 209,19	\$ 75,70	\$ 133,49	\$ 9.602,61
4	\$ 209,19	\$ 74,66	\$ 134,53	\$ 9.468,08
5	\$ 209,19	\$ 73,61	\$ 135,57	\$ 9.332,51
6	\$ 209,19	\$ 72,56	\$ 136,63	\$ 9.195,88
7	\$ 209,19	\$ 71,50	\$ 137,69	\$ 9.058,19
8	\$ 209,19	\$ 70,43	\$ 138,76	\$ 8.919,43
9	\$ 209,19	\$ 69,35	\$ 139,84	\$ 8.779,59
10	\$ 209,19	\$ 68,26	\$ 140,93	\$ 8.638,66
11	\$ 209,19	\$ 67,17	\$ 142,02	\$ 8.496,63
12	\$ 209,19	\$ 66,06	\$ 143,13	\$ 8.353,51
13	\$ 209,19	\$ 64,95	\$ 144,24	\$ 8.209,27
14	\$ 209,19	\$ 63,83	\$ 145,36	\$ 8.063,91
15	\$ 209,19	\$ 62,70	\$ 146,49	\$ 7.917,41
16	\$ 209,19	\$ 61,56	\$ 147,63	\$ 7.769,78

17	\$ 209,19	\$ 60,41	\$ 148,78	\$ 7.621,00
18	\$ 209,19	\$ 59,25	\$ 149,94	\$ 7.471,07
19	\$ 209,19	\$ 58,09	\$ 151,10	\$ 7.319,97
20	\$ 209,19	\$ 56,91	\$ 152,28	\$ 7.167,69
21	\$ 209,19	\$ 55,73	\$ 153,46	\$ 7.014,23
22	\$ 209,19	\$ 54,54	\$ 154,65	\$ 6.859,58
23	\$ 209,19	\$ 53,33	\$ 155,86	\$ 6.703,72
24	\$ 209,19	\$ 52,12	\$ 157,07	\$ 6.546,65
25	\$ 209,19	\$ 50,90	\$ 158,29	\$ 6.388,37
26	\$ 209,19	\$ 49,67	\$ 159,52	\$ 6.228,85
27	\$ 209,19	\$ 48,43	\$ 160,76	\$ 6.068,09
28	\$ 209,19	\$ 47,18	\$ 162,01	\$ 5.906,08
29	\$ 209,19	\$ 45,92	\$ 163,27	\$ 5.742,81
30	\$ 209,19	\$ 44,65	\$ 164,54	\$ 5.578,27
31	\$ 209,19	\$ 43,37	\$ 165,82	\$ 5.412,45
32	\$ 209,19	\$ 42,08	\$ 167,11	\$ 5.245,35
33	\$ 209,19	\$ 40,78	\$ 168,41	\$ 5.076,94
34	\$ 209,19	\$ 39,47	\$ 169,72	\$ 4.907,22
35	\$ 209,19	\$ 38,15	\$ 171,04	\$ 4.736,19
36	\$ 209,19	\$ 36,82	\$ 172,36	\$ 4.563,82
37	\$ 209,19	\$ 35,48	\$ 173,71	\$ 4.390,12
38	\$ 209,19	\$ 34,13	\$ 175,06	\$ 4.215,06
39	\$ 209,19	\$ 32,77	\$ 176,42	\$ 4.038,65
40	\$ 209,19	\$ 31,40	\$ 177,79	\$ 3.860,86
41	\$ 209,19	\$ 30,02	\$ 179,17	\$ 3.681,69
42	\$ 209,19	\$ 28,63	\$ 180,56	\$ 3.501,12
43	\$ 209,19	\$ 27,22	\$ 181,97	\$ 3.319,16
44	\$ 209,19	\$ 25,81	\$ 183,38	\$ 3.135,77
45	\$ 209,19	\$ 24,38	\$ 184,81	\$ 2.950,97
46	\$ 209,19	\$ 22,94	\$ 186,25	\$ 2.764,72
47	\$ 209,19	\$ 21,50	\$ 187,69	\$ 2.577,03
48	\$ 209,19	\$ 20,04	\$ 189,15	\$ 2.387,88
49	\$ 209,19	\$ 18,57	\$ 190,62	\$ 2.197,25
50	\$ 209,19	\$ 17,08	\$ 192,11	\$ 2.005,15
51	\$ 209,19	\$ 15,59	\$ 193,60	\$ 1.811,55
52	\$ 209,19	\$ 14,08	\$ 195,10	\$ 1.616,44
53	\$ 209,19	\$ 12,57	\$ 196,62	\$ 1.419,82
54	\$ 209,19	\$ 11,04	\$ 198,15	\$ 1.221,67
55	\$ 209,19	\$ 9,50	\$ 199,69	\$ 1.021,98
56	\$ 209,19	\$ 7,95	\$ 201,24	\$ 820,74
57	\$ 209,19	\$ 6,38	\$ 202,81	\$ 617,93
58	\$ 209,19	\$ 4,80	\$ 204,38	\$ 413,55
59	\$ 209,19	\$ 3,22	\$ 205,97	\$ 207,57
60	\$ 209,19	\$ 1,61	\$ 207,57	\$ 0,00
Total	\$ 12.551,33	\$ 2.551,33	\$ 10.000,00	

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.2. Depreciación de los activos y Amortización

Tabla 21

Depreciación de los Activos y Amortización de Gastos

DEPRECIACIÓN					ACUMULADA				
ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA UTIL		DEP.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Área de Producción									
Producción	\$15.071,9	5	\$ 2.712,96	\$226,0	\$2.712,6	\$2.712,6	\$2.712,6	\$2.712,6	\$2.712,6
Limpieza	\$355,18	0,05	\$ 7.103,60	\$591,9	\$7.103,0	\$7.103,0	\$7.103,0	\$7.103,0	\$7.103,0
Área Administrativa									
Administrativa	\$3.642,99	5	\$ 655,74	\$54,64					
TOTAL DEPRECIACION ANUAL			\$10.472,30	\$ 872,69	\$9.816,6	\$9.816,6	\$9.816,6	\$9.816,6	\$9.816,6
AMORTIZACIÓN					\$9.816,6	\$19.633,2	\$29.449,7	\$39.266,3	\$49.082,9
ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	VIDA UTIL	AMORTIZACIÓN	AMR. MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	\$246,00	5	\$ 49,20	\$4,10	\$ 49,20	\$ 49,20	\$ 49,20	\$ 49,20	\$ 49,20
TOTAL AMORTIZACION ANUAL			\$ 49,20	\$4,10	\$ 49,20	\$ 49,20	\$ 49,20	\$ 49,20	\$ 49,20

Nota. Elaborado por las autoras del proyecto.

