



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Plan de negocios para la implementación de una Heladería artesanal en la
parroquia de Puerto Bolívar**

**RAMIREZ CRUZ MELISSA KAROLAY
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Plan de negocios para la implementación de una Heladería
artesanal en la parroquia de Puerto Bolívar**

**RAMIREZ CRUZ MELISSA KAROLAY
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EMPRENDIMIENTOS

**Plan de negocios para la implementación de una Heladería
artesanal en la parroquia de Puerto Bolívar**

**RAMIREZ CRUZ MELISSA KAROLAY
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO

**MACHALA
2024**

Plan de Negocios para la implementación de una Heladería Artesanal en la parroquia de Puerto Bolívar

por Melissa Karolay Ramírez Cruz

Fecha de entrega: 02-ago-2024 07:46p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2426476272

Nombre del archivo: a_parroquia_de_Puerto_Bol_var-_Ram_rez_Cruz_Melissa_Karolay.docx (2.33M)

Total de palabras: 12633

Total de caracteres: 69286

Plan de Negocios para la implementación de una Heladería Artesanal en la parroquia de Puerto Bolívar

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Militar Nueva Granada Trabajo del estudiante	<1 %
2	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Trabajo del estudiante	<1 %
3	fueib.org Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.pucesa.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
5	www.seidor.com Fuente de Internet	<1 %
6	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
7	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	<1 %
8	doczz.com.br Fuente de Internet	<1 %

9	observatorio.sena.edu.co Fuente de Internet	<1 %
10	tr-ex.me Fuente de Internet	<1 %
11	vbn.aau.dk Fuente de Internet	<1 %
12	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
13	feriasalimentarias.com Fuente de Internet	<1 %
14	ridum.umanizales.edu.co Fuente de Internet	<1 %
15	www.camisea.com.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.grafiati.com Fuente de Internet	<1 %
17	www.utn.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
18	aept.org Fuente de Internet	<1 %
19	biblioteca.uncoma.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
20	biblioteca.usac.edu.gt Fuente de Internet	<1 %

21	de.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
22	grupo1171fundamentosdeadministracionfca.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
23	mejorconsalud.com Fuente de Internet	<1 %
24	moam.info Fuente de Internet	<1 %
25	portal.eco.unc.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
26	sites.google.com Fuente de Internet	<1 %
27	www.mimdes.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
28	www.ticati.com Fuente de Internet	<1 %
29	www.villademazo.es Fuente de Internet	<1 %
30	Manuel Castells, M. ^a Isabel Díaz de Isla. "Diffusion and uses of Internet in Catalonia and in Spain", IN3 Working Paper Series, 2001 Publicación	<1 %
31	kipdf.com Fuente de Internet	<1 %

32 quito-tennessee.olx.com <1 %
Fuente de Internet

33 repositorio.ucsm.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

34 repositorio.uta.edu.ec <1 %
Fuente de Internet

35 tesis.ipn.mx <1 %
Fuente de Internet

36 www.coursehero.com <1 %
Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, RAMIREZ CRUZ MELISSA KAROLAY, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Plan de negocios para la implementación de una Heladería artesanal en la parroquia de Puerto Bolívar, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



RAMIREZ CRUZ MELISSA KAROLAY

0705663631

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios, quien ha sido mi guía constante y mi fuente de fortaleza a lo largo de este período, su gracia me ha permitido llegar hasta aquí, puesto que sin su bendición este logro no habría sido posible.

Así mismo, con todo mi amor y gratitud se lo dedico a mis padres Melvi Leonardo Ramirez Lindao y Margarita Virginia Cruz Torres, por ser mis motores principales para alcanzar esta meta, por educarme e inculcarme valores que hoy se reflejan en la persona que soy y por apoyarme incondicionalmente en cada momento de esta etapa.

También a mis hermanos Davis y Lionel Ramirez Cruz y demás familiares por brindarme su apoyo, sus sabios consejos y por ser esa voz alentadora que muchas veces me sostuvo cuando más lo necesitaba en este arduo recorrido de la vida universitaria.

Melissa Karolay Ramirez Cruz

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por guiarme y fortalecerme durante todo este proceso. Su infinita sabiduría y amor han sido mi refugio en los momentos más difíciles, gracias por cada bendición recibida, por iluminar mi camino y por darme la perseverancia necesaria para alcanzar esta meta.

A mis padres Melvi Ramirez y Margarita Cruz, a quienes les debo todo lo que soy. Su apoyo incondicional, sus sacrificios y su amor han sido mi mayor inspiración, gracias por enseñarme a luchar por mis sueños y por estar a mi lado en cada paso de este proceso.

A mis estimados docentes de la prestigiosa Carrera de Administración de Empresas, quienes me han guiado y han compartido su conocimiento con paciencia y dedicación, sin duda alguna su compromiso con mi formación ha sido fundamental para alcanzar este objetivo.

Y finalmente, a mis compañeros de la Universidad, por haber compartido conmigo estos años de aprendizaje y crecimiento, por brindarme su amistad genuina y hacerme partícipe de momentos inolvidables.

Melissa Karolay Ramirez Cruz

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un plan de negocios que se centra en la creación de una heladería artesanal en la Parroquia de Puerto Bolívar, dentro de la ciudad de Machala. Su objetivo principal es ofrecer helados elaborados a partir de ingredientes frescos y naturales, con sabores innovadores en el mercado heladero y una presentación personalizada, con la finalidad de satisfacer la creciente demanda de productos alimenticios saludables y de calidad. La investigación es exploratoria – descriptiva, con un enfoque mixto, aplicando el método deductivo e inductivo, utilizando técnicas de revisión bibliográfica y encuestas. El mercado objetivo son los residentes de la mencionada parroquia, a quienes se les realizó una encuesta con el fin de recolectar información veraz sobre la aceptación del producto y a su vez conocer a fondo sus gustos y preferencias. La empresa será de carácter unipersonal cuya razón social es “Mel’s Cream”, donde para determinar su factibilidad se llevó a cabo cinco estudios de viabilidad, los cuales son el estudio técnico, financiero, operativo, ambiental y social, buscando involucrar la participación de la comunidad local, creando fuentes de empleo y colaborando con proveedores locales para obtener la materia prima necesaria para la elaboración del producto. La evaluación financiera del proyecto muestra un balance positivo entre los costos de inversión y los ingresos proyectados, y el financiamiento se obtendrá a través de una combinación de capital propio y externo, lo que permitirá cubrir los costos iniciales y asegurar la sostenibilidad del negocio a largo plazo, por lo cual, resulta que el proyecto es factible.

Palabras claves: Plan de negocios, heladería artesanal, factibilidad.

ABSTRACT

This project is a business plan that focuses on the creation of an artisanal ice cream parlor in the Parish of Puerto Bolívar, within the city of Machala. Its main objective is to offer ice creams made from fresh and natural ingredients, with innovative flavors in the ice cream market and a personalized presentation, in order to satisfy the growing demand for healthy and quality food products. The research is exploratory - descriptive, with a mixed approach, applying the deductive and inductive method, using bibliographic review techniques and surveys. The target market is the residents of the aforementioned parish, to whom a survey was conducted in order to collect accurate information about the acceptance of the product and in turn to fully understand their tastes and preferences. The company will be a sole proprietorship whose company name is “Mel's Cream”, where to determine its feasibility, five feasibility studies were carried out, which are the technical, financial, operational, environmental and social study, seeking to involve the participation of the local community, creating sources of employment and collaborating with local suppliers to obtain the raw materials necessary for the production of the product. The financial evaluation of the project shows a positive balance between investment costs and projected income, and financing will be obtained through a combination of own and external capital, which will cover initial costs and ensure the long-term sustainability of the business. term, therefore, it turns out that the project is feasible.

Keywords: Business plan, artisanal ice cream parlor, feasibility.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	7
ABSTRACT.....	8
DEDICATORIA.....	9
AGRADECIMIENTO	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I:	13
1. IDEA DE NEGOCIO.....	13
1.1 Descripción de la Idea de Negocio	13
1.1.2 Descripción de mi idea de negocio.....	13
1.2 Fundamentación Teórica de la Idea de Negocio.....	14
1.2.1 Historia del Helado.....	14
1.2.2 ¿Qué es un Plan de Negocios?.....	15
1.2.3 ¿Qué es emprendimiento?	15
1.2.4 Problemática	16
1.3 Estudio de Mercado	16
1.3.1 ¿Qué es Estudio de Mercado?	16
1.4 Revisión de Resultados de la Investigación.....	17
CAPÍTULO II.	18
2. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	18
2.1 Descripción del emprendimiento	18
2.2 Fundamentación Gerencial del Emprendimiento	19
2.2.1 Misión.....	19
2.2.2 Visión	19
2.2.3 Objetivos.....	19
2.2.4 Valores.....	19
2.3 Estructura Organizacional.....	20
2.3.1 Organigrama	20
CAPÍTULO III.....	25
3. MODELO DE NEGOCIO	25
3.1 Segmento de Mercado.....	25
3.2 Propuesta de Valor.....	26
3.3 Canales de Comercialización	27

3.4 Relación con los clientes:	27
3.5 Fuentes de Ingreso	28
3.6 Calidad	29
3.7 Análisis Estadístico	30
3.7.1 Población Universo	30
3.7.2 Población Objeto de Estudio	31
3.7.3 Tamaño de la Muestra	31
3.7.4 Instrumentos de Recolección de Datos.....	32
3.8 Activos para el funcionamiento del negocio	48
3.9 Actividades del Negocio	50
3.10 Red de Socios	53
3.11 Estructura de Costos	55
CAPÍTULO IV	62
4. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO	62
4.1 Factibilidad Técnica	62
4.1.2 Equipo y maquinaria.....	64
4.1.3 Capacidad de Producción / Tamaño Óptimo	66
4.1.4 Estructura Organizacional	67
4.1.5 Manual de funciones.....	67
4.1.6 Formalización	71
4.2 Factibilidad Financiera	72
4.3 Factibilidad Operativa	78
4.4 Factibilidad Ambiental	80
4.5 Factibilidad Social	81
5. Conclusiones	82
6. Recomendaciones	82
7. Referencias	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de las ideas de negocio	14
Tabla 2. Revisión de Resultados	17
Tabla 3. Datos Generales de la Empresa	18
Tabla 4. Valores	20
Tabla 5. Funciones del Gerente	21
Tabla 6. Funciones del Departamento Administrativo	22
Tabla 7. Funciones del Departamento de Producción	22
Tabla 8. Funciones del Departamento de Marketing	23
Tabla 9. Funciones del Área de Contabilidad.....	23
Tabla 10. Funciones del Área de Producción	24
Tabla 11. Funciones del Área de Ventas y Publicidad	24
Tabla 12. Segmentación de consumidores de helados artesanales	25
Tabla 13. Delimitación de territorio.....	26
Tabla 14. Lista de Clientes (ejemplo)	28
Tabla 15. Proyección de ventas diarias, mensuales y anuales	29
Tabla 15. Segmentación Geográfica	31
Tabla 16. Género de las Personas Encuestadas	32
Tabla 17. Edad de los Encuestados.....	33
Tabla 18. Consumo de Helados Artesanales.....	34
Tabla 19. Presentación del Helado Artesanal	36
Tabla 20. Características del Helado Artesanal	37
Tabla 21. Factores de condición de compra.....	38
Tabla 22. Precio del Helado Artesanal	39
Tabla 23. Variación en presentación de helados artesanales	40
Tabla 24. Frecuencia de consumo.....	41
Tabla 25. Envase de presentación con detalle personalizado	42
Tabla 26. Presentación del helado en diferentes tamaños.....	43
Tabla 27. Helados de tamaño familiar	44
Tabla 28. Medios de Comunicación	45
Tabla 29. Canales de ventas.....	46

Tabla 30. Personas que les gustaría realizar su compra en línea	47
Tabla 31. Maquinaria y Equipo	48
Tabla 32. Equipos de Computación	49
Tabla 33. Muebles y enseres de administración	49
Tabla 34. Muebles y enseres de planta	49
Tabla 35. Equipos industriales de seguridad.....	49
Tabla 36. Herramientas	50
Tabla 37. Resumen de los activos fijos.....	50
Tabla 38. Gastos de Constitución	50
Tabla 39. Estructura de Costos directos e indirectos	55
Tabla 40. Resumen Capital de Trabajo.....	60
Tabla 41. Resumen de la Inversión del proyecto	60
Tabla 42. Inversión en capital	60
Tabla 43. Método Alemán	61
Tabla 44. Amortización del préstamo por el Método Alemán.....	61
Tabla 45. Descripción de Maquinaria y Equipo	64
Tabla 46. Capacidad de Producción.....	66
Tabla 47. Manual de funciones del gerente general	67
Tabla 48. Manual de funciones del Cajero	68
Tabla 49. Manual de funciones del Operario.....	69
Tabla 50. Manual de funciones del Bodeguero	69
Tabla 51. Manual de funciones del Vendedor	70
Tabla 52. Balance General.....	73
Tabla 53. Estado de Resultados	74
Tabla 54. Distribución de la Inversión.....	74
Tabla 55. Cálculo de la TMAR.....	76
Tabla 56. Cálculo de la Tasa de Rendimiento Mixta.....	76
Tabla 57. Flujo de Caja.....	76
Tabla 58. Cálculo del VAN y TIR	77
Tabla 59. Turnos y Horario.....	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Organigrama estructural	21
Gráfico 2. Propuesta de Valor.....	26
Gráfico 3. Canales de comercialización.....	27
Gráfico 4. Flujograma de proceso de elaboración de helados	30
Gráfico 5. Género de las Personas Encuestadas	33
Gráfico 6. Edad de los Encuestados.....	34
Gráfico 7. Consumo de Helados Artesanales	35
Gráfico 8. Sabores tradicionales de preferencia	35
Gráfico 9. Presentación del Helado Artesanal	36
Gráfico 10. Características del Helado Artesanal	37
Gráfico 11. Aspectos importantes al adquirir el producto	38
Gráfico 12. Factores de condición de compra	39
Gráfico 13. Precio del Helado Artesanal	40
Gráfico 14. Variación en presentación de helados artesanales	41
Gráfico 15. Frecuencia de consumo.....	42
Gráfico 16. Envase de presentación con detalle personalizado	43
Gráfico 17. Presentación del helado en diferentes tamaños	44
Gráfico 18. Precio de helados de tamaño familiar	45
Gráfico 19. Medios de Comunicación	46
Gráfico 20. Canales de ventas.....	47
Gráfico 21. Personas que les gustaría realizar su compra en línea	48
Gráfico 22. Red de Socios	54
Gráfico 23. Macrolocalización.....	62
Gráfico 24. Micro localización	63

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más consciente de la salud y el bienestar, la demanda de productos alimenticios que no solo sean sabrosos, sino también nutritivos y elaborados de manera responsable, ha crecido exponencialmente. Este cambio en las preferencias en el consumidor ha abierto oportunidades significativas para emprendedores que buscan innovar en el sector alimentario.

En este contexto, surge la creación de “Mel’s Cream” una heladería artesanal en la parroquia de Puerto Bolívar, que se propone a ofrecer helados elaborados con ingredientes 100% naturales, frescos y de alta calidad, siendo aptos también para personas diabéticas por su bajo contenido en azúcares, y que además contará con servicio de internet para que los clientes se sientan a gusto y puedan degustar de un helado saludable en un ambiente acogedor, ya sea en familia, con amigos o pareja, posicionándose así como una alternativa viable y atractiva, no solo por la calidad de sus productos, sino también por su compromiso con prácticas sostenibles y responsables en la producción y comercialización.

Por lo tanto, en este proyecto, se presenta un plan de negocios integral que incluye en el **Capítulo I**, la descripción de la idea de negocio, detallando la propuesta de valor, además se presenta la fundamentación teórica que respalda la elección de este tipo de negocio y un estudio de mercado que identifica la demanda potencial y el perfil del consumidor objetivo.

En el **Capítulo II**, se aborda la estructura organizacional de “Mel’s Cream”, se describe su misión y visión, que reflejan el compromiso con la calidad y la innovación. Además, se detalla la organización interna, que incluye los roles y responsabilidades del personal, lo que permitirá una operación eficiente y un enfoque en la atención al cliente.

Dentro del **Capítulo III**, se presenta el modelo de negocio que llevará a cabo la empresa “Mel’s Cream”, donde se incluye un análisis detallado del segmento de mercado al que se va a dirigir, así como la propuesta de valor y los canales de comercialización. Así mismo, se exploran las relaciones con los clientes y las fuentes de ingreso, así como la calidad del producto a ofrecer y la estructura de costos para proyectar y controlar las finanzas empresariales.

En el **Capítulo IV**, se evalúa la factibilidad técnica, donde se define la capacidad de producción, la macro y micro localización, la estructura organizacional,

los requisitos que se necesitan para el permiso de funcionamiento y la patente municipal y los manuales de funciones, en el módulo financiero se determina las inversiones del activo fijo, diferido y capital de trabajo con el fin de conocer el valor de la inversión, fuentes de financiamiento y dar a conocer el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja proyectado, en el estudio operativo se detalla las actividades que conllevarán al cumplimiento de la meta, considerando los procesos y recursos necesarios para poder ejecutarles y por último dentro de la factibilidad social y ambiental se especifica las acciones que se llevarán a cabo para contribuir al desarrollo económico de la comunidad local y nuestro compromiso con el medio ambiente.

Finalmente, se concluye con un resumen de los hallazgos más relevantes del plan de negocios, así como las recomendaciones para la implementación exitosa de “Mel’s Cream”.

CAPÍTULO I:

1. IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción de la Idea de Negocio

La semilla de todo es emprendimiento es la idea de negocio, es por ello, Álvarez et. al., (2019) la definen como una breve visión que el emprendedor tiene de su proyecto, lo que debe implicar una solución o aporte de valor a problemas de la sociedad o del medio ambiente, siendo así el punto de partida para la formación de una empresa y el establecimiento de sus objetivos.

Por su parte, González & Blanco (2022) mencionan que las ideas de negocios sugieren la posibilidad de ofrecer un producto o servicio en el mercado y se emergen a partir del ejercicio de diversas habilidades como la observación, la reflexión, la validación y la creatividad por parte de uno o varios emprendedores.

1.1.2 Descripción de mi idea de negocio

Si bien es cierto las tres ideas de negocios mencionadas a continuación son interesantes, sin embargo, una de ellas es la idea innovadora de la cual se tendrá más conocimiento y experiencia.

Primera idea de negocio: Shampoo regenerador de células capilares

Al principio se optó por crear y/o elaborar un shampoo vitamínico regenerador de células capilares en base de productos naturales como es la sábila, planta que nos ayuda en el cuidado de nuestro cuero cabelludo, ofreciéndonos un tratamiento especial al mismo, lo que nos conlleva a lucir un cabello lindo, suave y brillante.

Segunda idea de negocio: Detalles decorativos

Seguido a esto, la segunda opción fue diseñar detalles decorativos que sirven como obsequios para eventos importantes, personalizados de manera única y especial para el evento en cuestión, esto en cuanto a su logo, colores o un mensaje en específico de parte del cliente. Estos detalles vienen en envolturas atractivas, cajas elegantes o empaques especiales que realzan su valor e impacto visual, brindando una presentación única e innovadora, y estarán fabricados con materiales de alta calidad para asegurar que perduren en el tiempo como recuerdos del evento.