4.3. Costo de Producción

Tabla 22

Costo de Producción

Litro de helado				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
jackfruit(yaca)	kg	1	\$1	\$1
leche	lt	0,45	\$0,9	\$0,405
leche condensada	gr	0,025	\$2	\$0,05
leche evaporada	gr	0,45	\$2,25	\$1,0125
tarrinas térmicas	u	1	\$0,11	\$0,11
Total				
Costo de ración				\$ 2,58

Vasitos de helado por unidad de 120cm³

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
jackfruit	kg	0,111111	\$1	\$0,11
leche	lt	0,05	\$0,9	\$0,05
leche condensada	gr	0,002778	\$2	\$0,01
aditivo(grageas de colores)	gr	0,05	\$1	\$0,05
leche evaporada	gr	0,05	\$2,25	\$0,11
vasitos térmicos	u	1	\$0,05	\$0,05
Total				
Costo de la ración				\$0,37

Paleta de Helado

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
jackfruit (yaca)	kg	0,111111	\$1	\$0,11
leche	lt	0,05	\$0,9	\$0,05
leche condensada	gr	0,002778	\$2	\$0,01
leche evaporada	gr	0,05	\$2,25	\$0,11
palitos de helado	u	1	\$0,02	\$0,02
Total				
Costo de la ración				\$0,29

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Tabla 23

Costo total de Materiales Directos de helado

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS HELADOS DE LITRO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$2,58	\$2,58	\$2,58	2,58	\$2,58
Unidades al mes	504,00	509,00	514,00	519,00	524,00
Costo Material Directo / Mes	\$1.299,06	\$1.311,95	\$1.324,84	\$1.337,72	\$1.337,72
Costo Material Directo / Año	\$15.588,72	\$15.743,37	\$15.898,02	\$16.052,67	\$16.052,67
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS PALETA DE HELADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,29	\$ 0,29	\$ 0,29	\$0,29	\$ 0,29
Unidades al mes	2.016,00	2.036,00	2.056,00	2.077,00	2.098,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 593,04	\$ 598,92	\$ 604,81	\$ 610,98	\$610,98
Costo Material Directo / Año	\$ 7.116,48	\$ 7.187,08	\$ 7.257,68	\$ 7.331,81	\$ 7.331,81
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS VASITOS DE HELADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,37	\$ 0,37	\$ 0,37	\$ 0,37	\$ 0,37
Unidades al mes	2.376,00	2.400,00	2.424,00	2.448,00	2.472,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 889,02	\$ 898,00	\$ 906,98	\$ 915,96	\$ 915,96
Costo Material Directo / Año	\$ 10.668,24	\$ 10.776,00	\$ 10.883,76	\$ 10.991,52	\$ 10.991,52

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

El sector productivo, contará con una persona que trabajara a medio tiempo en la fabricación de los helados esta persona laborará, solo en el día pero recibirá todos los beneficios establecidos por la ley.

Tabla 24

Mano de Obra Directa Fija

Beneficios Sociales de Ley

Décimo Tercero	8,33%
Décimo Cuarto	\$ 31,25
Fondos de Reserva	8,33%
Vacaciones	4,17%
Aporte Patronal	11,15%
IECE + SECAP	1,00%

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	BSL	TOTAL/PERSONA	Costo MOD mensual
PRODUCTOR	1	\$ 187,50	\$ 77,47	\$ 264,97	\$ 264,97
TOTAL SUELDOS DE PRODUCCION	1	\$ 187,50	\$ 77,47	\$ 264,97	\$ 264,97

COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 249,34	\$ 262,14	\$ 275,59	\$289,73	\$ 304,59
Costo MOD / Año	\$ 2.992,13	\$ 3.145,64	\$3.307,04	\$ 3.476,71	\$3.655,09

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Se contara con auto propio para poder comprar la materia prima y poder transportar el helado al centro comercial por esta razón solo se establece un presupuesto para gastos de combustible.

Tabla 25

Costos Indirectos de Fabricacion

DETALLE	VALOR MENSUAL
Movilización	\$ 120,00
Subtotal (Mensual)	\$ 120,00
Subtotal (Anual)	\$1.440,00
Depreciación PP&E	\$ 9.816,56
CIF ANUALES	\$ 11.256,56

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Tabla 26

Presupuesto en Costos Indirectos de Fabricacion

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIF ANUALES	\$ 11.256,56				
COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MD HELADOS DE LITRO	\$ 15.588,72	\$ 15.743,37	\$ 15.898,02	\$ 16.052,67	\$ 16.052,67
Costo MD PALETA DE HELADO	\$ 7.116,48	\$ 7.187,08	\$ 7.257,68	\$ 7.331,81	\$ 7.331,81
costos MD VASITOS DE HELADO	\$ 10.668,24	\$ 10.776,00	\$ 10.883,76	\$ 10.991,52	\$ 10.991,52
Costo MOD / Año	\$ 2.992,13	\$ 3.145,64	\$ 3.307,04	\$ 3.476,71	\$ 3.655,09
CIF ANUALES	\$ 11.256,56	\$ 11.256,56	\$ 11.256,56	\$ 11.256,56	\$ 11.256,56
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$ 47.622,12	\$ 48.108,65	\$ 48.603,06	\$ 49.109,27	\$ 49.287,65

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.3.1. Cantidad del Producto

La cantidad de helados que se va a producir, fue enfocada en el número de personas encuestadas en el sector de Bastión Popular y se incorporó, el número de personas que viven en otros sectores, pero visitan el centro comercial Parque California, basado en los datos de la encuesta se estableció la capacidad para producir helados en las diferentes presentaciones. A continuación se muestra los costos de producción por cada carrito de helado.