Tercera idea de negocio: Heladería artesanal

Para finalizar, la tercera y última elección fue diseñar un plan de negocios para la creación de una heladería, donde se utilizarán ingredientes frescos y naturales de alta calidad para su elaboración, ofreciendo en ella una amplia gama de sabores únicos y creativos, que van más allá de los sabores tradicionales, brindándoles a los clientes

experiencias gustativas únicas y distintas. En cuanto a la presentación creativa de sus envases se lo decorará con el logo de la heladería y un diseño personalizado que puede incluir el nombre de cada uno de los clientes, así mismo contará con una sala de juegos recreativos para que los niños a más de degustar su paladar disfruten mucho más con entretenimientos y los adultos puedan charlar a gusto. A continuación, se presenta la siguiente tabla con la descripción de las ideas de negocio:

Tabla 1. Descripción de las ideas de negocio

Ord.	Producto/servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
1	Shampoo regenerador de células capilares	Es un producto natural/orgánico elaborado con el gel de la sábila que da un tratamiento especial al cabello haciéndolo más suave y brillante.	Aborda la necesidad de fortalecer el cabello desde la raíz hasta las puntas, estimulando la regeneración celular en el cuero cabelludo, agregando brillo, suavidad y volumen.
2	Detalles decorativos	Regalos de cajas sorpresas elegantes decoradas con globos y/o dulces para obsequios o detalles en eventos especiales.	Se ajusta al pedido del cliente con detalles personalizados, expresando gratitud y aprecio hacia su persona especial.
3	Heladería artesanal	Sus helados son elaborados con frutas frescas, productos lácteos de calidad superior y otros ingredientes naturales innovadores, con una decoración creativa en sus envases.	Satisface el paladar al probar un producto con sabor 100% de frutas tropicales, ofreciendo una amplia gama de sabores únicos y creativos.

Elaboración propia (2024)

1.2 Fundamentación Teórica de la Idea de Negocio

1.2.1 Historia del Helado

En los estudios de Hurtado Vallejo y Concha Ramírez (2023) mencionan que, el origen del helado es incierto, sin embargo, se dice que tiene sus raíces en China donde siglos anteriores, ya se combinaban nieve de montaña con miel, frutas y leche. No obstante, Alejandro Magno lo popularizó en Grecia y los romanos lo convirtieron en sorbetes, lo que teóricamente se menciona era uno de los postres favorito del

Emperador Nerón. Sin embargo, fue en 1660 cuando el italiano Procopio diseñó una máquina para mezclar hielo, frutas y azúcar, con lo que se obtenía una crema helada similar al helado moderno, creándose así la primera heladería.

Durante la colonización española y portuguesa que fue dada en el siglo XVI los europeos introdujeron varias técnicas de refrigeración y preparación de postres dentro del continente americano, y siglos después con la llegada de técnicas más avanzadas de refrigeración como el uso de hielo natural y el desarrollo de máquinas para batir, el helado comenzó a popularizarse aún más en América Latina. Fue así que en cada país de dicho continente el helado empezó a incorporar sabores autóctonos y tradicionales.

En México, por ejemplo, los helados de frutas tropicales como mango y papaya se volvieron muy populares. En Brasil, el açai y el guaraná hicieron su aparición en los helados, mientras que en Argentina, el dulce de leche se convirtió en un ingrediente clave. Melo (2023)

En el siglo XX, la popularidad del helado creció en Ecuador, debido que, la influencia italiana y la llegada de inmigrantes europeos trajeron nuevas recetas y técnicas, ayudando a desarrollar una variedad más amplia de sabores y estilos, siendo uno de los aspectos más importantes del helado su integración con las frutas tropicales del país, lo que ha llevado al desarrollo de productos únicos que reflejan su biodiversidad.

Por ello, López et. al., (2022) señala que la creación de las heladerías en Ecuador la gran mayoría son proyectos familiares, realizado por artesanos que consideran la producción y venta de helados como una forma de vida, pero la filosofía empresarial empírica no lo permite crecer y venderlo a otros países.

1.2.2 ¿Qué es un Plan de Negocios?

El plan de negocios es una herramienta de comunicación que posibilita expresar de manera clara y precisa la visión del empresario. Por ello y para fomentar el crecimiento empresarial en aspectos económicos y sociales. Baque Villanueva (2020) manifiesta que, es necesario que las empresas cuenten con una guía fácil, sencilla y que les permita prepararse hacia un cambio favorable en el mundo de los negocios.

1.2.3 ¿Qué es emprendimiento?

Hernández et. al., (2023) nos menciona que una de las actividades laborales destinadas a permitir a los individuos la creación de sus propios negocios, en base a

sus ideas innovadoras creativas, alineadas con sus habilidades y aspiraciones de obtener ingresos económicos para beneficio propio y de su entorno, es el emprendimiento.

Lo que conlleva a Borja et. al., (2020) resaltar lo fundamentales que son los emprendedores en toda economía, dado que pueden prever las demandas del mercado y aportar con nuevas ideas.

Según los estudios de Delgado et. al., (2020) indagados en Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la red mundial más importante sobre emprendimiento, indican que, Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región, seguido por Perú y Brasil.

De hecho, debido a sus buenas condiciones climáticas los autores Palma et. al., (2020) posicionan a Ecuador como un país privilegiado en el sector agroindustrial, con el potencial de convertirse en un importante motor de desarrollo social y contribuir significativamente a la economía nacional.

1.2.4 Problemática

Para empezar un emprendimiento es importante el emprendedor analice el entorno donde va a iniciar su negocio o actividad económica.

Jara et. al., (2022) señalan que, el fracaso de los emprendimientos muchas veces sucede por la falta de apoyo financiero o por no saber gestionar su actividad en lo que respecta a conocimientos o actualizaciones de las competencias.

En Ecuador, la tasa de actividad emprendedora temprana representa el (36,7) por lo que, Rodríguez y García (2019) mencionan que la causa de que los emprendimientos probablemente lleguen a colapsar es por la corta edad de sus creadores, dado que al ser muy jóvenes con poca experiencia y a su vez sin contar con un plan de negocios pueden tomar decisiones que no sean óptimas ocasionándoles complicaciones para mantenerse en el mercado.

1.3 Estudio de Mercado

1.3.1 ¿Qué es Estudio de Mercado?

Es fundamental tomar en cuenta lo importante que es implementar el estudio de mercado para emprender un negocio. De acuerdo con Moncayo et al., (2021) el estudio de mercado es “un conjunto de actividades destinadas a comprender la reacción del mercado, proveedores y competidores ante un producto o servicio. Además, posibilita la evaluación de aspectos cruciales como el precio de los productos y la estrategia de comunicación y distribución”.

Serrano (2020) menciona que el estudio de mercado es un análisis que permite conocer la demanda y la oferta; además, contribuye a discernir la aceptación o rechazo de un producto. En caso de aceptación, este análisis facilita la fijación de precios, posibilitando la competencia exitosa del producto en el mercado.

1.4 Revisión de Resultados de la Investigación

Tabla 2. Revisión de Resultados

Ord.	Idea de negocio	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Total
1	Shampoo regenerador de células capilares	1	3	1	2	7
2	Detalles decorativos	2	3	2	2	7
3	Heladería artesanal	5	4	4	5	18

Elaboración propia (2024)

Como se presenta en la tabla No. 2, la idea con más puntaje es la de la heladería artesanal, porque se tiene una idea clara de lo que se realizará, aunque es cierto que existen muchas heladerías en el mundo, a nivel local, nacional e internacional, esta tendrá un nivel de innovación único, pues en ella se presentarán nuevos sabores, como los helados de mangos o micheladas, tendencia en estos tiempos y gracias al conocimiento familiar, se adquirió experiencia en cuanto a su preparación. A más de eso sabemos que los helados son un producto que jamás pasará de moda, pues, el clima esté frío o caluroso, las personas de todas las edades siempre querrán degustar de ellos, por lo tanto, es un mercado potencial y el capital para obtener los ingredientes no es tan costoso, pues está al alcance del emprendimiento.

CAPÍTULO II.

2. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Descripción del emprendimiento

La Heladería Artesanal “MEL’S CREAM”, es una idea de negocio que nace de la pasión por la creatividad, la innovación y el deleite de los sentidos a través de sabores únicos, lugar que contará con espacios agradables y acogedores donde los clientes tendrán la oportunidad de degustar su paladar disfrutar y entretenerse.

El producto a ofrecer es un helado 100% natural, hecho a base de frutas frescas, utilizando métodos cuidadosos para preservar la frescura y los nutrientes de las frutas, creando helados suaves y cremosos que puedan destacar la calidad de los ingredientes y su segmentación de mercado serán los niños, adolescentes y adultos mayores en general a quienes le encanta degustar de un helado.

El local estará ubicado dentro de la ciudad de Machala, parroquia Puerto Bolívar (Malecón, Calle Olmedo) debido a que cuenta con un clima tropical que favorece el consumo de helados durante todo el año, especialmente en días calurosos y como es de nuestro conocimiento Puerto Bolívar es un importante puerto pesquero y turístico de la región, lo que podría atraer cliente locales y turistas que buscan una opción refrescante durante su visita y experiencias gastronómicas diferentes, lo que busca este negocio, innovar con un producto artesanal que brinde sabores únicos.

Tabla 3. Datos Generales de la Empresa

Razón Social: MEL’S CREAM		Teléfono: 0968527218	
Parroquia: Puerto Bolívar	Cantón: Machala		Provincia: El Oro
Dirección: Cdla. Malecón, Calle Olmedo			
Producto a ofrecer: Helados Artesanales		Situación de la Empresa: Nueva	
Página WEB: MEL’S_CREAM		Tipo de Negocio: Artesanal	
Correo Electrónico: <u>mel'scream03@gmail.com</u>			

Elaboración propia (2024)

2.2 Fundamentación Gerencial del Emprendimiento

En un mundo donde la innovación y la calidad son aspectos fundamentales para el éxito empresarial, surge la necesidad de explorar y comprender la gestión gerencial detrás de una empresa tan emblemática como lo será la heladería “MEL’S CREAM”, es por ello a continuación se detallará los principios y prácticas que la guiarán.

2.2.1 Misión

Nuestra misión es deleitar a nuestros clientes con helados 100% naturales, elaborados con frutas frescas de la más alta calidad, con sabores únicos e innovadores. Nos comprometemos a proporcionar una experiencia única y saludable, celebrando la autenticidad de los ingredientes y fomentando la conexión con la frescura de la naturaleza.

2.2.2 Visión

Nuestra visión es convertirnos en una heladería reconocida para el año 2026 por la excelencia en la calidad y la autenticidad de nuestros productos, siendo líderes en innovación, ofreciendo constantemente nuevos sabores y experiencias que despierten la curiosidad de nuestros clientes.

2.2.3 Objetivos:

2.2.3.1 Objetivo General:

- Elaborar un plan de negocios de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de helados artesanales, ubicada en la parroquia Puerto Bolívar, provincia de El Oro, Ecuador.

2.2.3.2 Objetivos Específicos:

- Establecer el análisis de mercado por medio de la identificación del perfil demográfico y los hábitos de consumo para la población local.
- Evaluar la infraestructura mediante la adaptación de requerimientos para la garantía de cumplimiento de regulaciones y estándares sanitarios.
- Determinar proyecciones financieras mediante su análisis de indicadores para la determinación de viabilidad del negocio.

2.2.4 Valores

Tomamos en cuenta los siguientes valores, que serán para que el emprendimiento se lleve a cabo de manera eficiente y eficaz.

Tabla 4. Valores

Detalle	Descripción
Compromiso	Nos comprometemos a ofrecer helados de la más alta calidad, elaborados con ingredientes frescos y naturales, para satisfacer las expectativas de nuestros clientes.
Responsabilidad	Nos esforzaremos por minimizar nuestro impacto en el medio ambiente mediante prácticas sostenibles en la producción y el empaquetado de nuestros helados, promoviendo así un futuro más saludable.
Perseverancia	Mantendremos viva la tradición de la fabricación artesanal de helados, dedicando tiempo y esfuerzo a perfeccionar nuestras recetas y técnicas para ofrecer un producto excepcional en cada ocasión.
Innovación en sabores y experiencias	Nos destacaremos por nuestra capacidad para sorprender y deleitar a nuestros clientes con sabores innovadores y emocionantes ofreciendo experiencias heladas únicas y memorables.

Elaboración propia (2024)

2.3 Estructura Organizacional

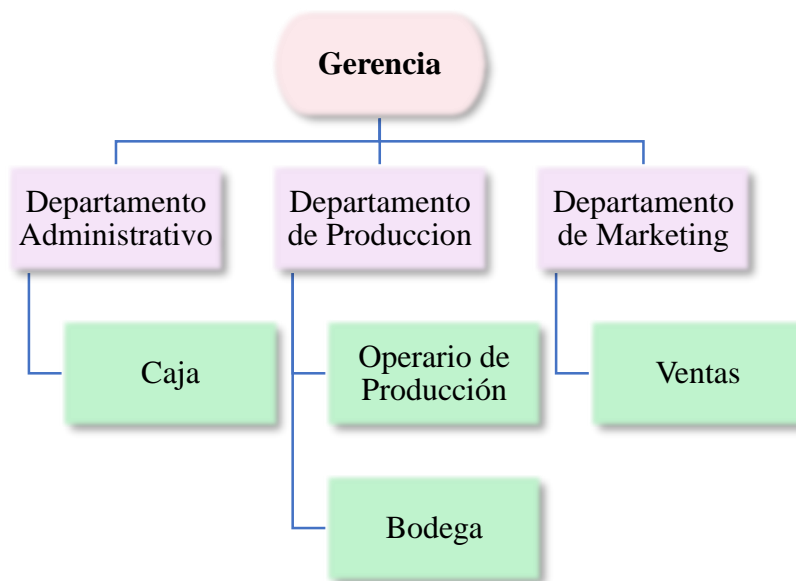
Para Mero Vélez (2018) una organización implica la gestión coordinada de las acciones de un conjunto de individuos con el fin de alcanzar un objetivo o meta compartida, mediante la asignación de tareas y roles específicos, que se lleva a cabo mediante una estructura jerárquica que establece autoridad y responsabilidad.

Debido a esto, Ocampo et. al., (2019) en sus estudios señalan que la estructura organizacional es esencial en cualquier empresa, ya que facilita la distribución de las responsabilidades del personal para que puedan desempeñar sus funciones de manera efectiva y eficiente, contribuyendo así al cumplimiento de las metas y objetivos corporativos.

2.3.1 Organigrama

Un organigrama se encarga de mostrar la estructura interna de la organización en su totalidad: empleados y cargos en un orden jerárquico, sin embargo, Larrosa et. al., (2020) indican que es necesario destacar que no hay ningún organigrama fijo para todas las empresas, porque cada empresa es la que debe seleccionar qué tipo de organigrama es el idóneo para la organización en la que se trabaja.

Gráfico 1. Organigrama estructural



Elaboración propia (2024)

2.3.1.1 Descripción de cada una de las áreas funcionales

Nivel Directivo

Área de Gerencia

Cárdenas et. al., (2020) manifiestan que el gerente es el sector empresarial encargado de buscar la excelencia en la gestión organizacional, no solo supervisando y motivando las actividades, sino también atendiendo a las necesidades y expectativas del personal, permitiendo que cada empleado aproveche al máximo su experiencia y habilidades.

Así mismo Dávila Morán (2022) menciona que debe procurar una estrategia de responsabilidad social, alta productividad y al mismo tiempo mantener estándares de conservación ambiental, en concordancia con las tendencias mundiales, garantizando el uso sostenible de los recursos.

Tabla 5. Funciones del Gerente

Detalle:
<ul style="list-style-type: none">• Coordinar a los equipos de trabajo.• Determinar y planear la proyección de la empresa en el mercado.• Definir y planear las metas y objetivos de la empresa.• Controlar y ampliar la ventaja competitiva de la empresa.• Controlar y planear de forma integral las funciones de los diferentes departamentos.

Elaboración propia (2024)

Nivel Ejecutivo

Jefe del Departamento Administrativo

Es encargado de gestionar y supervisar el área contable de una empresa, asegurando que las finanzas estén en orden y cumpliendo con las obligaciones fiscales y legales correspondientes.

Tabla 6. Funciones del Departamento Administrativo

Detalle:
<ul style="list-style-type: none">• Coordinar y supervisar las registraciones contables, velando porque estas sean completas, oportunas, fidedignas y ajustadas a las normas contables vigentes.• Participar en la definición de políticas y prácticas generales de la Dirección.• Preparar y analizar la información contable-financiera informando periódicamente acerca de la situación patrimonial y de resultados de la institución.• Elaborar el Presupuesto Anual y realizar su seguimiento.• Encargado del procesamiento de facturas, cuenta corriente de proveedores, saldos y movimientos bancarios y tareas de tesorería.• Realizar inventarios actualizados de los bienes y materiales que se disponen.

Elaboración propia (2024)

Jefe del Departamento de Producción

Es encargado de la elaboración de un nuevo producto, mediante el cumplimiento de los estándares de calidad ofrecidos.

Tabla 7. Funciones del Departamento de Producción

Detalle:
<ul style="list-style-type: none">• Encargado de la ingeniería del producto es decir su desarrollo y las especificaciones necesarias para su elaboración.• Definir el proceso adecuado para cada producto y sus modificaciones, preparar hojas de rutas, determinar tiempos de procesos. Todas aquellas actividades relacionadas a la ingeniería de proceso.• Diseño de las instalaciones para la producción, el mantenimiento y el control de los equipos.• Planificar y controlar la producción.• Identificar los insumos necesarios en el proceso productivo.• Control de calidad de los productos.

Elaboración propia (2024)

Jefe del Departamento de Marketing

Es responsable de liderar y administrar a un equipo de vendedores con el objetivo de maximizar las ventas y los ingresos de la empresa.

Tabla 8. Funciones del Departamento de Marketing

Detalle:
<ul style="list-style-type: none">• Aumentar mercado, es decir, buscar continuamente nuevas oportunidades de venta.• Aumentar el conocimiento de la marca: manteniendo y/o mejorando la corporativa en las relaciones con los clientes.• Dar Feedback: comunicando errores en los procesos y/o proponer mejoras.• Vender el producto.• Atender reclamaciones.• Explicar promociones y ofertas disponibles.

Elaboración propia (2024)

Nivel Operativo/Funcional

Área de Contabilidad (Cajero/a)

En esta área se pretende mejorar de manera eficiente las operaciones financieras que ocurran dentro de la empresa. Así como mantener la contabilidad del negocio día a día, es decir, reportar los estados financieros y proporcionar los análisis financieros de la empresa por medio de las razones financieras.

Tabla 9. Funciones del Área de Contabilidad

Detalle:
<ul style="list-style-type: none">• Presentas los siguientes registros: diarios, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros, indicadores financieros.• Realizar comparaciones con períodos anteriores y realizar proyecciones financieras.• Llevar a cabo el pago de impuestos y trámites legales.• Describir y discutir los contratos, licencias, marcas y seguros.• Establecer la estructura legal para la operación de la empresa.

Elaboración propia (2024)

Área de Producción (Operario de Producción y Bodeguero)

Esta área se encarga de elegir la materia prima, buscar el proveedor adecuado, cuidar el proceso de preparación, envasado y etiquetado, regular la frecuencia de compra de materia prima y la disponibilidad del producto cuando sea solicitado.

Tabla 10. Funciones del Área de Producción

Detalle:

- Elegir la materia prima.
- Planear y definir metas de producción.
- Establecer puntos críticos de producción, así como la forma de medirlos y registrarlos.
- Determinar los niveles de producción con base a las estimaciones de la demanda.

Elaboración propia (2024)

Área de Ventas y Publicidad (Vendedor)

Se ocupa de las estrategias de mercado, como son: publicidad, promoción y ventas, para difundir de manera rápida el producto y acrecentar las ventas, estimulando en los clientes el deseo o la necesidad de adquirirlo.

Tabla 11. Funciones del Área de Ventas y Publicidad

Detalle:

- Elaborar estrategias de promoción.
- Elaborar estrategias de publicidad y ventas.
- Evaluar el mercado potencia, así como determinar el crecimiento del mismo.
- Evaluar el sistema de distribución.
- Determinar políticas de precios.
- Definir el mercado meta.

Elaboración propia (2024)

CAPÍTULO III.

3. MODELO DE NEGOCIO

3.1 Segmento de Mercado

Vaca et al., (2019) indican que, la segmentación de mercado es un proceso crucial, dado que, se encarga de dividir el mercado en segmentos más pequeños donde los consumidores compartan características y necesidades similares, con el fin de ofrecer una oferta comercial diferenciada a cada grupo objetivo.

En base a este estudio, Sánchez (2022) argumenta que, dentro de la teoría de la segmentación, la cual detalla la separación del mercado en porciones más pequeñas, señala que existen cuatro formas básicas de segmentar, las cuales son:

- Demográfica
- Geográfica
- Psicográfica
- Económica

Por ello, Romero et al., (2018) señalan que, la determinación del segmento de mercado o grupo de consumidores se lleva a cabo a través de encuestas, entrevistas o sesiones grupales con el público objetivo de tu producto o servicio.

Se hace necesario considerar las siguientes características específicas del grupo de clientes al que dirigimos nuestro negocio:

Tabla 12. Segmentación de consumidores de helados artesanales

Variable	Descripción
Grupo de Edad	Niños, adolescentes, adultos mayores
Sexo	Femenino y masculino
Nivel socioeconómico	Medio, alto, bajo
Nivel de instrucción	Primaria, secundaria, universidad
Localidad	Puerto Bolívar

Elaboración propia (2024)

Define y delimita el territorio que el negocio va a cubrir con su oferta de producto o servicio:

Tabla 13. Delimitación de territorio

<i>Variable</i>	<i>Descripción</i>
Sector	Comercial
Parroquia	Puerto Bolívar
Sitio	Ubicado malecón Puerto Bolívar, Calle Olmedo
Región	Costa
Ciudad	Machala
Provincia	El Oro

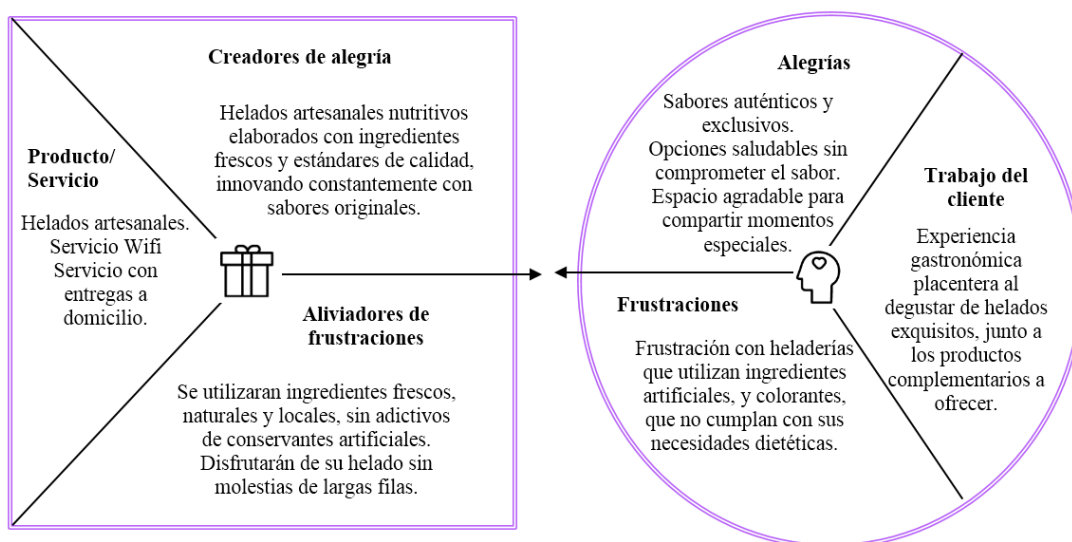
Elaboración propia (2024)

3.2 Propuesta de Valor

Sonderegger (2020) menciona que, la propuesta de valor es el factor clave que determina que un cliente se decida por una empresa, o por otra; tiene como objetivo solucionar un problema o satisfacer una necesidad. Muchas de estas pueden ser innovadoras y otras pueden diferenciarse de la oferta ya existente mediante alguna ventaja adicional.

Por tal razón, se detalla la siguiente propuesta de valor, la misma que será aplicada en el presente emprendimiento de ventas de Helados Artesanales:

Gráfico 2. Propuesta de Valor



Elaboración propia (2024)

3.3 Canales de Comercialización

Para Sumba Bustamante (2022) el canal de comercialización es el eje indispensable en las organizaciones para que sus productos lleguen de manera efectiva a sus destinatarios, por ello, toda organización debe de garantizar a sus clientes que se sigue un proceso eficiente para que los productos o servicios lleguen en el momento adecuado y en perfectas condiciones, satisfaciendo así las necesidades del consumidor y cumplir con los objetivos de la organización.

Bajo este contexto los canales de comercialización que se implementaron para la heladería “Mels’s Cream” son los siguientes:

Gráfico 3. Canales de comercialización



Elaboración propia (2024)

3.4 Relación con los clientes:

Otalora Gutiérrez (2021) menciona que, la atención que se le brindará al cliente es determinante para todo tipo de empresa, ya que implica superar las expectativas de los clientes mediante las acciones por parte de los empleados, desde el momento en que el cliente ingresa. Esta personalización en el trato hace que los clientes se sientan especiales y valoren la calidad del servicio que recibe, lo que repercute de alguna manera en la reputación de la empresa.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se detallará cómo será la atención que se les brindará a los clientes en la heladería.

- Al llegar el cliente al local se le brindara una atención rápida, amable y eficiente por parte del personal dispuesto a resolver cualquier inquietud, junto con un lugar decorado cómodo, agradable y acogedor, teniendo como objetivo incentivar las ventas, para obtener mayor utilidad en la empresa.

- Se escuchará activamente sus opiniones y sugerencias para mejorar nuestro producto demostrando la valoración de opinión de nuestro público objetivo.
- Se utilizará las redes sociales para interactuar con nuestros clientes, compartiéndoles contenido relevante y manteniéndolos informados sobre novedades, promociones y eventos especiales en nuestra heladería.

Tabla 14. Lista de Clientes (ejemplo)

Cientes	Nombre	Contacto	Correo	Red Social
Clientes del Sector	Maritza Cruz	0986743535	mcruz@gmail.com	Facebook
	Emilio Loayza	0967543261	eloayza@gmail.com	Instagram
	Emily Jaén	0986536876	ejaen@gmail.com	Tik tok
	Franco Vera	0964328760	fvera@gmail.com	Instagram
	Adonis Chávez	0984265710	achavez@gmail.com	Facebook
Clientes de otra Ciudad	Xiomara Vera	0986438152	xvera@gmail.com	Facebook
	Génesis Gonzabay	0987643527	ggonzabay@gmail.com	Instagram
	Adrián Centeno	0966352821	acenteno@gmail.com	Tik tok
	Tony González	0987645723	tgonzalez@gmail.com	Facebook
	Ismael González	0962547832	igonzalez@gmail.com	Instagram

Elaboración propia (2024)

3.5 Fuentes de Ingreso

Las fuentes de ingresos son las bases que mantienen en pie un negocio, y a su vez es el valor que el segmento de mercado está dispuesto a pagar, creando así una fuente de ingreso para cada porción de mercado. (Sonderegger, 2020)

En base a eso, las principales fuentes de ingreso dentro del negocio serán las siguientes:

- Venta directa al público de helados artesanales.
- Ofrecer servicios de catering para eventos especiales, como cumpleaños.
- Servicios a domicilio mediante delivery.
- Suministrar el producto a restaurantes, cafeterías, hoteles, escuelas y otros establecimientos.
- Organizar eventos especiales o días temáticos para que degusten de nuevos sabores.

Tabla 15. Proyección de ventas diarias, mensuales y anuales

Producto o Servicio	Venta Diaria			Venta Mensual			Venta Anual		
	Unid	Precio	V. Total	Unid	Precio	V. Total	Unid	Precio	V. Total
Helados artesanales	100	\$0,75	\$ 56,25	2600	\$0,75	\$ 1.950,00	31200	\$0,75	\$ 17.550,00
Helados especiales	100	\$1,00	\$ 75,00	2600	\$1,00	\$ 2.600,00	31200	\$1,00	\$ 23.400,00
Tarrinas de helados artesanales	50	\$2,50	\$187,50	1300	\$2,50	\$ 3.250,00	15600	\$2,50	\$ 58.500,00
Productos complementarios									
Bebidas	10	\$0,75	\$ 7,50	260	\$0,75	\$ 195,00	3120	\$0,75	\$ 2.340,00
TOTAL	260	\$5,00	\$307,50	6760	\$5,00	\$ 7.995,00	81120	\$5,00	\$ 95.940,00

Elaboración propia (2024)

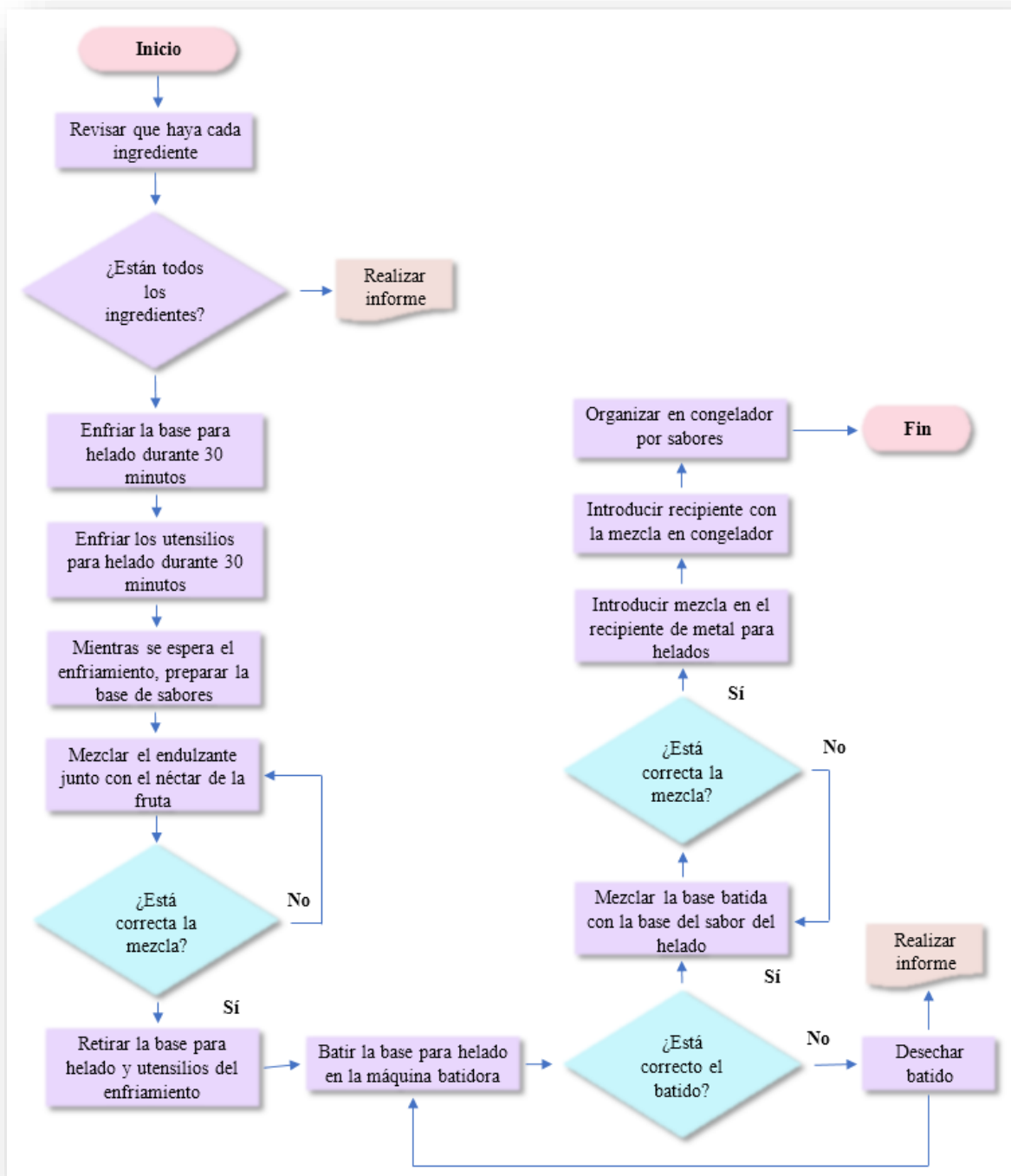
3.6 Calidad

Dentro de la fabricación y elaboración de helados artesanales de “Mel’s Cream” se ha considerado implementar estándares de calidad en su cadena de valor.

Siendo así la Norma ISO 22000 considerada para aplicarse en este negocio, pues según los autores González y García (2022) esta norma detalla los requisitos para que se desarrolle un adecuado sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos (SGIA), enfocándose identificar y controlar los riesgos relacionados con la seguridad alimentaria, desde la producción de las materias primas hasta la entrega del producto final al cliente.

Sin embargo, Romero y Jiménez (2024) en sus estudios mencionan que en Ecuador dentro del Instituto Ecuatoriano de Normalización existe la Norma Técnica INEN 706:2013 la cual se aplica a helados listos para el consumo y a las mezclas para elaborar helados en forma líquida, centrada y pulverizada, y así mismo a todos sus componentes.

Gráfico 4. Flujograma de proceso de elaboración de helados



Elaboración propia (2024)

3.7 Análisis Estadístico

3.7.1 Población Universo

Siñani (2021) expresa que, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, es decir, es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común lo cual

se estudia y da origen a los datos de investigación. Se considera como población universo a los habitantes de la ciudad de Machala que cuenta con 241606 habitantes datos obtenidos del censo INEC, 2022, de los cuales se utilizará la población objeto de estudio de la parroquia de Puerto Bolívar.

3.7.2 Población Objeto de Estudio

La población objeto de estudio se obtiene a partir del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), donde se puede observar que la parroquia de Puerto Bolívar, del cantón Machala, provincia de El Oro, cuenta con una población de 6174 habitantes, siendo este el universo total para poder obtener la muestra respectiva para la realización de encuestas.

Tabla 15. Segmentación Geográfica

Ciudad	Parroquia	Clima
Machala	Puerto Bolívar	Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 21 °C a 31 °C y rara vez baja a menos de 20 °C o sube a más de 32 °C.
Cantidad de Población		
Hombres	Mujeres	Total
3235	2939	6174

Fuente: INEC 2022

3.7.3 Tamaño de la Muestra

Para llegar a conocer la cantidad de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza 95% (1.96)

e = Error admisible (0.5)

N = Población total

p = Proporción esperada 50% (0.5)

Q = Probabilidad negativa 50% (0.5)

Cálculo:

$$n = \frac{6174 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (6174 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{5929.5096}{16.3929}$$

$$n = 361$$

El resultado de la muestra determina que se debe encuestar a 361 personas de la población de Puerto Bolívar, entre jóvenes, niños y adultos mayores. Sin embargo, para una población de 6174 y un margen de error del 5% una muestra de 130 personas es adecuada y es tomada de la zona céntrica más concurrida y habitada del sector para obtener una estimación precisa con un margen de error aceptable, enfoque que equilibra la necesidad de precisión con las limitaciones prácticas en términos de recursos y tiempo.

$$n = \frac{6174}{1 + \frac{6174 - 1}{6174} * 0,05} = 130$$

3.7.4 Instrumentos de Recolección de Datos**Análisis de los datos:**

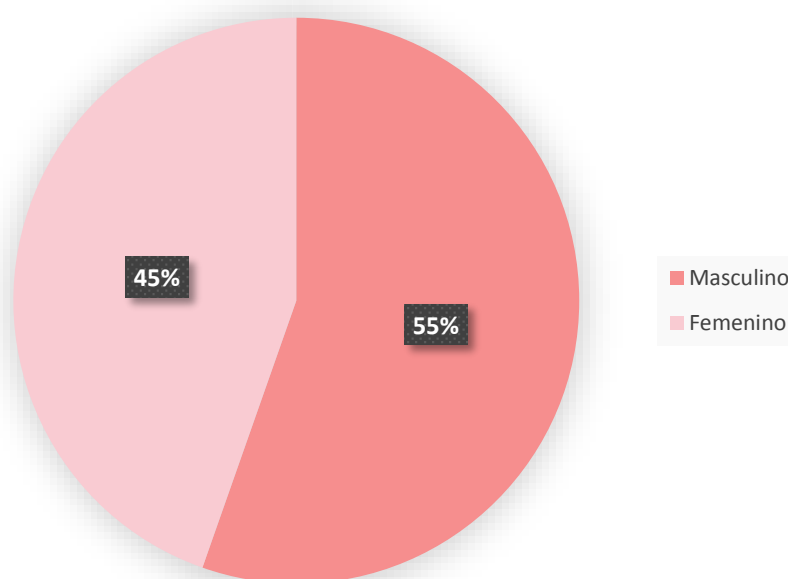
Se aplicó 130 encuestas, para su ejecución se tuvo en cuenta las características y diferenciación del producto, tendencias, gustos de los posibles consumidores y el costo que el cliente estaría dispuesto a pagar.

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?**Tabla 16.** Género de las Personas Encuestadas

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Masculino	72	55%
Femenino	58	45%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 5. Género de las Personas Encuestadas



Nota: Datos de la tabla 16.

Análisis e interpretación:

Se observa que el 55% de la población objetivo encuestada es de sexo masculino, mientras que el 45% restante es de sexo femenino. La predominancia masculina en la encuesta podría influir en las preferencias de productos o servicios de la heladería, no obstante, es crucial considerar las preferencias de ambos géneros para ofrecer una oferta equilibrada que satisfaga a toda la audiencia.

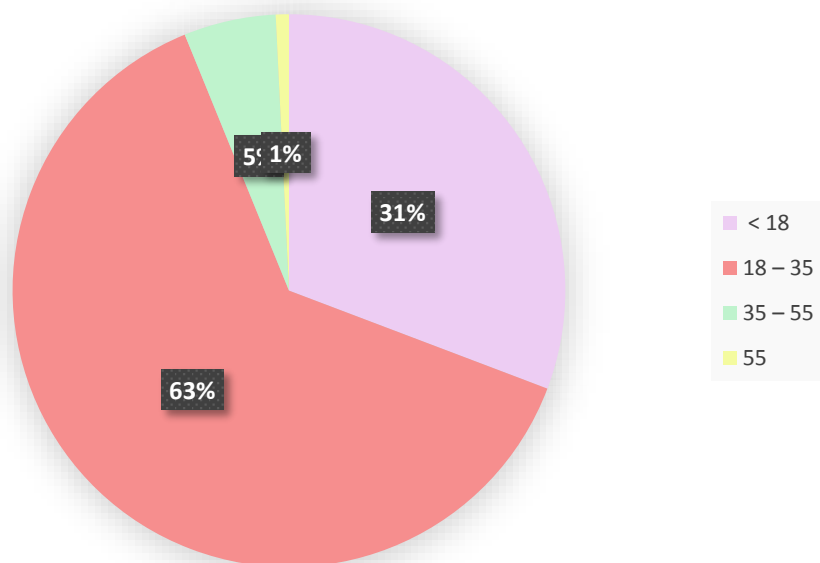
Pregunta 2. ¿Cuántos años tiene?