Tabla 27

Cantidad de Producción

Carrito de helado 1	Helados Vendidos	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribución	Total Costo MP/helados	Ingresos Generados	Margen Contribución
Helados de Litro	168	\$ 2,58	\$ 3,50	0,92	\$ 433,02	\$ 588,00	\$ 154,98
Paletas de Helado	672	\$ 0,29	\$ 0,90	0,61	\$ 197,68	\$ 604,80	\$ 407,12
Vasitos de Helado	792	\$ 0,37	\$ 1,00	0,63	\$ 296,34	\$ 792,00	\$ 495,66
	1632		\$ 5,40			\$1.984,80	\$ 1.057,76
carrito de helado 2	helados Vendidos	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribución	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribución *plato
Helados de Litro	168	\$ 2,58	\$ 3,50	0,92	433,02	\$ 588,00	154,98
Paletas de Helado	672	\$ 0,29	\$ 0,90	0,61	197,68	\$ 604,80	407,12
Vasitos de Helado	792	\$ 0,37	\$ 1,00	0,63	296,34	\$ 792,00	495,66
	1632		5,4			\$1.984,80	1057,76

carrito de helado 3	helados Vendidos	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribución	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribución *plato
Helados de Litro	168	\$ 2,58	\$ 3,50	0,92	433,02	588	154,98
Paletas de Helado	672	\$ 0,29	\$ 0,90	0,61	197,68	604,8	407,12
Vasitos de Helado	792	\$ 0,37	\$ 1,00	0,63	296,34	792	495,66
	1632		5,40	2,15		\$1.984,80	1057,76

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.3.2. Ventas

Las ventas que se obtendrá por cada carrito de helado se muestran en la siguiente tabla, además cuentan con 1% de crecimiento porque actualmente en Ecuador las empresas de helado de tipo industrial de marcas reconocidas poseen un 3% de crecimiento. Como la empresa es nueva y aún no está posesiona en el mercado se aspira a las siguientes ventas.

Tabla 28

Estimación de Venta

INGRESO POR VENTA DE HELADOS DE LITRO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	504	509	514	519	524
Ingresos Mensuales	\$ 1.764,00	\$ 1.782,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.836,00
INGRESOS ANUALES	\$21.168,00	\$21.384,00	\$21.600,00	\$21.816,00	\$22.032,00
INGRESO POR VENTA PALETAS DE HELADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	2.016	2.036	2.056	2.077	2.098
Ingresos Mensuales	\$ 1.814,40	\$ 1.833,00	\$ 1.851,00	\$ 1.870,00	\$ 1.889,00
INGRESOS ANUALES	\$21.772,80	\$21.996,00	\$22.212,00	\$22.440,00	\$22.668,00
INGRESO POR VENTA DE VASITOS DE HELADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	2.376	2.400	2.424	2.448	2.472
Ingresos Mensuales	\$ 2.376,00	\$ 2.400,00	\$ 2.424,00	\$ 2.448,00	\$ 2.472,00
INGRESOS ANUALES	\$28.512,00	\$28.800,00	\$29.088,00	\$29.376,00	\$29.664,00

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.4. Gastos Administrativos

Estos gastos representan los sueldos y salarios del personal administrativo y los gastos por los servicios básicos, el internet, el alquiler del local y de los puestos en el centro comercial.

Tabla 29

Gastos Administrativos

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Beneficios Sociales L	Total/Sueldo y Beneficio	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente General	1	\$ 600,00	\$ 229,15	\$ 829,15	\$829,15
TOTAL	1	600,00	\$ 229,15	\$ 829,15	\$829,15

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 779,15	\$ 829,15	\$ 829,15	\$ 829,15	\$ 829,15
Sueldos y Salarios / año	\$ 9.349,80	\$ 9.949,80	\$9.949,80	\$ 9.949,80	\$9.949,80

Nota.Elaborado por autoras del proyecto.

Tabla 30

Otros Gastos Administrativos

Detalle	Valor Mensual
Energía Eléctrica/Agua	\$ 41,00
Internet/Celular	\$ 80,00
Teléfono	\$ 10,00
Alquiler del local (fabrica)	\$ 100,00
Servicios Contables Prestados	\$ 300,00
Alquiler de espacios para los carritos de helado(3)	\$ 180,00
Subtotal (Mensual)	\$ 711,00
Subtotal (Anual)	\$ 8.532,00
Depreciación AA (Área Administrativa)	\$ 655,74
Amortización AA (Constitución)	\$ 49,20
TOTAL	\$ 9.236,94

Nota.Elaborado por autoras del proyecto.

4.4.1. Gastos en Ventas

Estos gastos en ventas, muestran los sueldos y salarios que los vendedores obtendrán en el negocio de los helados con su respectiva comisión, estos vendedores trabajaran en los tres carritos de helado y recibirán el sueldo básico porque son más horas de trabajo, además recibirán las comisiones donde se incluirá la alimentación.

Tabla 31

Gastos en Ventas

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	BSL	Total Sueldo Beneficio	Gasto Total Sueldos y Salarios
Vendedores	3	\$ 375,00	\$ 154,94	\$ 529,94	\$1.589,81
TOTAL	3	\$ 375,00	\$ 154,94	\$ 529,94	\$1.589,81
Comisión de Venta					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	\$1.496,06	\$1.572,82	\$1.653,52	\$1.738,36	\$1.827,55
Comisión	\$357,26	\$360,90	\$364,50	\$368,16	\$371,82
Total Comisión	\$ 1.853,33	\$ 1.933,72	\$ 2.018,02	\$ 2.106,52	\$ 2.199,37
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	\$ 1.853,33	\$ 1.933,72	\$ 2.018,02	\$ 2.106,52	\$ 2.199,37
Total de Gastos en Ventas	\$ 1.853,33	\$ 1.933,72	\$ 2.018,02	\$ 2.106,52	\$ 2.199,37

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.5. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 32

Estado de Resultados Integrales Proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$71.452,80	\$ 72.180,00	\$ 72.900,00	\$ 73.632,00	\$ 74.364,00
(-) Costo de Venta	\$(47.622,12)	\$(48.108,65)	\$(48.603,06)	\$(49.109,27)	\$(49.287,65)
(=) Utilidad Bruta	\$ 23.830,68	\$ 24.071,35	\$ 24.296,94	\$24.522,73	\$25.076,35
(-) Gastos					
Administrativos	\$(18.586,74)	\$(19.290,19)	\$(19.394,80)	\$(19.500,59)	\$(19.607,56)
(-) Gastos de Ventas	\$(1.853,33)	\$ (1.933,72)	\$ (2.018,02)	\$ (2.106,52)	\$(2.199,37)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 3.390,61	\$ 2.847,44	\$ 2.884,12	\$ 2.915,62	\$3.269,42
(-) Gastos					
Financieros	\$(2.510,27)	\$(2.510,27)	\$(2.510,27)	\$(2.510,27)	\$(2.510,27)
(-) Gastos Pre-Operativos	\$(246,00)				
(=) UAIT	\$ 634,35	\$337,17	\$ 373,86	\$ 405,36	\$ 759,16
(-) 15%Participación					
Trabajadores 15%	\$ (95,15)	\$ (50,58)	\$ (56,08)	\$ (60,80)	\$(113,87)
(-) Impuesto a la Renta 22%	22% \$(118,62)	\$ (63,05)	\$ (69,91)	\$ (75,80)	\$ (141,96)
UTILIDAD NETA	\$ 420,57	\$ 223,54	\$ 247,87	\$268,75	\$ 503,32

Nota.Elaborado por autoras del proyecto.