Tabla 17. Edad de los Encuestados.

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
< 18	40	31%
18 – 35	82	63%
35 – 55	7	5%
55	1	1%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 6. Edad de los Encuestados.



Nota: Datos de la tabla 17.

Análisis e interpretación:

La mayoría de los encuestados son adultos jóvenes de entre 18 y 35 años, representando el 63% de la población objetivo. Los menores de 18 años constituyen el 31%, mientras que los mayores de 35 a 55 años y los mayores de 55 años tienen una representación mucho menor, con el 5% y el 1%, respectivamente.

Estos datos sugieren que la heladería artesanal debería enfocarse en atraer principalmente a los adultos jóvenes, quienes constituyen la mayoría de la muestra, y adaptar los productos a las preferencias de este grupo específico.

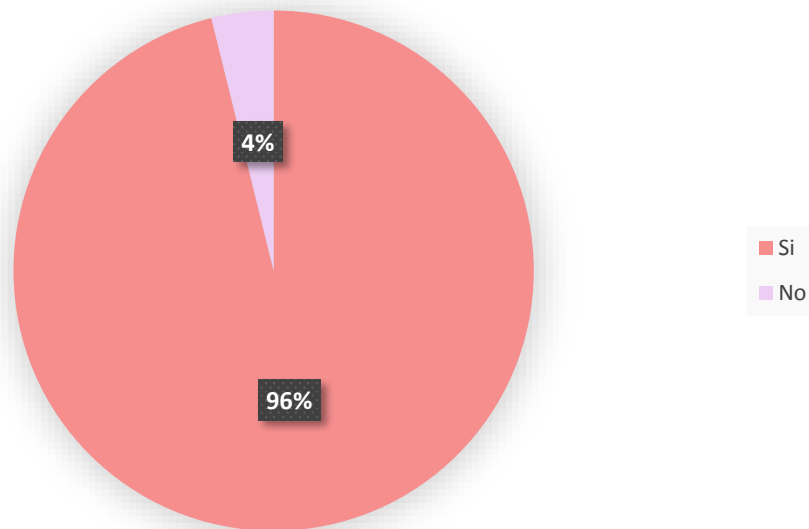
Pregunta 3. ¿Consume usted Helados Artesanales?

Tabla 18. Consumo de Helados Artesanales

Respuesta	Nº de Personas	Porcentaje (%)
Si	125	96%
No	5	4%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 7. Consumo de Helados Artesanales



Nota: Datos tomados de la tabla 18.

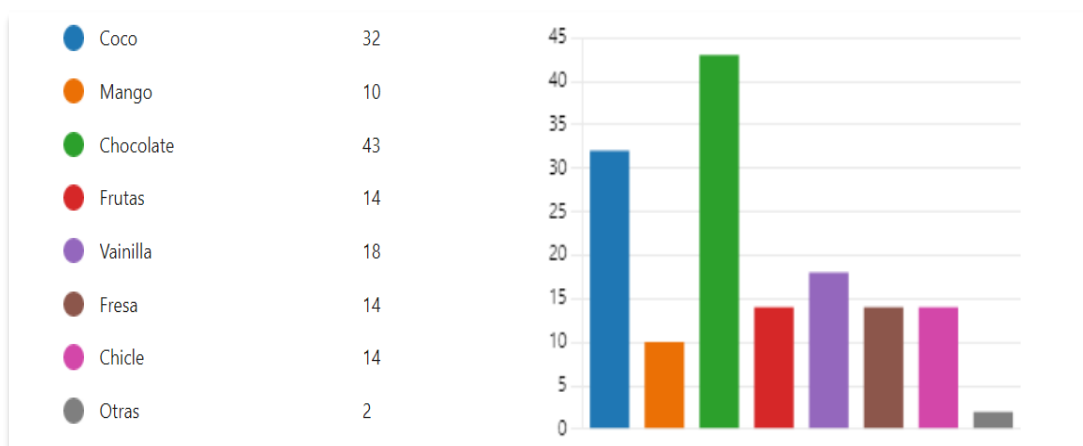
Análisis e interpretación:

Esta pregunta está diseñada para conocer si la población objetivo consume helados artesanales, donde se muestra que el 96% si los consume.

Por lo que se pudo determinar que en la parroquia de Puerto Bolívar existe una gran demanda potencial con respecto al consumo de los helados artesanales.

Pregunta 4. ¿Cuál de los siguientes sabores tradicionales es de su preferencia?

Gráfico 8. Sabores tradicionales de preferencia



Nota: Datos de la pregunta 4.

Análisis e interpretación:

Con respecto a los siguientes resultados, se puede observar que la población de Puerto Bolívar prefiere optar por consumir el helado de chocolate a quienes les parece que es un sabor exquisito, seguido el helado de coco el cual también es un deleite para los porteños, por lo que entendemos que los consumidores prefieren más helados con base de láctea que de agua.

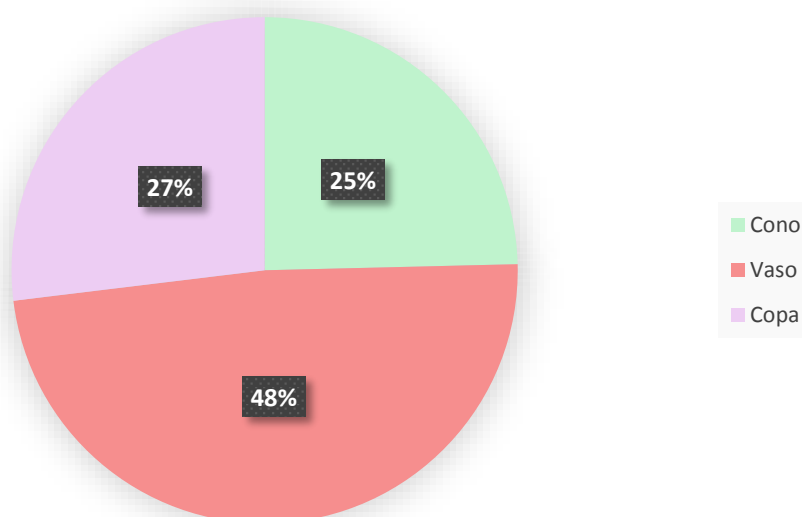
Pregunta 5. ¿En qué tipo de presentación prefiere adquirir los helados artesanales?

Tabla 19. Presentación del Helado Artesanal

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Cono	32	24%
Vaso	63	48%
Copa	35	28%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 9. Presentación del Helado Artesanal



Nota: Datos de la tabla 19.

Análisis e interpretación:

Los datos obtenidos reflejan que, la mayoría de las personas de la parroquia de Puerto Bolívar el 48% de ellos prefieren adquirir los helados en vasos, por lo que esta opción de presentación será la que más se ofrecerá en el negocio.

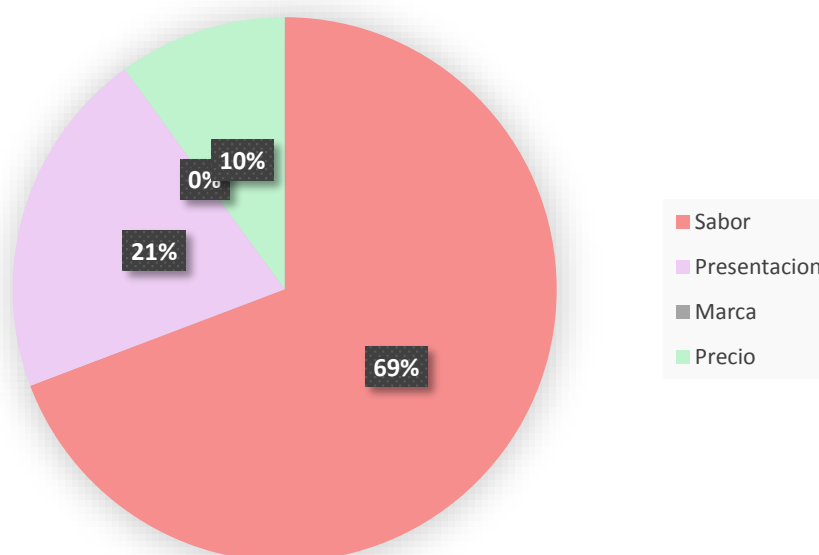
Pregunta 6. ¿Cuáles son las características que considera usted al momento de adquirir un helado?

Tabla 20. Características del Helado Artesanal

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Sabor	90	70%
Presentación	27	20%
Marca	0	0%
Precio	13	10%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 10. Características del Helado Artesanal



Nota: Datos obtenidos de la tabla 20.

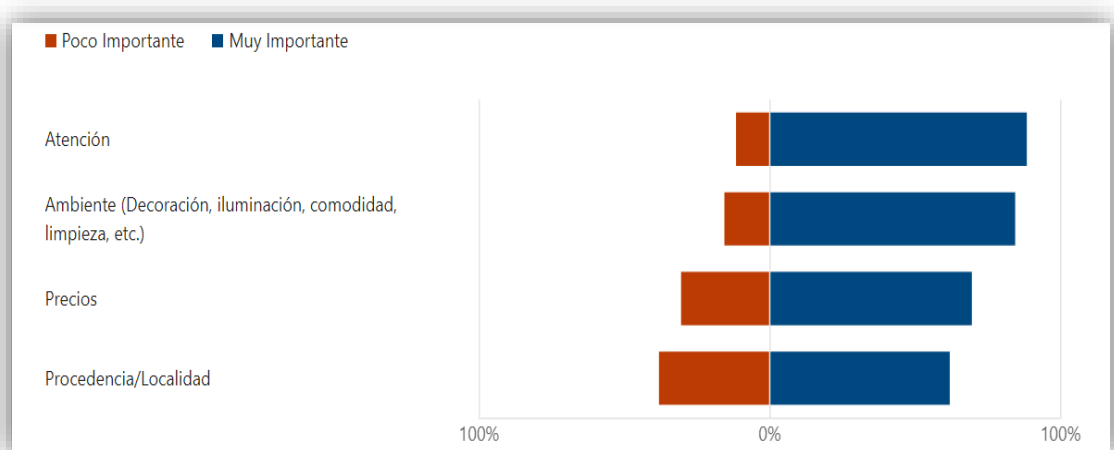
Análisis e interpretación:

De acuerdo al siguiente gráfico se puede apreciar que el 69% de la demanda considera que la característica más importante al momento de adquirir un helado artesanal es el sabor, seguido por la presentación que obtuvo un 21% de respuestas y el último, pero no menos importante, el precio con un 10%.

Por lo tanto, se pudo determinar que las variables que más son tomadas en cuenta al adquirir un helado por el cliente son el sabor, la presentación y el precio.

Pregunta 7. ¿Qué aspectos considera más importantes al momento de adquirir este producto dentro de una heladería?

Gráfico 11. Aspectos importantes al adquirir el producto dentro de la heladería.



Nota: Datos de la pregunta 7.

Análisis en interpretación:

En base a los siguientes resultados se puede determinar que a la población porteña le parece muy importante la atención que se otorga en una heladería y así mismo, el ambiente en donde va a ir a disfrutar de un delicioso helado

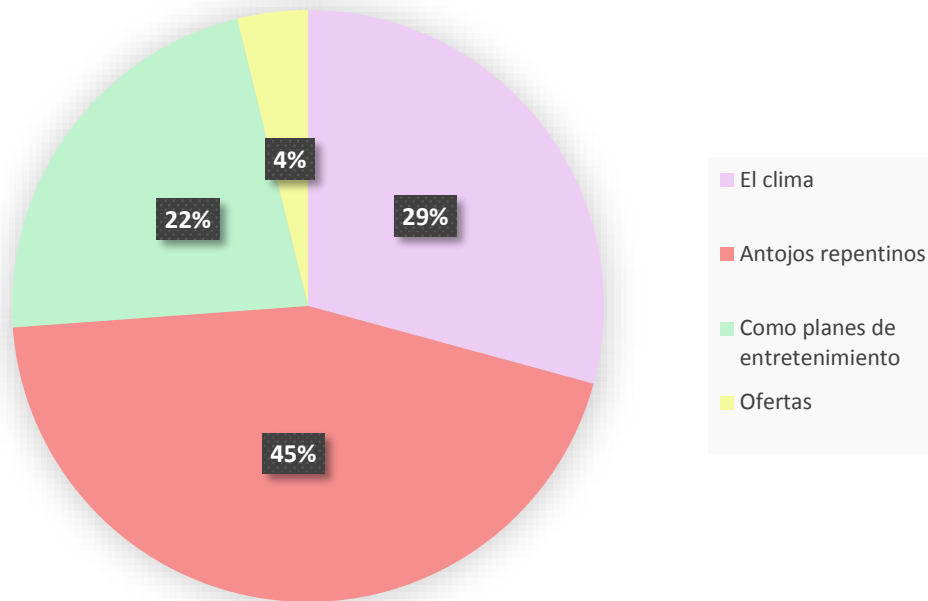
Pregunta 8. ¿Qué factores le condicionan la compra de un helado?

Tabla 21. Factores de condición de compra

Respuesta	Nº de Personas	Porcentaje (%)
El clima	38	35%
Antojos repentinos	58	41%
Como planes de entretenimiento	29	20%
Ofertas	5	4%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 12. Factores de condición de compra



Nota: Datos obtenidos de la tabla 21.

Análisis e interpretación:

Se ha verificado con los datos obtenidos que a la mayoría de las personas (45%) el factor que le condiciona la compra de helados son los antojos repentinos, para pasar un buen momento agradable, seguido por el clima (29%) que es el segundo factor que genera la compra de helados, por el verano de la región.

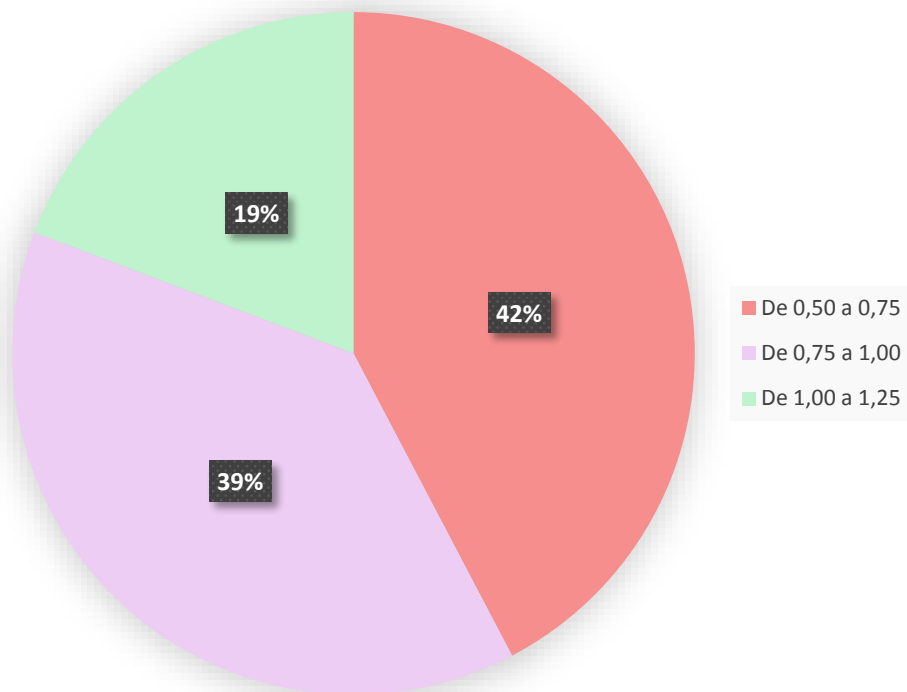
Pregunta 9. ¿Cuál es el precio que paga con frecuencia por la adquisición de un Helado Artesanal?

Tabla 22. Precio del Helado Artesanal

Respuesta	Nº de Personas	Porcentaje (%)
De 0,50 a 0,75	55	42%
De 0,75 a 1,00	50	39%
De 1,00 a 1,25	25	19%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 13. Precio del Helado Artesanal



Nota: Datos obtenidos de la tabla 22.

Análisis e interpretación:

En el presente gráfico se puede evidencia que el 42% de los encuestados están dispuestos a pagar por encima de los \$0,50 de los cuales un 39% podría pagar entre \$0,75 a \$1,00, valores importantes para los ingresos futuros del negocio.

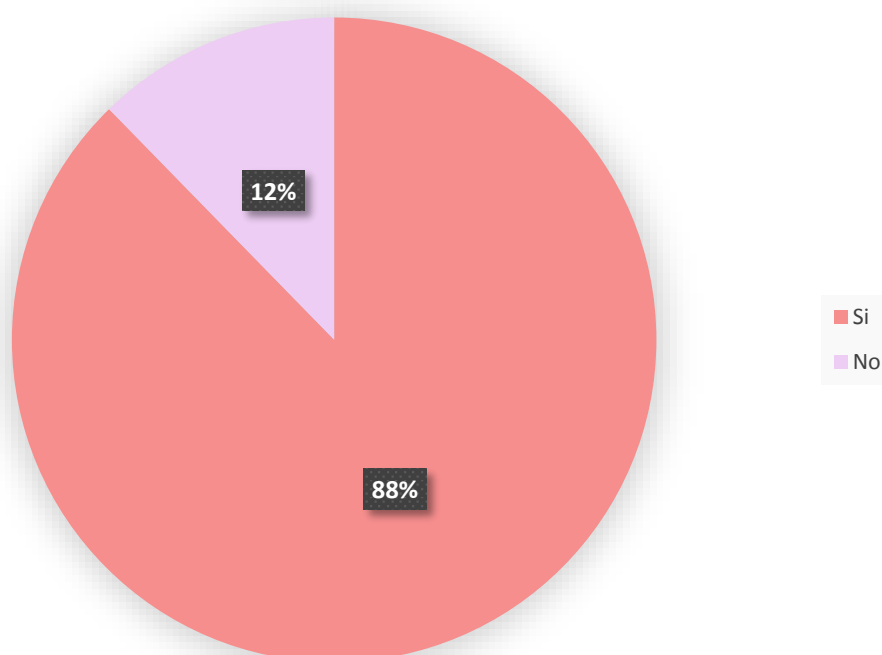
Pregunta 10. ¿Ha notado variedad en términos de presentaciones de Helados Artesanales (envase, tamaño, etc.) entre las diferentes marcas?

Tabla 23. Variación en presentación de helados artesanales

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Si	114	88%
No	16	12%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 14. Variación en presentación de helados artesanales



Nota: Datos obtenidos de la tabla 23.

Análisis e interpretación:

El 88% de la demanda menciona que, si ha notado variaciones en cuanto a envases, tamaños, presentación en helados artesanales, razón por la cual es importante seguir innovando y crear una nueva presentación de envase de helados, el cuál es una de los objetivos del presente proyecto.