4.6. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 33

Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN NETA	\$(19.883,34)					
VENTAS		\$71.452,80	\$72.180,00	\$72.900,00	\$73.632,00	\$74.364,00
(-) Costo de Venta						\$
(=) Utilidad Bruta		\$(47.622,12)	\$(48.108,65)	\$(48.603,06)	\$(49.109,27)	\$(49.287,65)
(-) Gastos Administrativos		\$23.830,68	\$24.071,35	\$24.296,94	\$24.522,73	\$25.076,35
(-) Gastos de Ventas		\$(18.586,74)	\$(19.290,19)	\$(19.394,80)	\$(19.500,59)	\$(19.607,56)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$(1.853,33)	\$(1.933,72)	\$(2.018,02)	\$(2.106,52)	\$(2.199,37)
(-) Gastos Financieros		\$3.390,61	\$2.847,44	\$2.884,12	\$2.915,62	\$3.269,42
UAIT		\$(863,77)	\$(703,41)	\$(527,43)	\$(334,32)	\$(122,39)
Pago Part. Trab.		\$2.526,84	\$2.144,02	\$2.356,69	2.581,31	\$3.147,03
Pago de IR			\$(95,15)	\$(50,58)	\$(56,08)	\$(60,80)
EFFECTIVO NETO			\$(118,62)	\$(63,05)	\$(69,91)	\$(75,80)
(+) Deprec. Área Prod.		\$2.526,84	\$1.930,25	\$2.243,06	\$2.455,32	\$3.010,43
(+) Deprec. Área Adm.						
(+) Amort. Área Adm.		\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56
(+) Aporte Accionistas	\$10.000,00	\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74
(+) Préstamo concedido	\$10.000,00	\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$116,66	\$11.401,84	\$10.644,89	\$10.781,73	\$10.800,87	\$11.144,05
(+) Saldo Inicial	\$					
(=) FLUJO ACUMULADO	\$116,66	\$11.518,50	\$22.163,39	\$32.945,12	\$43.745,98	\$54.890,03

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.7. Cálculos del TIR Y VAN

En este cálculo se puede observar que, la empresa recupera la inversión en el Segundo año, contando con una TIR de 47,43% y una TMAR 15,59%.

Tabla 34

Cálculo del TIR y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (19.883,34)					
EFFECTIVO NETO		\$2.526,84	\$1.930,25	\$2.243,06	\$2.455,32	\$3.010,43
(+) Deprec. Área Prod.		\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56
(+) Deprec. Área Adm.		\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74
(+) Amortización. Gastos Const.		\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$567,18
(+) Préstamo concedido		\$(1.646,49)	\$(1.806,85)	\$(1.982,83)	\$(2.175,95)	\$(2.387,88)
FLUJO NETO DEL PERIODO	-\$ 19.883,34	\$11.401,84	\$10.644,89	\$10.781,73	\$ 10.800,87	\$11.144,05
Saldo Periodo de Recuperación	\$(19.883,34)	\$(8.481,50)	\$2.163,39	\$12.945,12	\$23.745,98	\$34.890,03

TIR	47,43%
VAN	\$16.379,87
Pay Back	1,7968 años
Razón Beneficio / Costo	1,8238

CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$ 10.000,00	50,00%	21,85%	10,93%
PRESTAMO	\$ 10.000,00	50,00%	9,33%	4,67%
TMAR- Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento				15,59%

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.7.1. Punto de Equilibrio

Para poder encontrar el punto de equilibrio, se trabajó con los costos fijos dentro de esta área se encuentra los gastos de la administración, las ventas, también se tomó los resultados de la depreciación anual del sector de la producción, administración y amortización. Mientras que el costo variable se encuentra representado por los costos de la venta en la producción de helados. Para obtener la cantidad de clientes se estableció por medio de la sumatoria de toda la producción de helado y por último el costo unitario se lo encuentra por medio de la división de los costos variables con los clientes anuales.

Tabla 35

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	COSTOS FIJOS	\$20.440,06	C.U
	COSTOS VARIABLES	\$47.622,12	\$0,81
	CLIENTES ANUALES	58.752	
	PVP	\$ 1,22	

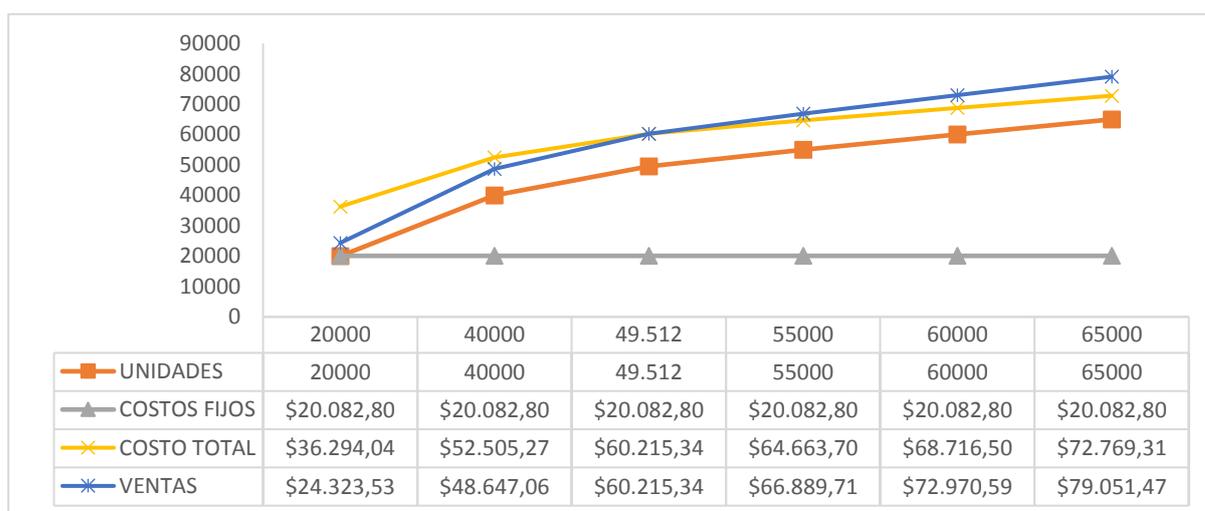
FORMULA:

<i>P.E. Q =</i>	<u>COSTOS FIJOS TOTALES</u>
	<i>PVP u - C VAR. U</i>
<i>P.E. Q =</i>	\$ 20.440,06
	\$ 0,41
<i>P.E. Q =</i>	50.392,81
<i>P.E. \$ =</i>	\$ 61.286,55
<i>P.E. % =</i>	85,77%

UNIDADES	COSTOS FIJOS	C. VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS	UTILIDADES
20000	\$20.440,06	\$16.211,23	\$36.651,30	\$24.323,53	\$(12.327,77)
40000	\$20.440,06	\$32.422,47	\$52.862,53	\$48.647,06	\$(4.215,48)
50.393	\$20.440,06	\$40.846,48	\$61.286,55	\$61.286,55	\$ -
55000	\$20.440,06	\$44.580,90	\$65.020,96	\$66.889,71	\$1.868,75
60000	\$20.440,06	\$48.633,70	\$69.073,77	\$72.970,59	\$3.896,82
65000	\$20.440,06	\$52.686,51	\$73.126,58	\$79.051,47	\$5.924,89

Nota. Elaborado por las autoras del Proyecto.

Gráfico 22 Punto de Equilibrio



Nota. Elaborado por las autoras del proyecto.

4.8. Sensibilidad de escenario

4.8.1. Escenario Pesimista.

En base a la situación económica en el país se puede definir un escenario pesimista en el crecimiento, este porcentaje genera una TIR muy del 14,67% con una TMAR mayor de 15,59% produciendo pérdidas y mostrando que el proyecto no será tan rentable.

Tabla 36

Escenario Pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (19.880,37)					
EFFECTIVO NETO		\$2.884,10	\$2.170,75	\$2.485,94	\$2.700,64	\$3.258,18
(+) Deprec. Área Prod.		\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56
(+) Deprec. Área Adm.		\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74
(+) Amorti. Gastos Const.		\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$564,21
(+) Préstamo concedido		\$(1.646,49)	\$(1.806,85)	\$(1.982,83)	\$(2.175,95)	\$(2.387,88)
FLUJO NETO DEL PERIODO	-\$ 19.880,37	\$ 11.759,11	\$ 10.885,39	\$ 11.024,60	\$ 11.046,19	\$ 11.391,80
Saldo Periodo de Recuperación	\$(19.880,37)	\$(8.121,26)	\$(2.764,13)	\$13.788,74	\$24.834,92	\$36.226,72

TIR	14,67%
VAN	(\$19.201,25)
Pay Back	2,44 años
Razón Beneficio / Costo	-0,97

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

4.8.2. Escenario Optimista

En este escenario se refleja una tasa de crecimiento, mostrando que la viabilidad del proyecto con una TIR alta de 49,13% que sobrepasa a la TMAR.

Tabla 37

Escenario Optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (19.880,37)					
EFFECTIVO NETO		\$2.884,10	\$2.170,75	\$2.485,94	\$2.700,64	\$3.258,18
(+) Deprec. Área Prod.		\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56	\$9.816,56
(+) Deprec. Área Adm.		\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74	\$655,74
(+) Amorti. Gastos Const.		\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20	\$49,20
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$564,21
(+) Préstamo concedido		\$(1.646,49)	\$(1.806,85)	\$(1.982,83)	\$(2.175,95)	\$(2.387,88)
FLUJO NETO DEL PERIODO	-\$ 19.880,37	\$ 11.759,11	\$ 10.885,39	\$ 11.024,60	\$ 11.046,19	\$ 11.391,80
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (19.880,37)	\$ (8.121,26)	\$ 2.764,13	\$ 13.788,74	\$ 24.834,92	\$ 36.226,72

TIR	49,13%
VAN	\$17.286,67
Pay Back	1,7461 años
Razón Beneficio / Costo	1,8695

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

Tabla 38

Calendario de Inversión

		MESES					
Nº	Actividades	1	2	3	4	5	6
1	Gastos Preoperativos	■					
2	Constitucion de la empresa	■					
3	Tramitacion bancaria	■					
4	Busqueda de Proveedores	■	■	■	■	■	■
5	Aceptacion del credito bancario		■				
6	Compra de maquinaria e insumos		■	■			
7	Decoracion de Fabrica			■			
8	Compra de Equipo tecnologico			■			
9	Reclutamiento de Personal			■			
10	Proceso de Produccion			■	■	■	■
11	Inicio de actividades			■	■	■	■

Nota.Elaborado por autoras del proyecto.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

Luego de haber culminado con el proceso de investigación para sostener la viabilidad del estudio económico financiero para comercializar jackfruit en el sector de Bastion Popular, se procede a concluir y recomendar cada objetivo establecido en el proyecto de emprendimiento.

Objetivos	Conclusión	Recomendación
<p>Revisión de la literatura sobre la fruta y de los procesos de elaboración de helado.</p>	<p>Basandose en este objetivo ,la fruta jackfruit, es originaria de la India, pero tambien es cultivada en Ecuador, a pesar de ser poco comercializada es vendida en ciertos sectores populares por los beneficios que posee, por esta razón se decidio lanzar un nuevo producto al mercado. Ya que para su elaboración, se requiere pocos ingredientes, ademas las máquinarias ocupan poco espacio y son de facil manejo.</p>	<p>Se recomienda promocionar los beneficios que tiene jackfruit para que, el cliente conozca las ventajas de este fruto y lo consuma .</p> <p>Ademas, como la fruta se cosecha en Ecuador y se utilizan pocos ingredientes para su elaboración, se debe aprovechar esta fruta, aumentando la produccion e innovando o combinando el jackfruit con otras frutas.</p>
<p>Indagar sobre los gustos y preferencias del consumidor.</p>	<p>Para poder ejecutar este objetivo se acudio a la implementación de las encuestas en el sector de Bastion Popular porque, este lugar es muy visitado ademas, se establecieron preguntas cerradas y faciles para obtener rapida información y conocer los gustos y preferencias del cliente. Se concluye que, ciertas personas conocen la fruta , otros no, sin embargo todos estan dispuestos a consumir el producto si se conoce los nutrientes.</p>	<p>La falta de conocimiento de esta fruta crea un vacio en el consumidor, se recomienda colocar en los empaques las propiedades del fruto y ofrecer muestras del producto.</p>