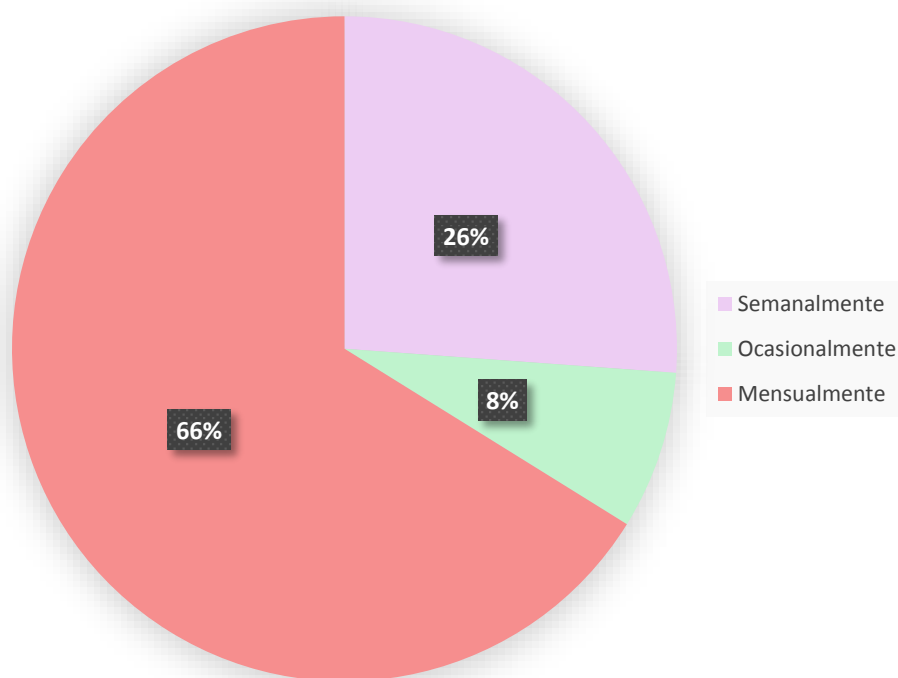
Pregunta 11. ¿Con que frecuencia consume helados artesanales?

Tabla 24. Frecuencia de consumo

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Semanalmente	34	26%
Ocasionalmente	10	8%
Mensualmente	86	66%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 15. Frecuencia de consumo



Nota: Datos obtenidos de la tabla 24.

Análisis e interpretación:

De los 130 encuestados el 66% mencionaron que consumen ocasionalmente helados y el 26% de ellos lo hace semanalmente.

Datos con los que se puede analizar la cantidad de flujo de clientes que podrían recurrir al negocio durante el mes.

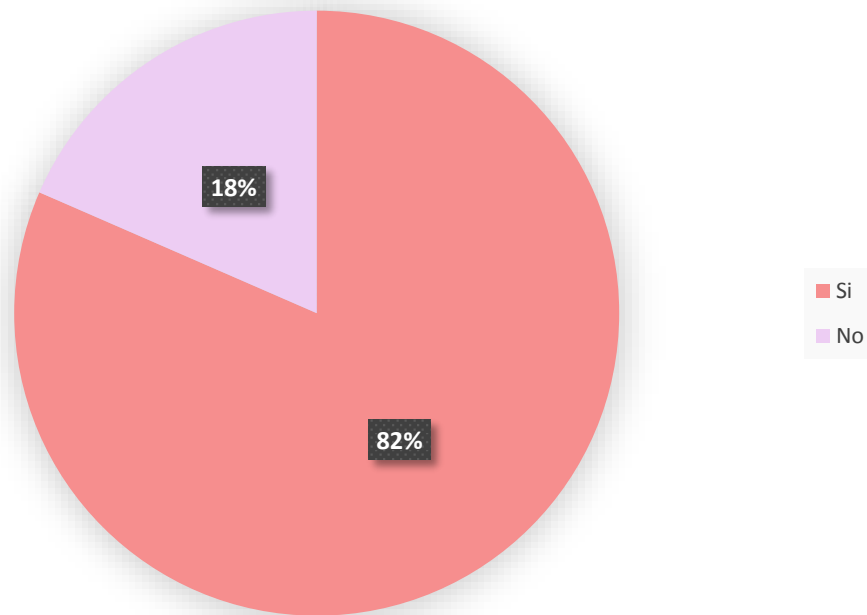
Pregunta 12. ¿Le interesaría que el envase de presentación del helado tenga un detalle personalizado?

Tabla 25. Envase de presentación con detalle personalizado

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Si	106	82%
No	24	18%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 16. Envase de presentación con detalle personalizado



Nota: Datos obtenidos de la tabla 25.

Análisis e interpretación:

En relación a los datos del siguiente gráfico se puede apreciar que al 82% de las personas encuestadas si les agrada la idea de que nuestro producto conlleve un envase personalizado a su gusto, mientras tanto el 18% de los mismo no están de acuerdo con dicha idea mencionada.

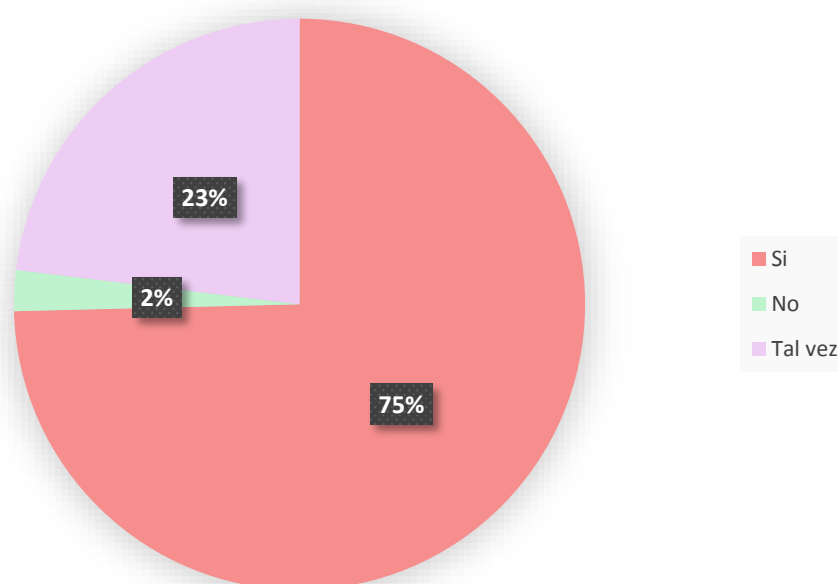
Pregunta 13. ¿Le gustaría que el helado artesanal esté disponible en diferentes presentaciones de tamaño?

Tabla 26. Presentación del helado en diferentes tamaños

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Si	97	75%
No	3	2%
Tal vez	30	23%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 17. Presentación del helado en diferentes tamaños



Nota: Datos obtenidos de la tabla 26.

Análisis e interpretación:

Según los presentes datos a la mayoría de las personas (75%) si les gustaría que nuestro helado esté disponible en diferentes presentaciones de tamaños, pues es muy buena opción que lo puedan compartir con familiares y amigos, mientras que el 23% no está muy convencido con la propuesta.

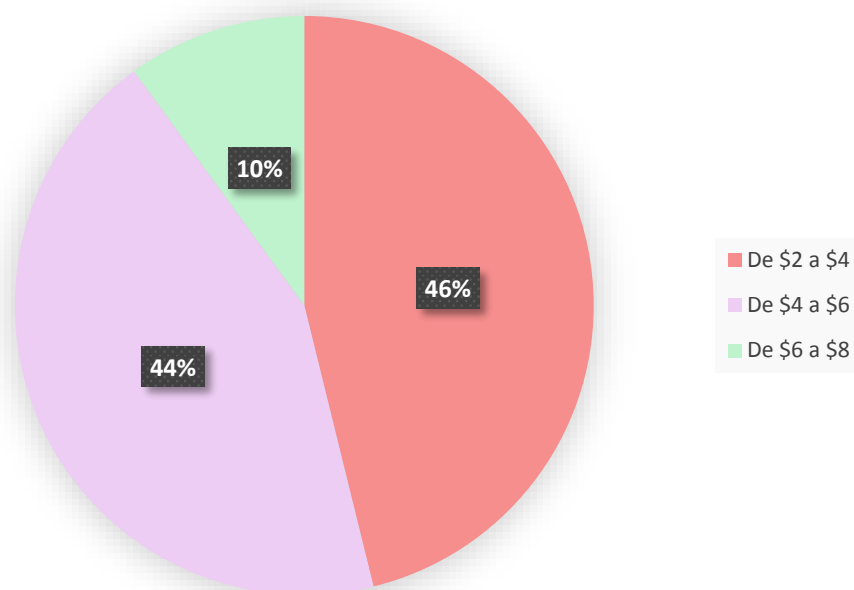
Pregunta 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado artesanal de tamaño familiar?

Tabla 27. Helados de tamaño familiar

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
De \$2 a \$4	60	46%
De \$4 a \$6	57	45%
De \$6 a \$8	13	9%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 18. Precio de helados de tamaño familiar



Nota: Datos obtenidos de la tabla 27.

Análisis e interpretación:

A raíz de esta pregunta se puede observar que en porcentajes muy similares de la población encuestada el 46% está dispuesta a pagar de \$2 a \$4 dólares por un helado tamaño familiar, seguido por el 44% que pagaría de \$4,00 a \$6,00, lo que puede ofrecer viabilidad al ofertar el helado artesanal.

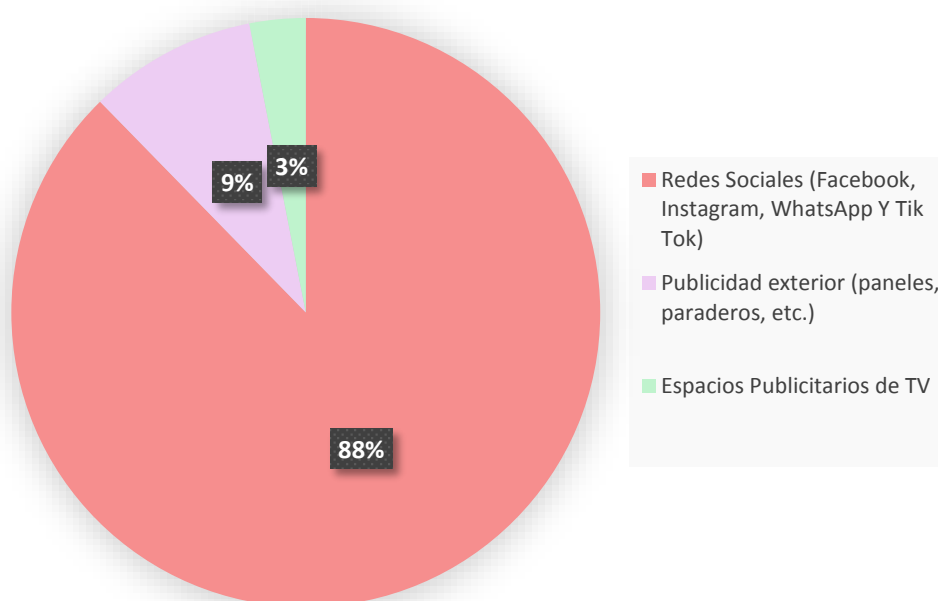
Pregunta 15. ¿Qué medios de comunicación preferiría usar para recibir información de la heladería?

Tabla 28. Medios de Comunicación

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Y Tik Tok)	114	88%
Publicidad exterior (paneles, paraderos, etc.)	12	9%
Espacios Publicitarios de TV	4	3%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 19. Medios de Comunicación



Nota: Datos obtenidos de la tabla 28.

Análisis e interpretación:

De las personas encuestadas el 88%, es decir, en su mayoría requieren que la publicidad de nuestra heladería sea por medio de las redes sociales, pues les resulta más factible recibir las noticias, sobre promociones o eventos de la heladería por este medio mencionado.

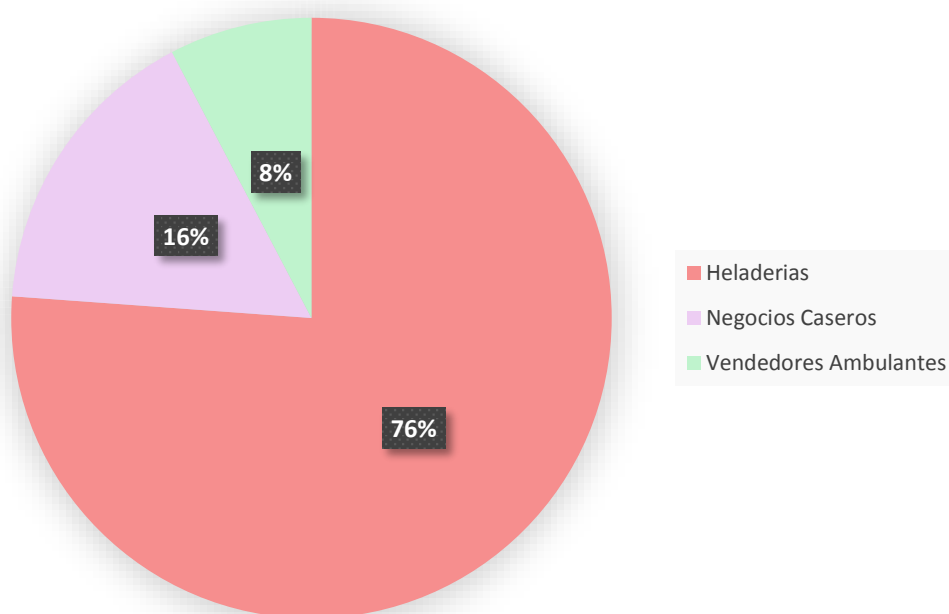
Pregunta 16. ¿Qué canales de ventas le resulta más conveniente para adquirir los helados artesanales?

Tabla 29. Canales de ventas

Respuesta	N° de Personas	Porcentaje (%)
Heladerías	99	76%
Negocios Caseros	21	16%
Vendedores Ambulantes	10	8%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 20. Canales de ventas



Nota: Datos obtenidos de la tabla 29.

Análisis e interpretación:

En los presentes datos se observa que el 76% de las personas encuestadas eligen a las Heladerías como el mejor canal para la venta de Helados Artesanales, seguido por los negocios caseros con un 16% donde se apunta nuestras posteriores estrategias de ventas.

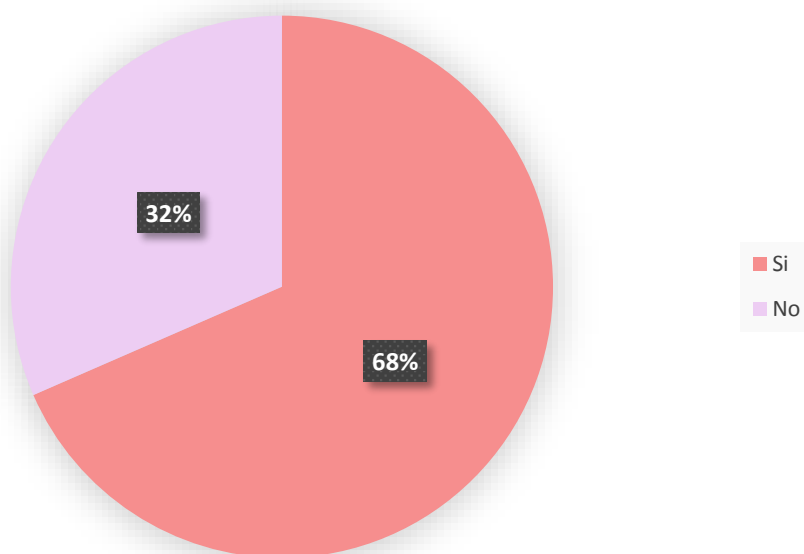
Pregunta 17. ¿Le gustaría realizar su compra a través de plataformas en línea?

Tabla 30. Personas que les gustaría realizar su compra en línea

Respuesta	Nº de Personas	Porcentaje (%)
Si	89	69%
No	41	31%
Total	130	100%

Nota: Datos obtenidos de la investigación de mercado a la población objetivo.

Gráfico 21. Personas que les gustaría realizar su compra en línea



Nota: Datos obtenidos de la tabla 30.

Análisis e interpretación:

Se puede observar en el presente gráfico que el 68% de los encuestados mencionaron en su mayoría que si les gustaría realizar su compra en línea para que este posteriormente sea llevado a su domicilio, el mismo que si está considerando en el presente proyecto contar con un delivery para las respectivas entregas.

3.8 Activos para el funcionamiento del negocio

En el año 2024, se planea iniciar un emprendimiento de producción y comercialización de helados artesanales en la parroquia de Puerto Bolívar, bajo el nombre de “Mel’s Cream”. Entre los gastos que realizará el emprendedor, se destacan las siguientes adquisiciones:

Maquinaria y equipo

Tabla 31. Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquina batidora de helado	1	2.300,00	2.300,00
Vitrina exhibidora de helados	1	750,00	750,00
Congelador para helados	1	530,00	530,00
Vitrina refrigeradora vertical	1	600,00	600,00
Total			4.180,00

Elaboración Propia (2024)

Equipos de Oficina y Cómputo

Tabla 32. Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caja registradora	1	63,00	63,00
Laptop	1	595,00	595,00
Impresora	1	285,00	285,00
Teléfono celular	1	400,00	400,00
Total			1.343,00

Elaboración Propia (2024)

Muebles y enseres de administración

Tabla 33. Muebles y enseres de administración

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio mostrador de cobro	1	160,00	160,00
Silla ejecutiva	1	45,00	45,00
Total			205,00

Elaboración Propia (2024)

Muebles y enseres de planta

Tabla 34. Muebles y enseres de planta

Muebles y enseres de planta	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total
Lavadero Industrial	1	240,00	240,00
Mesa de trabajo	2	100,00	200,00
Juegos de sillas y mesas	4	135,00	540,00
Mostrador para productos complementarios	1	200,00	200,00
Total			1.180,00

Elaboración Propia (2024)

Equipos industriales de seguridad

Tabla 35. Equipos industriales de seguridad

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Extintor	2	20,00	40,00
Cámaras de seguridad	1	70,00	70,00
UPS Regulador	1	75,00	75,00
TOTAL			185,00

Elaboración Propia (2024)

Herramientas

Tabla 36. Herramientas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cucharas metálicas para porciones de helados	6	2,00	12,00
Set de cuchillos	1	20,00	20,00
Jarras de plástico	4	2,50	10,00
Balanza digital	1	25,00	25,00
Total			67,00

Elaboración propia (2024)

Resumen de Activos Fijos

Tabla 37. Resumen de los activos fijos

Detalle	Cantidad
Maquinaria y equipo	4.180,00
Muebles y enseres de administración	205,00
Muebles y enseres de planta	1.180,00
Equipo de seguridad	185,00
Equipo de oficina y computo	1.343,00
Herramientas	67,00
Total	7.160,00

Elaboración propia (2024)

Activos Diferidos

Tabla 38. Gastos de Constitución

Ord. -	Gastos de Arranque	Valor
1	Patente Municipal	18,00
2	Permiso de Bomberos	16,80
3	Permiso Sanitario	22,00
4	Software TISOFT Documentos Electrónicos y Control de Inventarios	920,00
Total		976,80

Elaboración propia (2024)

3.9 Actividades del Negocio

Las actividades principales del negocio hacen referencia a la creación física del producto o servicio, su venta y su postventa.

De acuerdo con Vásquez Ponce (2022) la configuración del valor de una empresa describe la disposición de diversas actividades para proporcionar una propuesta de valor. Estas actividades son acciones que una empresa lleva a cabo para

operar de manera efectiva y lograr sus objetivos.