Objetivos	Conclusion	Recomendación
Diseñar un plan de marketing mix.	Se considera importante aplicar estrategias en la producción y promoción del helado de jackfruit porque, es un producto nuevo y es necesario aplicar una plan para que este helado sea adquirido por el cliente.	Se recomienda, invertir en materia prima o en ingredientes de calidad porque, esta estrategia permite diferenciar el producto de la competencia
Realizar el estudio económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto	El análisis financiero permitió determinar las unidades que se van a vender. Además este procedimiento demostro que el proyecto es viable, porque la microempresa la casa del gelatto s.a, género una TIR de 47,43% demostrando la factibilidad del negocio , la inversión se recupera dentro de 2 años. Por último se contará con un aporte propio por parte del propietario y un préstamo de al banco del Pacífico con una tasa de interés del 9,3% de la cual se aspira cancelar toda la deuda en 5 años.	Invertir en un futuro, en la compra de mas maquinarias que tengan mas capacidad para aumentar la producción y generar mas ventas. Contar con un capital propio para evitar financiar mas dinero a los bancos porque aumentaría mas la deuda y el tiempo.

Figura 46. Conclusión y Recomendación

Nota. Elaborado por autoras del proyecto.

REFERENCIAS

- Amaya, A.J.(2005) Gerencia: Planeación & Estrategia : Editor. Universidad Santo Tomàs de Aquino.
- Andrews, R. (1977) El concepto de estrategia de la empresa. España: Editorial Eunsa.
- Araque,W.(2009) Perfil del Emprendedor Ecuatoriano. Quito Ecuador. Casa editorial Andina.
- Araque, W. J. (2012) Las Pymes y sus situacion actual. Ecuador Universidad Andina Simon Bolivar, Observatorio de la Pymes. Web site
[http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las PyME y su situacion W A.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su_situacion_W_A.pdf)
- Andes, (2014, Noviembre 11) Agencia Publica de Ecuador y Sudamerica.Quito.
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/presidente-ecuador-dice-no-alarma-caida-precio-petroleo.html>
- Barcia,P.J.(2014) Obtención de etanol a partir de Artocarpus heterophyllus lam. (Jackfruit) considerando diferentes estados fisiológicos de la fruta. Quevedo, Ecuador.Universidad Tecnica Estatal de Quevedo. Web site
<http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/620/1/T-UTEQ-0049.pdf>
- Bren, (2014, Mayo 30) el consumo de juegos naturales, fuente saludable, cosas sanas.
<http://www.fuentesaludable.com/porque-debemos-consumir-jugos-naturales/>
- Bentolilla. Crisafulli, Mir, y Rabacedas (2014) Emprendiendo herramientas para emprendedores en formación .Argentina: Editorial Córdoba.
<http://multimedia.cba.gov.ar/web/WEBEmprendiendo.pdf>
- Comunidad Andina Ecuador & Russell Bedford internacional (RBI).(2010)Clasificación de las Compañías Ecuatorianas. Ecuador.(s.2)
- Campbell y Stanly & Kerlinger y Lee (2014). Metodología de la investigación. México. Editorial: MCGRAW-HILL
- Campbell, D. T. y Stanley, J. (1966) Diseño experimentales y cuasi experimentales en la investigación social. Buenos Aires, Argentina. Editorial: Amorrortu.
<https://sociologiaycultura.files.wordpress.com/2014/02/campbell-stanley-disec3b1os-experimentales-y-cuasiexperimentales-en-la-investigacic3b3n-social.pdf>
- Carriòn, D (2012) Ministerio de Inclusión Económico y social, Bono de desarrollo Humano. Ecuador. Web site
<http://www.inclusion.gob.ec/el-bono-de-desarrollo-humano-una-palanca-para-el-desarrollo/>

Castillo, T.S., Sarzosa, M.K. y Villacís, A.C. (2014) Proyecto estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa, néctar y mermelada de jackfruit ubicado en el sector de Quito-Ecuador. Universidad Politécnica Salesiana. Web site

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6820/1/UPS-QT05289.pdf>

Chiavenato, I. (1999). Administración de recursos humanos. Quinta edición. Buenos Aires-Argentina. Editorial Mc Graw Hill. (s.9)

Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (Capeipi) (2013). Resultados estadísticos del censo ecuatoriano. (s.p).

Diario Plan V, Investigación (2014, Diciembre 27). Ecuador en la Órbita de CHINA
<http://www.planv.com.ec/investigacion/investigacion/ecuador-la-orbita-china>

Diario el Universo (2015, Noviembre 30). Más competencia en el 'mundo' de los helados en Ecuador

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/30/nota/5271108/mas-competencia-mundo-helados>

Esteban, J.J. (2017) INNATIA, La Vanguardia. La jaca, una extraordinaria fruta de la India.

<http://www.innatia.com/s/c-frutas-propiedades-frutos/a-el-jack-una-extraordinaria-fruta-de-la-india-6380.html>

EkosCorebusiness (2015, Enero). El emprendimiento en Ecuador.

<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf>

Fidias, G.A. (2006) El proyecto de la investigación, Introducción a la metodología científica. Caracas, Venezuela Editorial. Episteme.

Faidutti, A. (2010) Nuestra Historia Sorbetto

Web site <http://www.sorbetto.ec/Sorbetto/Historia.html>

Fisher, L. y Espejo, J. (2011) Mercadotecnia Cuarta edición México. Editorial: McGraw-Hill/ Interamericana Editores

Fleitman, J. (2000) Negocios Exitosos, como empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. México. Editorial: Mc Graw Hill.

Herrera, Diario el telégrafo. (2015, Julio 25). La tendencia de alimentación sana impone retos y genera negocios.

Hurtado, B. J. (2000) Investigación holística. Caracas, Venezuela. Editorial: Fundación Sypal.

Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP, 2016). El sistema de derecho obtentor como una herramienta del desarrollo nacional. Web site.

<http://www.iniap.gob.ec/web/iniap-participo-en-el-seminario-el-sistema-de-derecho-obtentor-como-una-herramienta-del-desarrollo-nacional/>

Instituto nacional de estadística y censo (INEC2016, Septiembre) Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo, indicadores laborales
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Septiembre-2016/092016_ENEMDU.pdf

Jácome, H y King, K. Ministerio de industrias, productividad (MIPRO) y la facultada latinoamericana de ciencias sociales (FLACSO). (2013). Estudios Industriales del micro, pequeña y mediana empresa. Quito, Ecuador: (p 35).

Kerin, H. R. (2009) Marketing Novena edición Mexico. Editorial: McGraw-Hill Interamericana

Kotler, P & Armstrong, G , (2003) Fundamentos del Marketing. Estado de México. Pearson.

<http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/2016-1/fundamentos-de-marketing-kotler-8edi.pdf>

Lagarde, C. (2016) El comercio. El FMI proyecta recesión y más desempleo en Ecuador.
<http://www.elcomercio.com/actualidad/fmi-recesion-desempleo-ecuador.html>

Lamb, W. C , Hair, JR. J y McDaniel, C .(2011) Marketing Mexico. Editorial: Cengage Learning
<https://utecno.files.wordpress.com/2016/09/lamb-hair-mcdaniel-marketing-11e.pdf>

Lliva, V, Elizabeth L, Fanny L , Ramírez, L. (2012). Elaboración de mermelada en base a Jckfruit (*Arpcarpus heterophyllus*), maracuyá (*Passiflora edulis*) y fibra. Quito-Ecuador. Universidad San Francisco de Quito Colegio Politécnico.
<file:///C:/Users/Pc/Downloads/105455.pdf>

Matamoros, E y Cárdenas, F. (2012) Revista de Gestión. Empresas Ecuatorianas Ponen el Ojo el Medio Ambiente (p.25). Web site
<http://www.revistagestion.ec/?p=2499>

Mintzberg, H. (1984) La estructuración de las organizaciones. Barcelona, España. Editorial: Ariel.

Palella, S. y Martins, F. (2014) Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas Venezuela. Editorial: Pedagógica de Venezuela.

Patoni, R. R y Govea, G. M (2013) Revista Contribuciones a la economía El marketing: diseños de nuevos productos de calidad. México . Grupo eumednet. Web site <http://eumed.net/ce/2013/marketing-nuevos-productos-calidad.html>

Peñañiel, (2016, Septiembre 3). Diario el político. La Asamblea del Ecuador se preocupa por la salud de los ciudadanos. <http://www.elpolitico.com/asamblea-de-ecuador-se-preocupa-por-la-salud-de-los-ciudadanos/>

Porter, E. M. (1980) Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitor. New York. Estados Unidos. Simon And Schu Usa.

Sampieri, R. Collado, C y Baptista, P. (2010) Metodología de la investigación. México. Editorial: the McGraw-Hill.

Santa, P. Feliberto, M. y Arias, F. (2013) Tipos y diseños de investigación. Caracas, Venezuela. Editorial: Fedupe.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (Primera Edición, Quito 2012). Transformación de la matriz productiva, Revolución productiva a través del conocimiento humano. Ecuador. Ediecuatorial (p.23) http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

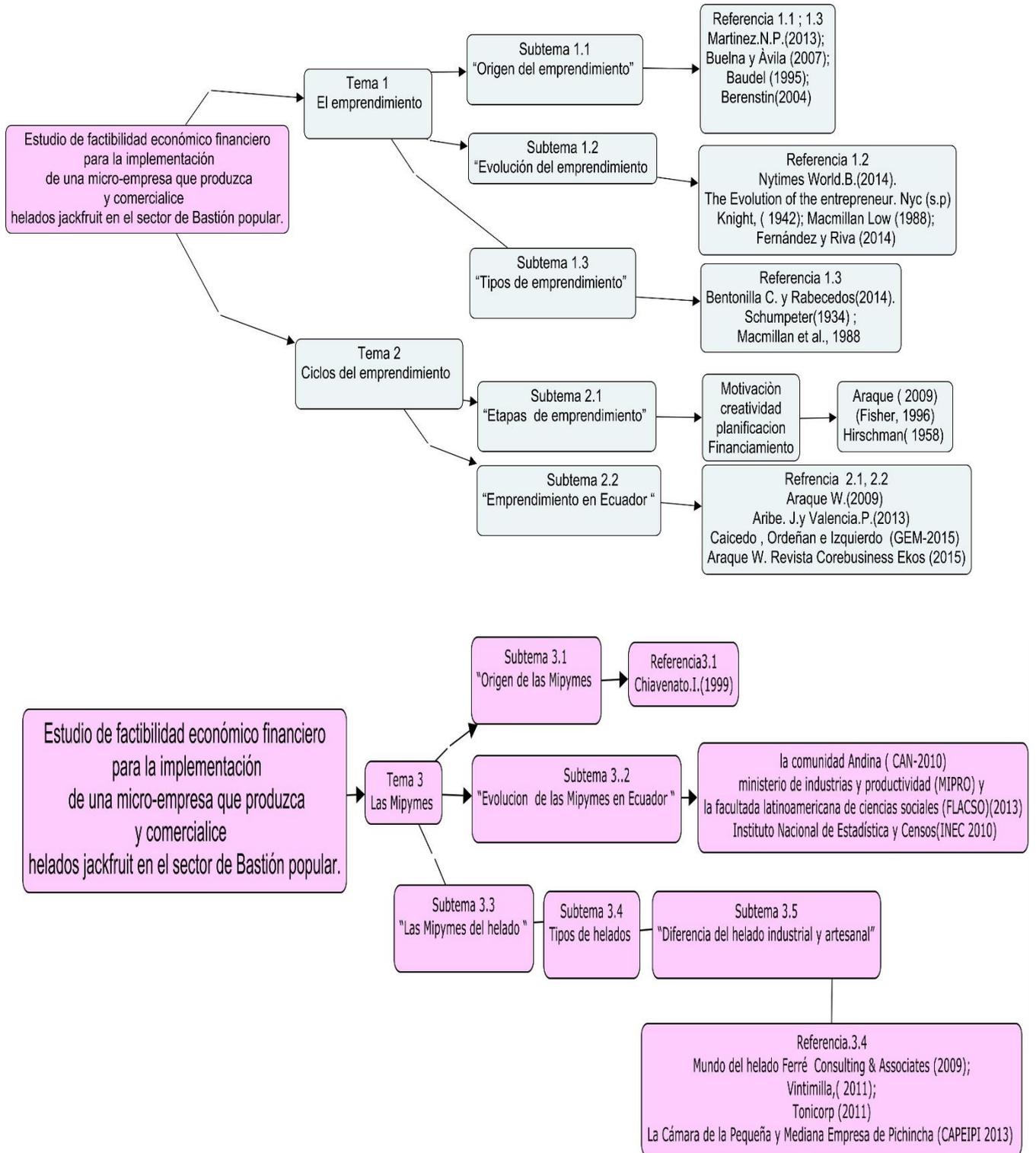
Velazco, F. (2016, Enero 29). Tus finanzas. Programa de educación financiera Efectos de la caída del petróleo en Ecuador. <http://tusfinanzas.ec/conoce-algunos-efectos-de-la-caida-del-precio-del-petroleo-en-el-ecuador/>