Nivel Directivo

Área Gerencial (Gerente)

Funciones:

- Supervisar las operaciones diarias del negocio, donde se incluye la producción de helados y la atención al cliente.
- Implementar procedimientos de control de calidad para asegurar la frescura, sabor y textura de los helados artesanales.
- Controlar el presupuesto operativo y gestionar los gastos del negocio, incluyendo costos de ingredientes, salarios del personal y gastos generales.
- Contratar, capacitar y supervisar al personal de la heladería.
- Motivar al equipo y fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

Nivel Ejecutivo y Operativo

Departamento Administrativo

Área de Caja (Cajero/a)

Funciones:

- Cobrar a los clientes por sus pedidos utilizando métodos de pago como efectivo, tarjetas de débito/crédito, aplicaciones de pago móvil, etc.
- Abrir y cerrar la caja registradora al comienzo y al final del turno.
- Mantener un registro exacto de las transacciones diarias y el flujo de efectivo.
- Cumplir con las regulaciones locales y las políticas de manejo de efectivo.
- Resolver cualquier problema relacionado con transacciones, pagos o quejas de clientes de manera efectiva y cortés.

Departamento de Producción

Área Operativa (Operario de Producción)

Funciones:

- Medir y pesar los ingredientes según las recetas establecidas para la producción de helados artesanales.

- Mezclar los ingredientes de manera precisa y siguiendo las técnicas adecuadas para obtener la textura y consistencia deseada del helado.
- Ajustar tiempos y temperaturas según sea necesario para garantizar la calidad del producto final.
- Llenar recipientes o moldes con helado y asegurarse de que estén etiquetados correctamente.
- Limpiar y desinfectar equipos, utensilios y áreas de trabajo después de cada ciclo de producción.

Área Operativa (Operario de Producción)

Funciones:

- Recibir y verificar las entregas de proveedores, asegurándose de que los productos recibidos coincidan con los pedidos realizados.
- Inspeccionar la calidad y cantidad de las materias primas y productos antes de aceptarlos en el inventario.
- Etiquetar y rotar el inventario para garantizar la frescura y evitar la obsolescencia de los productos.
- Gestionar devoluciones de productos o materiales defectuosos o incorrectos según las políticas establecidas por la heladería y los proveedores.
- Mantener el área de almacén limpia, ordenada y segura en todo momento.

Departamento de Marketing

Área de Ventas (Vendedor)

Funciones:

- Saludar y atender a los clientes de manera amigable y profesional.
- Brindar información sobre los sabores disponibles, ingredientes y características de los helados artesanales.
- Informar a los clientes sobre ofertas especiales, promociones y programas de fidelización.
- Diseñar y producir materiales publicitarios impresos como folletos, volantes, carteles y banners para promocionar eventos, promociones y productos.
- Administrar y actualizar regularmente las cuentas de redes sociales de la heladería (como Instagram, Facebook, Twitter) para mantener la interacción

con los clientes y promover nuevos productos y ofertas.

- Organizar eventos de relaciones públicas, degustaciones de productos u otras actividades promocionales para aumentar la visibilidad de la heladería en la comunidad.

3.10 Red de Socios

Banderburger y Stuart (1996) citado por García Puga (2023) mencionan que bloque de socios claves es esencial para la creación de valor en los modelos de negocios, debido a que complementa los recursos de la empresa. Además, pueden contribuir en aspectos como la reducción de costos, reducción de riesgos o para obtener recursos que son difíciles de conseguir.

Es así que dentro de nuestros socios claves se encuentran los siguientes:

“SRI”, el Servicio de Rentas Internas es esencial para garantizar el cumplimiento de las regulaciones fiscales y tributarias, asegurando que la heladería opere dentro del marco legal.

“LOAYZA” (Taller de mantenimiento de refrigeración), fundamental para el mantenimiento y reparación de equipos de refrigeración, lo cual es vital para preservar calidad y seguridad de helados.

“Fruta Rica” es un socio clave ya que proporciona frutas frescas de alta calidad, lo cual es indispensable para la elaboración de los helados artesanales.

“AGUAS Machala EP”, es el proveedor que suministra el agua potable, esencial para la producción de helados y a su vez cumplir con los estándares de higiene y seguridad alimentaria.

“DIESFRUT”, es una tienda que ofrece ingredientes especiales necesarios para la creación de sabores únicos y diferenciados.

“ECOQUIMIK”, nos proporciona productos de limpieza indispensables para mantener la higiene del local y el equipo, asegurando un entorno seguro y saludable.

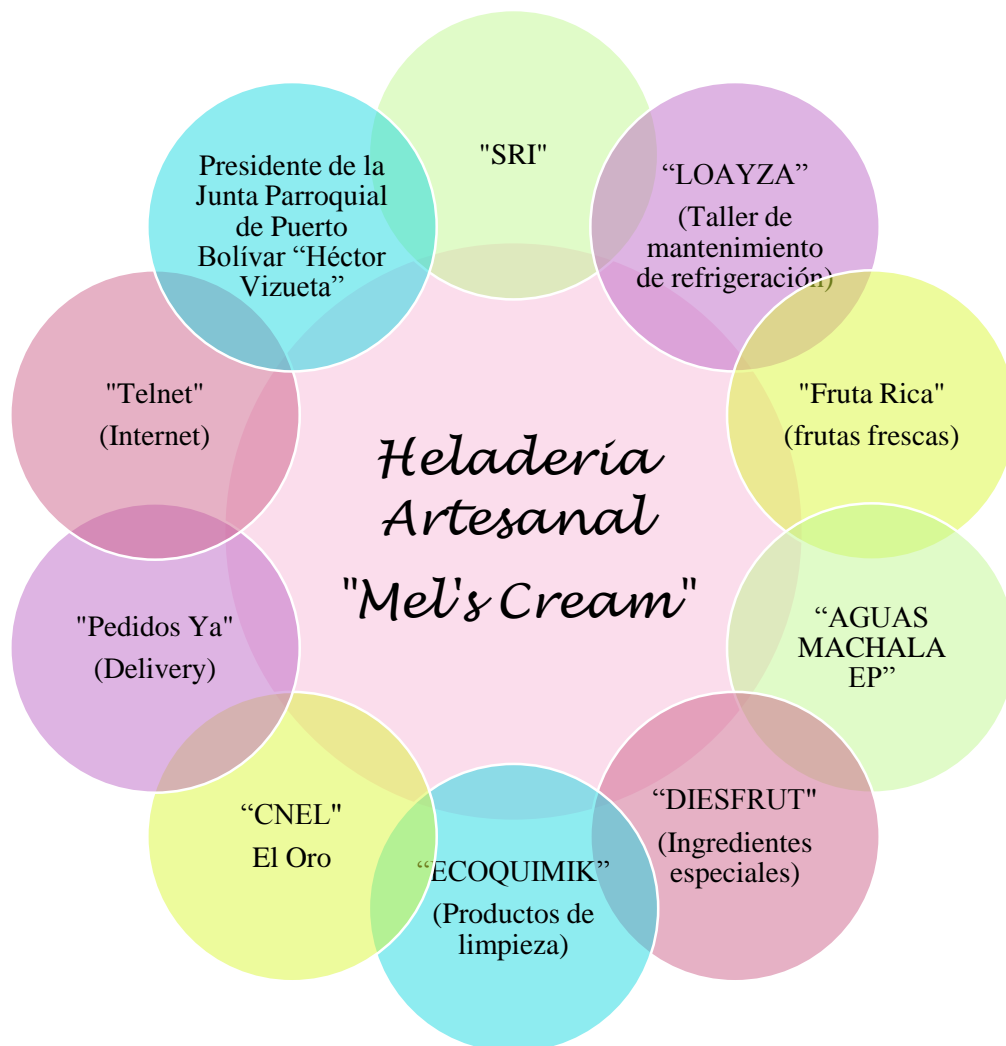
“CNEL” El Oro, es quien nos va a proveer la energía eléctrica imprescindible para el funcionamiento continuo de los equipos de producción y refrigeración.

“Pedidos Ya” crear convenios con este tipo de socios nos facilita el servicio de delivery, ampliando el alcance de la heladería y permitiendo la entrega de productos a los clientes de manera conveniente.

“TELNET”, es quien nos ofrecerá el servicio de internet, necesario para gestionar pedidos que se realicen en línea, controlar el inventario y realizar operaciones de marketing digital.

Presidente de la Junta Parroquial de Puerto Bolívar “Héctor Vizqueta”, es uno de nuestros socios clave ya que nos brindará el apoyo local y nos facilitará la integración con la comunidad, ayudándonos con los permisos requeridos en la localidad para que la heladería funcione de manera correcta.

Gráfico 22. Red de Socios



Elaboración propia (2024)

3.11 Estructura de Costos

Dentro de un negocio una estructura de costos es fundamental porque según lo menciona Alcalde Infante (2020) permite tomar decisiones básicas sobre el eficiente uso de materiales, mano de obra y otros recursos asociados a la producción ganadera.

Dicho esto, la estructura de costos que se va a llevar a cabo para la venta de helados es la siguiente:

Tabla 39. Estructura de Costos directos e indirectos

Costos directos					
Materia Prima directa para la elaboración de 160 helados artesanales					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Leche	1 lt	520	0,80	416,00	4.992,00
Leche condensada	5 kgr	130	4,45	578,50	6.942,00
leche en polvo	500 gr	52	4,00	208,00	2.496,00
Maicena	500 gr	104	0,50	52,00	624,00
Cocoa en polvo sin azúcar	30 gr	26	1,20	31,20	374,40
Azúcar	1 kl	26	1,20	31,20	374,40
Galletas oreo	1 paq x 12 unidades	26	4,25	110,50	1.326,00
Coco	400 gr.	78	1,00	78,00	936,00
Sandía	400 gr	78	1,00	78,00	936,00
Café instantáneo	20 gr	26	2,55	66,30	795,60
Fresas	300 gr	52	2,00	104,00	1.248,00
Bananas	unidad	130	0,10	13,00	156,00
TOTAL				1.766,70	21.200,40
Materia Prima directa para la elaboración de 100 helados especiales					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual

Base de helado (fresas)	300 gr	78	2,00	156,00	1872,00
Yogurt natural	200 gr	52	1,25	65,00	780,00
Queso crema	120 gr	26	2,15	55,90	670,80
Stevia Líquida	15 gr	26	6,00	156,00	1872,00
Frutos secos	300 gr	3	2,10	6,30	75,60
TOTAL				439,20	5.270,40
Mano de obra directa					
Operario de producción y bodeguero					
Nómina					Valor
Sueldo					460,00
Décimo tercer sueldo					38,33
Décimo cuarto sueldo					38,33
Vacaciones					19,17
Aporte IESS (11,15%)					51,29
Fondo de reserva (8,33%)					38,32
Total a pagar al mes					645,44
Número de operarios					2
Total mensual					1.290,88
Total anual					15.490,59
Materiales directos					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Vasos	Paquete x 1000 u	10	49,60	496,00	5.952,00
Tarrinas	Paquete x 1000 u	4	58,28	233,12	2.797,44
Paletas	Paquete de 100 u	100	0,60	60,00	720,00
Total				789,12	9.469,44

Costos Indirectos					
Materiales Indirectos					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Servilletas	Paquete x 200 u	6	1,00	6,00	72,00
Total				6,00	72,00
Gastos Administrativos					
Gerente					
Nómina					Valor
Sueldo					500,00
Décimo tercer sueldo					41,67
Décimo cuarto sueldo					38,33
Vacaciones					20,83
Aporte IESS (11,15%)					55,75
Fondo de reserva (8,33%)					41,65
Total a pagar al mes					698,23
Total anual					8.378,80
Cajero - Vendedor					
Nómina					Valor
Sueldo					460,00
Décimo tercer sueldo					38,33
Décimo cuarto sueldo					38,33
Vacaciones					19,17
Aporte IESS (11,15%)					51,29
Fondo de reserva (8,33%)					38,32
Total a pagar al mes					645,44
Número de operarios					2

Total mensual					1.290,88
Total anual					15.490,59
Gastos de servicios básicos					
Detalle	Cantidad	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Agua potable	m3	2000	0,05	94,00	1.128,00
Energía eléctrica	Kwh	624	0,10	62,40	748,80
Total				156,40	1.876,80
Gastos generales de fabricación					
Suministros de oficina					
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Resma de Papel bond	1	3,50	3,50	2	7,00
Grapadora	1	5,65	5,65	2	11,30
Caja de grapas	2	0,55	0,55	4	2,20
Esferos BIC caja 24 unidades (rojo, azul, negro)	1	4,00	4,00	2	8,00
Perforadora	1	2,20	2,20	1	2,20
Archivador	1	3,30	3,30	2	6,60
Tijera	1	1,00	1,00	1	1,00
Carpetas de carton color azul 100 unidades	1	15,00	15,00	1	15,00
Libreta	1	2,40	2,40	1	2,40
Sellos	1	5,00	5,00	3	15,00
Tinta de sellos	1	1,85	1,85	3	5,55
Paquete de tinta de impresora	1	22,00	22,00	3	66,00
TOTAL			66,45		142,25
Materiales de Limpieza					

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Escoba estándar cerdas de PET extra suaves	1	1,80	1,80	3	5,40
Trapeador giratorio	1	10,00	10,00	2	20,00
Desinfectante amonio cuaternario 1 Galón	1	11,60	11,60	2	23,20
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	1,00	1,00	5	5,00
Basureros	1	10,00	10,00	2	20,00
Rollo papel para cocina	1	3,00	3,00	3	9,00
Alcohol antiséptico gel 1 Galón	1	12,00	12,00	2	24,00
Ambiental Percutex 1 Galón	1	17,40	17,40	2	34,80
Jabón líquido manos 1 Galón	1	11,95	11,95	2	23,90
TOTAL			78,75		165,30
Publicidad					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual
Tarjetas de presentación	Unidades x500	1	5,00	5,00	3
Publicidad Facebook	Publicaciones	1	10,00	10,00	6
Publicidad Instagram	Publicaciones	1	10,00	10,00	6
Publicidad Radio Superior	Publicaciones	1	10,00	10,00	6
TOTAL				35,00	
Arriendo					
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Arriendo de local	1	400	400	12	4800
TOTAL			400		4800

Elaboración propia (2024)

Resumen del Capital de Trabajo

Tabla 40. Resumen Capital de Trabajo

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	2.205,90	26.470,80
Mano de Obra Directa	1.290,88	15.490,59
Materiales Directos	789,12	9.469,44
Materiales Indirectos	6,00	72,00
Gastos Administrativos	1.989,12	23.869,39
Gastos de Servicios Básicos	156,40	1.876,80
Suministros de Oficina	66,45	142,25
Materiales de Limpieza	78,75	165,30
Publicidad	35,00	195,00
Arriendo	400,00	4.800,00
Total de Capital de Trabajo	7.017,62	82.551,57

Elaboración propia (2024)

Resumen de la Inversión del Proyecto

Tabla 41. Resumen de la Inversión del proyecto

Rubros	Costo Total
Activo Fijo	7.160,00
Activo Diferido	976,80
Activo Capital de Trabajo	7.017,62
Total de la Inversión	15.154,42

Nota: Información tomada de la Tabla 37, 38 y 40

Financiamiento

Para el emprendimiento de Heladería Artesanal, en la tabla 42 se expone que el impulsor de la idea de negocio cuenta con ahorros propios de \$5.154,42 que corresponde al 34,01% de la inversión y el 65,99% que pertenecen a los 10.000,00 será financiado por el capital externo, a una tasa del 13,22% que otorga el Banco de Guayaquil, que será pagado trimestralmente durante cuatro años dentro del horizonte de vida del proyecto que es de 5 años.

Tabla 42. Inversión en capital

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital Propio	5.154,42	34,01%
Capital Externo	10.000,00	65,99%
Total Capital de Trabajo	15.154,42	100%

Elaboración propia (2024)

Amortización del préstamo

La amortización del respectivo préstamo se la realizará aplicando el método alemán, en el cual los \$10.000,00 se dividen en 16 trimestres que equivalen a los 4 años en los que será pagado el préstamo.

Tabla 43. Método Alemán

Método Alemán	
Monto	10.000,00
Tasa	13,22%
Tiempo	4 años
Cuotas	16
Pagos	Trimestrales
Interés trimestral	0,0440

Elabotación propia (2024)

Tabla 44. Amortización del préstamo por el Método Alemán

Número de Pago	Pagos	Interés	Abono a capital	Saldo Insoluto
				\$ 10.000,00
1	\$ 1.065,67	\$ 440,67	\$ 625,00	\$ 9.375,00
2	\$ 1.038,13	\$ 413,13	\$ 625,00	\$ 8.750,00
3	\$ 1.010,58	\$ 385,58	\$ 625,00	\$ 8.125,00
4	\$ 983,04	\$ 358,04	\$ 625,00	\$ 7.500,00
5	\$ 955,50	\$ 330,50	\$ 625,00	\$ 6.875,00
6	\$ 927,96	\$ 302,96	\$ 625,00	\$ 6.250,00
7	\$ 900,42	\$ 275,42	\$ 625,00	\$ 5.625,00
8	\$ 872,88	\$ 247,88	\$ 625,00	\$ 5.000,00
9	\$ 845,33	\$ 220,33	\$ 625,00	\$ 4.375,00
10	\$ 817,79	\$ 192,79	\$ 625,00	\$ 3.750,00
11	\$ 790,25	\$ 165,25	\$ 625,00	\$ 3.125,00
12	\$ 762,71	\$ 137,71	\$ 625,00	\$ 2.500,00
13	\$ 735,17	\$ 110,17	\$ 625,00	\$ 1.875,00
14	\$ 707,63	\$ 82,63	\$ 625,00	\$ 1.250,00
15	\$ 680,08	\$ 55,08	\$ 625,00	\$ 625,00
16	\$ 652,54	\$ 27,54	\$ 625,00	\$ -

Nota: Amortización del préstamo en 16 cuotas trimestrales durante 4 años.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 Factibilidad Técnica

Para iniciar un proyecto es necesario determinar su factibilidad en todos sus ámbitos, es así que según los estudios de Duvergel y Argota 2017 citado por Requena et al., (2022) mencionan que “todos los proyectos requieren de un estudio previo para determinar si es factible o no, y para ello existen diversos tipos de factibilidad como la factibilidad técnica, financiera, operativa y ambiental, que permiten visualizar si un negocio es rentable o no”

Para Fernandes Panjon y Castillo Ortega (2022) la factibilidad técnica es aquella en la cual se identifican los recursos técnicos y tangibles importantes para el desarrollo del proyecto, se define aspectos importantes sobre la planta física, localización, equipos, instalaciones. Mientras que Angamarca et al., (2022) nos indican que dentro del análisis técnico se verifica la viabilidad para la ejecución del proceso productivo, es decir de todo lo que se necesita para generar y comercializar el servicio, los recursos humanos y materiales, herramientas existentes y recomendadas para la automatización, monitoreo y control de los procesos de negocio.

4.1.1 Localización

Gráfico 23. Macrolocalización



Fuente: Google Maps

La factibilidad técnica de un proyecto se fundamenta en diversos factores, entre ellos la ubicación geográfica estratégica. Su estudio permite establecer el lugar idóneo

y adecuado para la ubicación de un proyecto como lo es la heladería. Dentro de ello se analiza una serie de factores indispensables a los cuales se debe tener acceso para poder lograr una eficiente prestación de servicios y otorgar calidad en el producto para los consumidores, así mismo, nos permite analizar la accesibilidad al lugar tanto para clientes y trabajadores sin ningún tipo de inconvenientes.

4.1.1.1 Macro localización

La Parroquia Puerto Bolívar se encuentra ubicada a 15 minutos de la ciudad de Machala. Su malecón representa el lugar más importante de la parroquia debido a su ubicación estratégica y gracias a que allí se encuentra el muelle de cabotaje, mismo que permite que tanto turistas como la comunidad local se trasladen hacia las islas del Archipiélago de Jambelí, se convierte en el centro de distribución más importante de la provincia.