Vintimilla, R (2011, Agosto 15). Revista Lideres Ecuador. La Demanda de Helados se Calienta (p.18) http://ecuador.ahk.de/fileadmin/ahk_ecuador/news_bilder/Clipping/2011/Agosto_2011/12-19_Agosto/La_demanda_de_helados_se_calienta.pdf

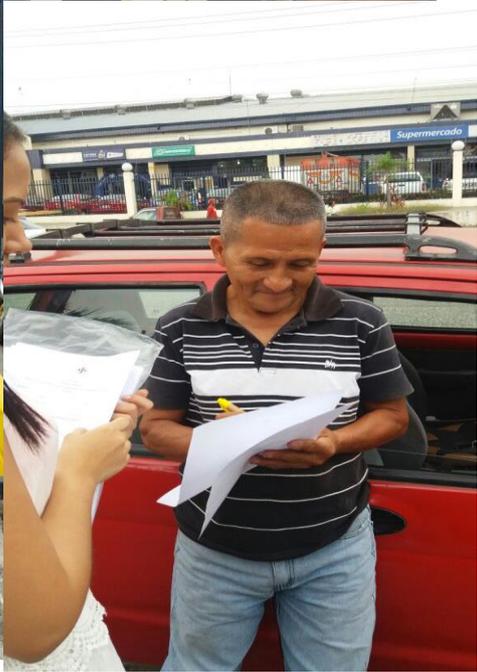
Willians, J. (2017) Revista La voz de Houston . and the Houston Chronicle. Ejemplos de políticas de negocios. <http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-politicas-de-negocio-4686.html>

ANEXOS

Anexo No. 1 Vertebración de Marco Teórico



Anexo No. 2 Fotos de la Encuesta





Anexo No. 3 Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Encuestas

Helados Jackfruit

Objetivo: Conocer los Gustos y Preferencias del Consumidor por el helado artesanal.

1) ¿Genero?

Mujer Hombre Otros

2) ¿Cuántos años tiene usted?

15- 20 20-30 30 o mas

3) ¿Usted tiene preferencia (gusto) por el consumo de helado?

Sí No

4) ¿En caso de no gustarle el helado me podría indicar sus razones y contestar la pregunta 10?

Contiene mucho azúcar es intolerante a la lactosa Otros

4) ¿Qué tipo de Helado Consume?

Artesanal de fábrica

5) ¿Cuál sería la frecuencia en su compra de helados?

Diario Semanal
Mensual
Nunca

6) Cuantas Unidades Compra de Helado?

1-2 3-4 4 o mas

7) Conoce la Fruta Jackfruit

Sí No



8) Si su respuesta fue no, le gustaría probarlo?

Si No Talvez

9) Estaría usted dispuesto a consumir un helado natural de Jackfruit combinado con otros ingredientes como: ?

Otro tipo de frutas solo con Jackfruit yogurt

10) Cuales son las presentaciones que usted preferiría del producto?

Paleta 1 lito vasitos

11) Cuanto usted estaría dispuesto a pagar por las siguientes presentaciones de este helado artesanal?

Precio de la Paleta

\$0,99

\$1,20

\$1,25



Precio de vasito

\$ 1,00

\$ 1,20

\$ 1,25



Precio por 1 litro de helado

\$ 3,50

\$ 3,60

\$3,65



12) Por favor indique tres lugares donde Usted preferiría comprar el helado Jackfruit?

Supermercados Gym
Tiendas Puestos de helado
Gasolineras



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Abad Auria , Joselyn Janina y Sayay Pilco Hilda Maribel** con C.C: # 0925059859 y C.C: 0929813145 autoras del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad económico financiero para la implementación de una micro-empresa que produzca y comercialice helados jackfruit en el sector de Bastión popular.** Previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **20 de Marzo del 2017**

f. 
Nombre: **Abad Auria, Joselyn Janina**

C.C: **0925059859**

f. 
Nombre: **Sayay Pilco, Hilda Maribel**

C.C: **0929813145**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad económico financiero para la implementación de una micro-empresa que produzca y comercialice helados jackfruit en el sector de Bastión popular.		
AUTOR(ES)	Joselyn Janina, Abad Auria; Hilda Maribel Sayay Pilco		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Eco. Jorge Augusto , Maldonado Cervantes		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de Marzo del 2017	No. DE PÁGINAS:	24-158
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento, Negocios, Finanzas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	JACKFRUIT, FRUTA NO TRADICIONAL, HELADO ARTESANAL, EMPRENDIMIENTO, ESTRATEGIA DE MERCADO, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO FINANCIERO		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El presente proyecto tiene como objetivo implementar un nuevo producto en el mercado, elaborado a base de una fruta que no es tan tradicional en el Ecuador llamada Jackfruit, Esto se comercializara específicamente en el sector de Bastión Popular. El capítulo 1, comprende el estudio, evolución y proceso de producción de la fruta Jackfruit , asimismo se utilizará el análisis Pestal y el Foda, cada uno de ellos muestra lo positivo y lo negativo de cada factor. Esto Ayuda a ver el estado actual de la compañía, para así tomar decisiones y mejorar las condiciones de la empresa. En el capítulo 2, se realizará el estudio de mercado en donde se recopiló 382 encuestas; cada una de ellas conformadas por 12 preguntas cerradas, las personas fueron escogidas de manera aleatoria. La utilización de esta herramienta permite a la pequeña empresa conocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, para así analizar la aceptación o no del producto que será comercializado en el mercado seleccionado. En el capítulo 3, se diseñara un plan de marketing mix, que ayudará a aplicar las estrategias necesarias y poder cumplir los objetivos planteados por la empresa. También, la empresa define los procesos de producción del helado y las actividades que se van a realizar dentro de la organización. Finalmente, el capítulo 4 explica el aspecto financiero, donde se encuentra el capital o presupuesto que se requiere para empezar el negocio, las ventas , los gastos mensuales para producir helado de yaca, el préstamo que la futura empresa debe solicitar al banco, las proyecciones financieras y el año donde se recuperará la inversión del negocio de helados.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-89348137 +593-9-94926246	E-mail: joselynabad@yahoo.es Hildasayay@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):::	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-9-84228698		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			