Esta localización ofrece una infraestructura estratégica que incluye vías de acceso adecuadas para la libre movilización a nivel de vehículos, facilitando la llegada de clientes tanto locales como turistas. Además, su proximidad a puertos asegura un acceso directo a materia prima fresca y de calidad para la producción de helados artesanales, lo cual es fundamental para mantener altos estándares de producto. Así mismo, los servicios públicos como electricidad, agua y telecomunicaciones están bien desarrolladas, garantizando un funcionamiento ininterrumpido y seguro para la heladería. Es por ello que se ha determinado que la macro localización de la Heladería Artesanal “Mels Cream” será en la Parroquia Puerto Bolívar, ciudad de Machala, debido a que en dicha localidad no existe una heladería innovadora y a más de eso el producto a ofrecer es de gran demanda por parte de la población porteña en general.

4.1.1.2 Micro localización

Gráfico 24. Micro localización



Fuente: Google Maps

Al determinarse todas las correctas e ideales condiciones de acceso y adquisición de todos los factores indispensables en macro localización, el siguiente punto a tratar es la ubicación exacta en cuanto a sus calles, por lo cual la Heladería Artesanal “Mels Cream” se ubicará entre Malecón y Calle Olmedo, específicamente alado de la iglesia “Templo Faro”, lugar estratégico que permite el fácil acceso vehicular y donde no se cobra el estacionamiento de vehículos. Además, cerca de ella, entre las calles Olmedo y Apolinario Gálvez; esquina, se encuentra una parada de buses que favorece al público objetivo el fácil encuentro con la Heladería, siendo este el lugar idóneo para su puesta en marcha.

4.1.2 Equipo y maquinaria

A continuación, se describirán minuciosamente todos los equipos técnicos disponibles, especificando las cantidades y las funciones particulares para las que cada una de estas herramientas está diseñada, con el fin de operar de manera eficiente y efectiva en el contexto de la heladería artesanal.

Tabla 45. Descripción de Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Función
Máquina batidora de helados	1	\$2.300,00	Mezcla, enfría y bate la mezcla de helado para incorporar aire y evitar cristales de hielo, logrando una textura cremosa.
Vitrina exhibidora de helados	1	\$ 750,00	Exhibe y almacena helados a temperatura óptima para su conservación, asegurando la calidad y frescura del producto.
Congelador para helados con bandeja	1	\$ 530,00	Almacena helados a baja temperatura para mantenerlos firmes y listos para servir, con bandejas para una organización eficiente y fácil acceso.
Vitrina Refrigeradora Vertical puerta transparente	1	\$ 600,00	Exhibe las diferentes bebidas a ofrecer permitiéndole al cliente ver las opciones disponibles.
Caja Registradora	1	\$ 63,00	Registra y procesa transacciones de venta de manera rápida y precisa.

Laptop Hp	1	\$ 595,00	Gestiona registros de ventas, inventarios y comunicaciones, optimizando la administración y operaciones del negocio.
Impresora EPSON multifuncional	1	\$ 285,00	Imprime recibos de ventas y documentos administrativos.
Teléfono celular	1	\$ 400,00	Será utilizado en el departamento de marketing para que el personal de ventas pueda hacer las respectivas publicidades.
Escritorio mostrador de cobro	1	\$ 160,00	Facilita el proceso de pago al proporcionar un espacio para registrar y procesar transacciones de ventas.
Silla ejecutiva	1	\$ 45,00	Proporciona comodidad ergonómica para el personal administrativo.
Mostrador para productos complementarios	1	\$ 200,00	Exhibe productos adicionales cerca de la caja, impulsando ventas adicionales y facilitando la compra de artículos relacionados por los clientes.
Extintor (polvo seco) 10 libras	2	\$ 40,00	Protege contra incendios y cumple con las normativas de seguridad.
Cámaras de seguridad	1	\$ 70,00	Monitorea y graba el entorno de la heladería para garantizar la seguridad del personal, clientes y propiedad.
Cucharas metálicas para porciones de helados	6	\$ 12,00	Sirven helados de manera higiénica y profesional, manteniendo la presentación y calidad del producto.
Balanza digital	1	\$ 25,00	Mide con precisión los ingredientes, asegurando las proporciones correctas para mantener la calidad y consistencia del helado.

Elaboración propia (2024)

4.1.3 Capacidad de Producción / Tamaño Óptimo

Chariguamán y Real (2022) señalan que, la producción es una actividad diaria que llevan las empresas aprovechando al máximo los recursos disponibles de manera eficiente, dependiendo de la capacidad de producción que posee la planta productiva para entregar un producto final que genere satisfacción al cliente. En términos concretos, la capacidad de producción hace referencia a la cantidad máxima de bienes o servicios que una empresa puede generar en un periodo de tiempo específico.

En la tabla siguiente, se detalla la capacidad de producción mediante el cálculo de los diferentes tipos de productos que se ofrecerán en el negocio, considerando la cantidad de ventas diarias, mensuales (26 días) y anuales

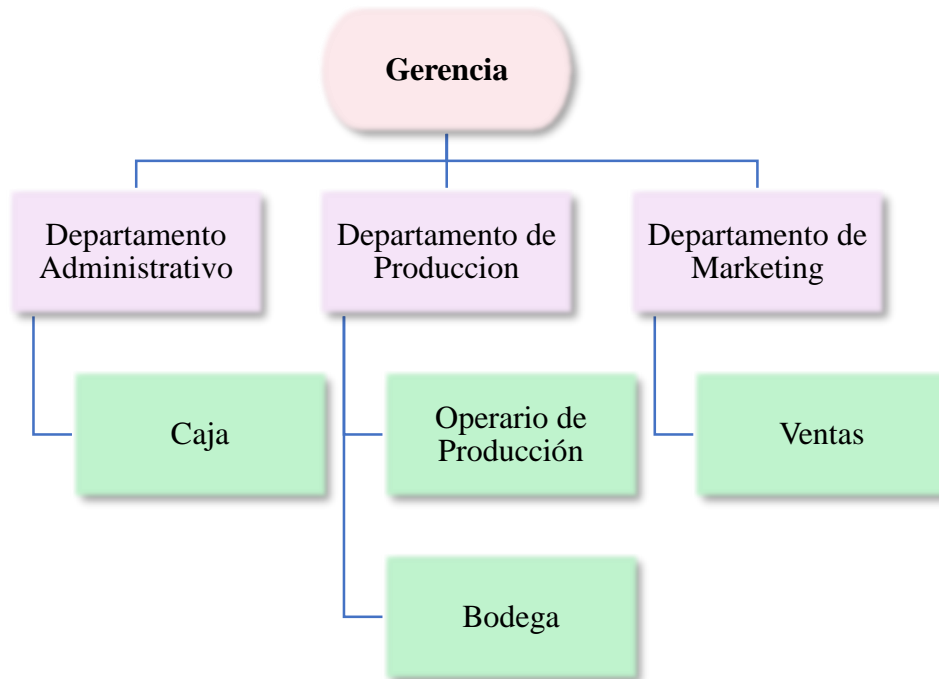
Tabla 46. Capacidad de Producción

Producto o Servicio	COSTO DEL PRODUCTO EN DÓLARES			
	Precio	Total de producción diaria	Total de producción mensual	Total de producción anual
Helados artesanales	0,75	100	2600	31200
Helados Especiales	1,00	100	2600	31200
Tarrinas de helados artesanales	2,50	50	2600	31200
TOTAL		250	6500	78000

Elaboración propia (2024)

“Mels Cream” proyecta una producción diaria de 250 helados artesanales, que se desglosa en 100 helados artesanales, 100 helados especiales y 50 tarrinas de helado. De estos, 200 se distribuirán a varios puntos de venta tanto dentro como fuera de la parroquia. Además, el local ofrecerá gaseosas para los clientes.

4.1.4 Estructura Organizacional



4.1.5 Manual de funciones

Tabla 47. Manual de funciones del gerente general



MANUAL DE FUNCIONES DE LA HELADERÍA “MEL’S CREAM”

Identificación del cargo

Código	001
Nombre del cargo	Gerente General
Dependencia	Gerente General
Departamento	Administrativo
Nivel:	Directivo
Nº de personas:	1

Naturaleza del cargo

Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades de la empresa para lograr cumplir con los objetivos establecidos.

Funciones esenciales

- ❖ Responsable de la gestión general del negocio.
- ❖ Ser el representante legal de la empresa.
- ❖ Firmar y diligenciar la documentación requerida para la organización.

- ❖ Dirigir y controlar el desempeño de las áreas.
- ❖ Tomar decisiones pertinentes frente a cualquier conflicto de la empresa.

Habilidades y Aptitudes

- Capacidad de liderar
- Compromiso con la empresa
- Capacidad de negociación
- Trabajo en equipo
- Capacidad de análisis

Elaboración propia (2024)

Tabla 48. Manual de funciones del Cajero



MANUAL DE FUNCIONES DE LA
HELADERÍA “MEL’S CREAM”

Identificación del cargo

Código	002
Nombre del cargo	Cajero
Dependencia	Gerente General
Departamento	Administrativo
Nivel:	Operativo
N° de personas:	1

Naturaleza del cargo

Analizar, interpretar y registrar la contabilidad para elaborar informes basados en los estados financieros que faciliten una toma de decisiones más informada.

Funciones esenciales


- ❖ Elaborar informes mensuales y anuales con información oportuna y verídica.
- ❖ Maneja transacciones financieras, cierre de caja y registros contables.
- ❖ Revisar y comparar los gastos mensuales.
- ❖ Encargado de recibir pagos de clientes y proporcionar un servicio al cliente eficiente
- ❖ Preparar los pagos de proveedores, servicios públicos y de nómina.

Habilidades y Aptitudes

- Compromiso
- Responsabilidad
- Capacidad de comunicación
- Capacidad de análisis

Elaboración propia (2024)

Tabla 49. Manual de funciones del Operario

	MANUAL DE FUNCIONES DE LA HELADERÍA “MEL’S CREAM”
---	--

Identificación del cargo	
Código	003
Nombre del cargo	Operario de Producción
Dependencia	Gerente General
Departamento	Producción
Nivel:	Operativo
Nº de personas:	1

Naturaleza del cargo
Realizar tareas relacionadas con la producción, como operar maquinaria y trasladar materiales y materias primas, con el objetivo de fabricar un producto de calidad y conforme a los estándares.

Funciones esenciales


- ❖ Preparar y producir helados artesanales según recetas establecidas.
- ❖ Controla la calidad de los ingredientes y el proceso de producción.
- ❖ Almacenar el producto de acuerdo a lo establecido por la empresa.
- ❖ Cumplir con las normas de seguridad e higiene establecidas por la empresa. Mantiene la limpieza y el orden en el área de producción.

Habilidades y Aptitudes

- Compromiso
- Responsabilidad
- Capacidad de comunicación
- Habilidades matemáticas
- Conocimientos de procesos de producción.

Elaboración propia (2024)

Tabla 50. Manual de funciones del Bodeguero

	MANUAL DE FUNCIONES DE LA HELADERÍA “MEL’S CREAM”
---	--

1. Identificación del cargo	
Código	004
Nombre del cargo	Bodeguero
Dependencia	Gerente General

Departamento	Producción
Nivel:	Operativo
Nº de personas:	1

2. Naturaleza del cargo

Administrar el inventario, asegurar el almacenamiento apropiado de productos y coordinar el abastecimiento para garantizar la disponibilidad constante de insumos y productos.

2. Funciones esenciales

- ❖ Gestionar el inventario de materias primas, empaques y suministros
- ❖ Realizar pedidos de reposición y controlar las existencias.
- ❖ Organizar y mantener la bodega de manera eficiente y segura.

3. Habilidades y Aptitudes

- Compromiso
- Responsabilidad
- Capacidad de comunicación
- Habilidades en las matemáticas
- Capacidad para mantener un registro preciso del stock.

Elaboración propia (2024)

Tabla 51. Manual de funciones del Vendedor



MANUAL DE FUNCIONES DE LA HELADERÍA “MEL’S CREAM”

4. Identificación del cargo

Código	005
Nombre del cargo	Vendedor
Dependencia	Gerente General
Departamento	Marketing
Nivel:	Operativo
Nº de personas:	1

2. Naturaleza del cargo

Atender a los clientes y mantener una buena relación con ellos, además de encargarse de vender el producto.

5. Funciones esenciales

- ❖ Comercializar el producto.
- ❖ Tener buena presencia.
- ❖ Atender a los clientes de manera cordial.
- ❖ Recibir y registrar los pagos de los clientes en caja.

-
- ❖ Realizar la limpieza en el área de atención al cliente.
-

6. Habilidades y Aptitudes

- Compromiso
 - Responsabilidad
 - Capacidad de comunicación
 - Trabajo en equipo.
-

Elaboración propia (2024)

También se contará con un delivery mediante convenio con empresas que utilizan este canal de comercialización, para poder las respectivas entregas a domicilio de nuestros helados artesanales.

4.1.6 Formalización

“Mel’s Cream” será un negocio de único propietario, el cual estará sujeto al Servicios de Rentas Internas bajo el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares.

En el ámbito empresarial, incluso las empresas más pequeñas deben cumplir con todos los requisitos legales para iniciar operaciones. Entre estos requisitos, se incluyen:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal
- El permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Municipio de Machala

El Municipio de Machala es el responsable de emitir la siguiente documentación:

- **Patente Municipal:**

Requisitos para sacar la patente

- Copia de cédula de identidad
 - Copia de certificado de votación
 - Copia del RUC
 - Copia Impuesto predial del local de arriendo.
 - Copia del Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- **Línea de fábrica:** Es el documento que proporcionas las precisas mediciones tanto del plano arquitectónico, como del terreno.

- **Permiso de suelo:** Autorización que asegura que la infraestructura del establecimiento del comercial sea adecuada y segura para la actividad que se llevará a cabo.

Requisitos para el permiso de funcionamiento

Para la obtención del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos al inaugurar un nuevo negocio, se requiere la siguiente documentación:

- Planilla de pago del impuesto predial
- Número de RUC
- Copia de cédula
- Extintor de 10 libras
- Detector de humo
- Señaléticas del ECU911
- Señaléticas del Extintor
- Señaléticas de Salida de Emergencias

Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Los establecimientos que ofrecen productos para el consumo humano deben de contar con un registro sanitario. Para obtenerlo se deben cumplir los siguientes requisitos.

- Copia del RUC.
- Cédula del representante legal del establecimiento.
- Presentar el formulario de solicitud para sacar el registro sanitario.
- Permiso de Bomberos (cantón Machala)
- Certificado Salud Ocupacional (centro de salud)

4.2 Factibilidad Financiera

A continuación, se procede a elaborar el estado de resultados de la heladería artesanal, con el fin de determinar su viabilidad.

4.2.1 Balance General

El balance general es un informe financiero que muestra la situación económica de una empresa en un momento específico. Detalla los activos, pasivos y el patrimonio, cuyo objetivo es reflejar la estabilidad financiera y la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones y la solvencia de la empresa.

Tabla 52. Balance General

“MEL’S CREAM”					
Balance general					
Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024					
Activo			Pasivo		
Activo corriente		\$ 15.154,42	Pasivo corriente		\$ 1.882,28
Caja	\$ 5.154,42		Sueldos	\$ 1.290,88	
Bancos	\$ 10.000,00		Arriendo	\$ 400,00	
			Publicidad	\$ 35,00	
Activo no corriente		\$ 7.327,30	Servicios básicos	\$ 156,40	
Maquinaria y equipo	\$ 4.180,00				
(-) depreciación de maquinaria y equipo	\$ 418,00		Pasivo no corriente		\$ 10.000,00
Equipo de oficina	\$ 715,00		Prestamos bancario	\$ 10.000,00	
(-) depreciación de equipo de oficina	\$ 143,00				
Equipo electrónico	\$ 880,00		Total del pasivo	\$ 11.882,28	
(-) depreciación de equipo electrónico	\$ 110,00				
Activos intangibles	\$ 976,80		Patrimonio		
Muebles y enseres	\$ 1.385,00		Capital	\$ 10.599,44	
(-) depreciación de muebles y enseres	\$ 138,50		Total de patrimonio		\$ 10.599,44
Total activo		\$ 22.481,72	Total pasivo más patrimonio		\$ 22.481,72

Elaboración propia (2024)

4.2.3 Estado de Resultados

El resultado de pérdidas y ganancias, también conocido como estado de resultados, es un informe financiero que muestra el desempeño económico de una empresa durante un período específico. Su propósito principal es detallar los ingresos y gastos para determinar si la empresa ha obtenido una ganancia o ha sufrido una pérdida.

Tabla 53. Estado de Resultados

“MEL’S CREAM”		
ESTADO DE RESULTADOS		
Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024		
Ventas		\$ 95.940,00
Costo de ventas de producción		\$ 58.487,18
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 37.452,82
Gastos operacionales		\$ 28.971,32
Gastos de venta	\$ 7.940,30	
Gastos administrativos	\$ 16.124,10	
Gastos de depreciación	\$ 809,50	
Gastos financieros	\$ 4.097,42	
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ \$8.481,50
Utilidad antes de participación		\$ 8.481,50
15% de participación de trabajadores		\$ 1.272,23
Utilidad antes de impuestos		\$ 7.209,28
25% de impuesto a la renta		\$ 1.802,32
Utilidad antes de reserva		\$ 5.406,96
10% reserva legal		\$ 540,70
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ \$4.866,26

Elaboración propia (2024)

4.2.3 Distribución de Inversión

Tabla 54. Distribución de la Inversión

Inversión	Valor total	Recursos propios	Recursos financiados
Inversión de activos fijos	\$ 7.160,00	\$ 2.319,49	\$ 4.840,51
Inversión de diferidos	\$ 976,80	\$ 515,44	\$ 461,36
Inversión en capital de trabajo	\$ 7.018,00	\$ 2.319,49	\$ 4.698,13
Inversión Total	\$15.154,00	\$ 5.154,42	\$ 10.000,00
		34,01%	65,99%

Elaboración propia (2024)

La inflación del sector los últimos 3 años, de acuerdo con la institución financiera ha tenido el siguiente comportamiento:

2021	0,13%	
2022	3,47%	
2023	2,22%	
	5,8%	1,16%

La tasa pasiva que otorgan los bancos a inversionistas que decidan invertir en los mismos, de acuerdo con la institución financiera, los últimos 3 años ha tenido el siguiente comportamiento:

2021	5,0%	
2022	6,0%	
2023	7,0%	
	18,0%	3,60%

La inflación a nivel nacional los últimos 3 años, de acuerdo con la institución financiera ha tenido el siguiente comportamiento:

Tasa anual de inflación

2021	3,5%	
2022	2,2%	
2023	1,4%	
	7,1%	1,41%

La tasa activa de la institución financiera donde se realizará el préstamo a cinco años es del 12,2 % anual. Dicha tasa es fija para los cinco años.

Se aplica la regla correspondiente:	
1,41% - 1,16%	0,25%
Riesgo moderado	
PREMIO AL RIESGO	5%

Se procede a calcular la tasa mínima de rendimiento en base al promedio de los porcentajes en inflación del sector económico y a nivel nacional, tasa pasiva y el premio al riesgo.

4.2.4 Cálculo de la TMAR

Tabla 55. Cálculo de la TMAR

Inflación del sector económico	Inflación del país	Inversión riesgosa	Premio al riesgo
1,16%	1,41%	0,25%	5%
Sector económico	Tasa pasiva	Premio al riesgo	
1,16%	3,60%	5%	9,76%

Elaboración Propia (2024)

Por último, se procede a calcular el porcentaje a la tasa de rendimiento mixta debido a que se obtiene crédito bancario y se tiene capital propio.

Tabla 56. Cálculo de la Tasa de Rendimiento Mixta

Financiado	Aportación	TMAR	Ponderación
Capital propio	34,01%	9,76%	3,32%
Crédito bancario	65,99%	15%	9,90%

Tasa de Rendimiento Mixta	13,22%
----------------------------------	---------------

Elaboración propia (2024)

4.2.5 Flujo de Caja

Tabla 57. Flujo de Caja

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$95.940,00	\$98.818,20	\$101.782,75	\$104.836,23	\$107.981,32
Helados artesanales	\$23.400,00	\$24.102,00	\$24.825,06	\$25.569,81	\$26.336,91
Helados especiales	\$31.200,00	\$32.136,00	\$33.100,08	\$34.093,08	\$35.115,87
Tarrinas de helados artesanales	\$39.000,00	\$40.170,00	\$41.375,10	\$42.616,35	\$43.894,84
Bebidas	\$2.340,00	\$2.410,20	\$2.482,51	\$2.556,98	\$2.633,69
EGRESOS	\$87.345,95	\$87.985,65	\$88.657,76	\$89.363,26	\$87.768,39
COSTOS FIJOS					
Arriendo	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00
Servicios Básicos	\$1.876,80	\$1.876,80	\$1.876,80	\$1.876,80	\$1.876,80
Mano de obra	\$15.490,59	\$15.490,59	\$15.490,59	\$15.490,59	\$15.490,59
Publicidad	\$195,00	\$195,00	\$195,00	\$195,00	\$195,00
Gastos de Ventas	\$7.940,30	\$7.940,30	\$7.940,30	\$7.940,30	\$7.940,30

Gastos Administrativos	\$16.124,10	\$16.124,10	\$16.124,10	\$16.124,10	\$16.124,10
Gastos de depreciación	\$809,50	\$809,50	\$809,50	\$809,50	\$809,50
COSTOS VARIABLES					
Materia prima	\$26.470,80	\$27.264,92	\$28.082,87	\$28.925,36	\$29.793,12
Materiales Directos	\$9.469,44	\$9.753,52	\$10.046,13	\$10.347,51	\$10.657,94
Materiales Indirectos	\$72,00	\$74,16	\$76,38	\$78,68	\$81,04
Gastos Financieros	\$4.097,42	\$3.656,75	\$3.216,08	\$2.775,42	-
FLUJO DE CAJA	\$8.594,05	\$10.832,55	\$13.124,99	\$15.472,97	\$20.212,93
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$8.594,05	\$19.426,60	\$32.551,59	\$48.024,56	\$68.237,49

Elaboración propia (2024)

4.2.6 VAN y TIR

Tabla 58. Cálculo del VAN y TIR

TMAR	13,22%
MEL'S CREAM	
TASA	0,1322
Inversión	-15.154
1 AÑO	8.594
2 AÑOS	10.833
3 AÑOS	13.125
4 AÑOS	15.473
5 AÑOS	20.213
VAN	\$45.366,52
VAN	\$30.212,10
TIR	68,09%
Factibilidad del negocio	54,87%

Elaboración propia (2024)

4.3 Factibilidad Operativa

Un estudio de factibilidad operativa evalúa la capacidad de un proyecto para funcionar en términos de recursos humanos, procesos operativos, tecnología y localización, además los autores Fernandes y Castillo (2022) que este estudio también permite identificar las actividades que conllevarán al cumplimiento de la meta, siempre considerando los recursos y procesos necesarios para poder ejecutar las actividades.

Talento Humano:

- Gerente General
- Cajero
- Operario de Producción
- Bodeguero
- Vendedor

Capacitación:

- Se invertirá en la formación del personal sobre técnicas artesanales de heladería y atención al cliente.

Turnos y horarios

Para la entrada y salida del personal se estableció el siguiente horario:

Tabla 59. Turnos y Horario

Nómina	Horario (Martes – Domingo)			
	Ingreso	Salida	Ingreso	Salida
Gerente General	8:30	12:30	13:30	18:30
Cajero	9:30	13:30	14:30	18:30
Operario de Producción	8:30	12:30	13:30	17:30
Bodeguero	8:30	12:30	13:30	17:30
Vendedor	9:30	13:30	14:30	18:30

Elaboración propia (2024)

Procesos Operativos

Producción:

- **Ingredientes:** Asegurarse de la disponibilidad constante de ingredientes frescos y de calidad.
- **Maquinaria:** Evaluar las máquinas necesarias, como pasteurizadores, congeladores rápidos, batidoras y vitrinas de exhibición.
- **Métodos:** Establecer métodos de producción que garanticen la

consistencia y calidad de los helados artesanales.

- **Higiene:** Implementar protocolos estrictos de limpieza y seguridad alimentaria.

Tecnología:

- ❖ **Software de gestión:** Utilizar software para controlar el inventario, gestionar pedidos y realizar análisis de ventas.
- ❖ **Página web y redes sociales:** Crear una presencia en línea para promocionar los productos y permitir pedidos en línea.
- ❖ **Sistemas de pago:** Asegurarse de que se acepten múltiples formas de pago (tarjetas, efectivo, aplicaciones de pago).

Localización:

- ❖ **Ubicación del local:** Se escogió una ubicación estratégica con alta afluencia de público, como una zona comercial o cerca de colegios y universidades.
- ❖ **Distribución del espacio:** Se diseñará un espacio atractivo para los clientes, con área de producción visible y un ambiente acogedor para el consumo de helados.
- ❖ **Accesibilidad:** Nos aseguramos de que el local sea accesible para todos los clientes, incluyendo personas con discapacidades.

Experiencia del Cliente:

- ❖ **Atención al cliente:** Capacitar al personal para ofrecer una experiencia amable y personalizada.
- ❖ **Degustaciones y eventos:** Organizar degustaciones de nuevos sabores y eventos temáticos para atraer a más clientes.
- ❖ **Fidelización:** Implementar programas de fidelización, como tarjetas de puntos o descuentos para clientes frecuentes.

4.4 Factibilidad Ambiental

Mata González (2020) destaca en sus estudios que la Responsabilidad Social Ambiental es el conjunto de mecanismos de producción más limpia aplicado por las empresas públicas o privadas, para minimizar su impacto al ambiente en el espacio donde desarrolla sus actividades de producción, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes y de los alrededores.

4.1 Impacto Ambiental

Identificación de posibles impactos ambientales:

Dentro del primer impacto ambiental identificado se encuentra la contaminación del agua, puesto que, el uso de productos químicos al momento de realizar la limpieza y desinfección del local puede conllevar a la contaminación sus fuentes si esta no es manejada adecuadamente.

Así mismo, el desperdicio de agua es uno de los problemas que puede enfrentar la heladería, debido a que, al no tener un control eficiente de su consumo dentro de su establecimiento, puede provocar un desperdicio de agua de forma inadecuada, lo que podría afectar mayormente la disponibilidad del recurso en la comunidad porteña.

Otro de los factores de impacto ambiental dentro de la heladería es la generación de desechos, tanto de sus productos como de sus empaques, y sus clientes al terminar de consumir el producto lo que puede repercutir en la contaminación del medio ambiente si este no se gestiona correctamente generando contaminación ambiental para los habitantes de la parroquia porteña.

Medidas de mitigación para los problemas encontrados:

Implementar el uso de productos de limpieza biodegradable y menos contaminante.

Establecer prácticas de ahorro de agua, como la instalación de grifos de bajo flujo y la recolección de agua de lluvia para usos no potables.

Aplicar un sistema de reciclaje y separación de residuos utilizando contenedores para la clasificación y el manejo adecuado de desechos.

La heladería cumple con las normativas ambientales vigentes en Ecuador, lo que incluye la obtención de permisos necesarios y la realización de auditorías ambientales periódicas.

Establecer un plan de monitoreo para evaluar el impacto ambiental del negocio y realizar ajustes en las operaciones según sea necesario para minimizar cualquier efecto negativo.

4.5 Factibilidad Social

Generación de Empleo

La heladería tiene como objetivo crear fuentes de trabajo para los habitantes de la parroquia de Puerto Bolívar lo que contribuirá a la reducción del desempleo y al mejoramiento de la economía local.

Se buscará contratar a personas de diferentes géneros y edades, siempre que se ajusten a los requisitos establecidos por la heladería. Así mismo se considerará y se apoyará a personas con discapacidad que estén capacitadas para desempeñarse en el puesto de trabajo, fomentando la inclusión social.

Apoyo a la comunidad

Se priorizará la adquisición de materias primas y productos de proveedores locales, lo que no solo traerá beneficio a la heladería si no también impulsará la economía de los productores de la zona.

Capacitación y Desarrollo

Se implementará programas de capacitación para los empleados con la finalidad de mejorar sus habilidades y conocimiento en la producción de ventas, lo que contribuirá en mejorar la calidad del servicio y producto ofrecido.

Satisfacción de las necesidades sociales

Mel's Cream buscará satisfacer la necesidad de un espacio seguro y confortable para la alimentación, ofreciendo productos de calidad y buenas prácticas manufactureras, lo que repercutirá en el bienestar de la parroquia al proporcionarles un lugar de encuentro acogedor.

Compromiso con la Igualdad

Se garantizará que todos los empleados tengan los mismos derechos y obligaciones promoviendo un ambiente laboral equitativo y justo.

5. Conclusiones

El desarrollo de un plan de negocios integral para "Mel's Cream" ha permitido establecer un modelo de negocio claro y estructurado, que incluye un análisis de mercado detallado, una propuesta de valor atractiva y estrategias de comercialización efectivas.

El compromiso con prácticas sostenibles y responsables en la producción y comercialización de helados refuerza el objetivo de operar de manera ética y consciente, beneficiando tanto a los consumidores como al medio ambiente

Luego de llevar a cabo una investigación exhaustiva y recopilar la información necesaria, se alcanza el objetivo fundamental de crear y poner en práctica un plan de negocio, el cual comunica los conocimientos sobre la misión y visión, así como las funciones y responsabilidades que deben cumplirse para la producción y comercialización de helados artesanales.

6. Recomendaciones

Aprovechar los canales de comunicación digital, como las redes sociales, ya que la mayoría de la población los utiliza para informarse. Esto proporciona a la heladería una ventaja para promocionar sus productos y servicios.

Implementar un control riguroso del proceso de producción para ofrecer un producto de mayor calidad al cliente y, de este modo, aumentar la capacidad de producción.

Informar al personal sobre la misión, visión, valores y políticas de la empresa, así como presentar el manual de funciones para que comprendan las tareas que deben desempeñar en cada puesto de trabajo.

7. Referencias

- Larrosa Moran, J. J., Cruz Peredo, G. G., & Sayay Guerrero, S. (2020). Las tendencias de la organizacion empresarial. *Innovación y Aplicaciones Técnico-Tecnológicas*, 2(1), 56-62. Obtenido de <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/v2.n1.a7>
- Alcalde Infante, J. (2020). Sistema de costos y gestión en las empresas de explotación extensiva de ganado vacuno de carne, provincia de Cajamarca, Perú. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 16(3), 67-76. doi:<http://dx.doi.org/10.17268/rev.cyt.2020.03.07>
- Alvarez Vásquez, C. A., Muñiz Jaime, L. P., Morán Chilán, J. H., Merchán Nieto, L. C., Conforme Cedeño, G. M., Nevárez Loor, E. E., & Romero Castro, R. M. (2019). *LAS IDEAS DE NEGOCIOS, EL EMPRENDIMIENTO Y EL MARKETING DIGITAL*. Manabí: Área de Innovación y Desarrollo. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2019.54>
- Angamarca , P., Pinos , E., & Ortega, J. (2022). Factibilidad para la creación de una empresa destinada a ofrecer servicios para la gestión de procesos de negocio, en la ciudad de Cuenca, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4-1), 521-541. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1270
- Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de Negocio para Emprendimientos de los Actores y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Borja , A., Carvajal , H., & Vite , H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *ESPACIOS*, 41(24). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Chariguamán, R., & Real, G. (2022). Evaluación de la capacidad productiva de una empresa de calzado en Ambato, Ecuador. *Ingeniería Industrial*, 43(2), 1-11. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v43n2/1815-5936-rii-43-02-3.pdf>
- Dávila Morán, R. C. (2022). Emprendimiento y gerencia en tiempos de pandemia: una revisión sistemática. *AiBi Revista De Investigación, Administración e Ingeniería*, 10(3), 114-124. doi:<https://doi.org/10.15649/2346030X.2945>
- Delgado Estrada, S. M., Carrasco Reyes, R. I., Chabusa Vargas, J. L., & Mackay Castro, C. R. (2020). Emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador.

- RVG, 1221-1233. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistavenezolanadegerencia/2020/Vol.%2025/No.%2091/31.pdf>
- Fernandes Panjon, C. X., & Castillo Ortega, Y. (2022). Factibilidad para la implementación del Centro de Revisión Técnica Vehicular en el cantón Girón, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 89-101. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.6-2.1578
- García Puga, Y. (2023). El lienzo de Modelos de Negocio o Modelo Canvas: Herramienta para Emprendedores. *Revista FAECO sapiens*, 6(1), 347 - 363 . Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2213811033/>
- González , M., & Blanco, M. (2022). *Manual de capacitación 5: Generación y selección de ideas de negocios*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20747/BVE22088370e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González Enríquez, L. R., & García Pérez, E. (2022). Implementación de un sistema de gestión de calidad e inocuidad alimentaria en una comercializadora de alimentos. *Conciencia Tecnológica*(63). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/944/94472192002/94472192002.pdf>
- Hernández Sánchez , B., Cardella , G. M., & Sánchez García , J. C. (2023). *Persona, empresa, sociedad y emprendimiento en el contexto de los ODS*. Madrid: DYKINSON.
- Hurtado Vallejo, A. D., & Concha Ramírez, J. (2023). Diseño de un plan de negocio para la propuesta de una heladería artesanal en el centro de la ciudad de Guayaquil av. 9 de octubre. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 2638-2640. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7131
- Jara-Nivelos, J. J., Macías-Chuto, E. M., & Orellana-Intriago, C. E. (2022). Factores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos de las madres soltera de GuayaquilFactores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos de las madres soltera de Guayaquil. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3-2), 185-197. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.3-2.1152
- López Moreno, J. L., Catota Mesías, V. D., & Vilcacundo Pérez, O. S. (2022). Exportacion de Helados Artesanales de Frutas Tropicales. *Revista Aula Virtual*, 3(8), 104-111. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.7506322>

- Mata González , I. M. (2020). Plan de Gestión en Responsabilidad Social Ambiental: Generando competitividad empresarial. *Revista Ambientellanía*, 3(1), 98-107. Obtenido de <http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/ambientellania/article/view/895>
- Melo, M. F. (6 de Junio de 2023). *¿Dónde se toma más helado en Latinoamérica?: Statista* . Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/grafico/30138/paises-latinoamericanos-con-el-mayor-consumo-anual-estimado-de-helado-per-capita/>
- Mero Vélez , J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *FIPCAEC*, 3(8), 84-102. doi:10.23857/fipcaec.v3i8.59
- Moncayo Sánchez, Y. P., Salazar Tenelanda, M. V., & Avalos Peñafiel, V. G. (Marzo de 2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo del Conocimiento*, 2205-2220. doi:10.23857/pc.v6i3.2501
- Ocampo Ulloa, W. L., Huilcapi Masacon, N. H., & Cifuentes Rodríguez, A. F. (2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. *RECIMUNDO. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 3(4), 114-137. doi:10.26820/recimundo/3.(4).diciembre.2019.114-137
- Otalora Guitiérrez, A. E. (2021). Estrategia de calidad del servicio para mejorar la atención al cliente en heladería. *Revista de Investigación en Ciencias Administrativas y Sociales Ñeque*, 4(9), 125-140. doi:<https://doi.org/10.33996/revistaneque.v4i9.50>
- Palma Santana, S. L., Espinoza Zambrano, J. P., Flores Holguín, L. E., & Reyna Arias, K. S. (2020). ELABORACIÓN DE HELADO CON DIFERENTES CONCENTRACIONES DE LECHE DE SOYA (Glycine max). *ESPAMCIENCIA*, 11(2), 120-130. doi:https://doi.org/10.51260/revista_espamciencia.v11i2.199
- Requena , E., Cajamarca , J., Romero, W., & Mora , N. (2022). Análisis de factibilidad para producción y comercialización de pallets plásticos como medio de mitigación ambiental. *593 Digital Publisher CEIT*, 19-32. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5-3.1324>
- Rodríguez Rodríguez, M. d., & García Soto, M. G. (2019). ¿Por qué fracasan las empresas de base tecnológica fundadas por emprendedores en España?

Emprendimiento y Negocios Internacionales, 4(2), 41-58.

doi:10.20420/eni.2019.296

- Romero Hidalgo, O., Hidalgo Sánchez, A., & Correa Guaicha, H. (2018). *Plan de Negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala: UTMACH. Obtenido de <http://www.utmachala.edu.ec/>
- Romero Núñez, S., & Jiménez Castro, F. (2024). Gestión por procesos y la norma INEN 706: herramientas de inocuidad y calidad de helados. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 24(42). doi:<http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/>
- Sánchez, J. (2022). Ecuación de mercado y segmentación por derivación matemática: un modelo gerencial de toma de decisiones empresariales. *Revista Nacional de Administración*, 13(2), 21-34. doi: 10.22458/rna.v13i2.4478
- Schnarch, A. K. (2022). *Emprendimiento exitoso : cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Siñami, E. (2021). La gestión administrativa como incidencia en la calidad educativa de la Unidad educativa 20 de Octubre. *Revista FT Franz Tamayo*, 3(6), 46-60 . Obtenido de <https://revistafranztamayo.org/index.php/franztamayo/article/view/313/931>
- Sonderegger, P. (2020). Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo. *Revista Abierta de Informática Aplicada*, 4, 7-16. Obtenido de <https://raia.revistasuai.ar/index.php/raia/article/view/22/43>
- Sumba Bustamante , R. Y., Toala Sanchez , A. J., & García Vélez, H. A. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *RECIMUNDO*, 92-108. doi:10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108
- Tito Cárdenas, J. V., Ogozi Auqui, J. A., Franco Medina, J. L., & Vértiz Osoreo, J. J. (2020). Comportamiento del gerente como líder: una visión estratégica en las organizaciones. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 25(91), 1234-1245. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistavenezolanadegerencia/2020/Vol.%2025/No.%2091/32.pdf>
- Vaca, D., Gutiérrez, C., Ruboca , A., Hernández, J., & Villafaña, A. (Abril de 2019). Estudio de viabilidad económica y comercial para el prototipo de una cosechadora troceadora de agave. *Tecnología en Marcha*, 32, 12-19.

doi:<https://doi.org/10.18845/tm.v32i7.4254>

Vásquez Ponce , G. O., Lucas Delgado, A. E., & Rodríguez Lucas, D. S. (2022).
Modelo de Negocio e Innovación en el Contexto de Sector Artesanal del
Cantón Montecristi. *Dominio de las Ciencias*, 152 - 176 .

doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2564>

Verduga Pino , A. M. (2021). Emprendimiento y plan de negocio para iniciar una
heladería vegana en el cantón Portoviejo, Ecuador. *YACHASUN*(5), 19-35.

doi:<https://doi.org/10.46296/yc.v5i8edespab.0093>