



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO “LOS CEIBOS”  
UBICADO EN EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN  
PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS,  
AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: SILVIA ALEXANDRA VINCES ESTRELLA  
TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL.**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO “LOS CEIBOS”  
UBICADO EN EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN  
PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS,  
AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: SILVIA ALEXANDRA VINCES ESTRELLA**

**TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR  
2015

La Libertad, Agosto del 2014

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO “LOS CEIBOS” UBICADO EN EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS**”. AÑO 2015, elaborado por la Sra. **SILVIA ALEXANDRA VINCES ESTRELLA**, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, lo Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....  
Ing. Washington Perero Vera, MSc.  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

A mis padres Ramón Vinces y Gladys Estrella, a mi esposo, mis hermanos y principalmente a mi hija Yoneida quienes permanentemente me apoyaron con espíritu alentador contribuyendo incondicionalmente a lograr las metas y objetivos propuestos.

**Silvia Vinces Estrella**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco profundamente a Dios, por guiarme en el sendero correcto de la vida, cada día en el transcurso e iluminándome en todo lo que realizo de mi convivir diario.

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Península de Santa Elena y en ella a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas a cada uno de los que acudimos y brindarnos sus conocimientos que servirán para ser útiles a la sociedad.

**Silvia Vincés Estrella**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Econ. Félix Tigrero González, MSc.  
DIRECTOR DE LA ESCUELA  
DE INGENIERIA COMERCIAL

---

Ing. Washington Perero Vera, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Econ. Hugo Álvarez, MSc.  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO  
EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO “LOS CEIBOS”  
UBICADO EN EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN  
PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS,  
AÑO 2015”**

**Autora:** Sra. Silvia Alexandra Vines Estrella.

**Tutor:** Ing. Washington Perero Vera, MSc.

**RESUMEN**

El trabajo de investigación tuvo como propósito principal proponer un Plan de Negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos” en el Recinto Data de Villamil, cantón Playas. La investigación se fundamentó en un marco teórico y conceptual que analizó al Plan de Negocio, donde se escribió de manera breve y precisa los objetivos, y los métodos que se implementaron, este estudio permitió que la fábrica desarrolle estrategias para aumentar la productividad, además tener más ganancias para generar nuevos empleos por lo que se está aportando con la comunidad. Se consideró el aspecto legal que sustentó al Plan de Negocio, como es el Plan del Buen Vivir, La ley Orgánica de Salud, y Ley de Aguas para el Buen Vivir. Está investigación se realizó con sustento documental donde se obtuvo información necesaria para resolver la problemática planteada. En el proceso de investigación del proyecto se utilizaron método de investigación cuantitativa, donde se examinaron datos numéricos y por lo tanto los datos fueron medibles y cuantificables. En el tipo de investigación que se utilizó fue la investigación aplicada y la descriptiva, esta permitió observar los problemas que le estaban agobiando a la fábrica lo que permitió recolectar información del área que se estuvo investigando. El método que se aplicó fue el método analítico, este permitió desarrollar alternativas a los problemas que se obtuvieron en la investigación. En técnicas de investigación se utilizó la entrevista y las encuestas, las mismas que permitieron dar solución a la problemática presentada como es comercializar un nuevo producto mediante la elaboración de un Plan de Negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos”, que estuvo adecuadamente elaborada con cada una de las necesidades existentes. La propuesta del Plan de Negocio consistió en analizar cada uno de los indicadores del marco teórico, además se realizó el plan financiero de todo lo que la empresa necesitaba comprar como es la maquinaria de hacer hielo, el contenedor donde se almacenaron los sacos de hielo de acuerdo a eso se deseó realizar un préstamo para financiar los gastos que se obtuvieron.

## ÍNDICE

PORTADA .....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
TRIBUNAL DE GRADO .....	v
RESUMEN .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
Tema. ....	2
Planteamiento del problema. ....	2
Formulación del problema. ....	7
Sistematización del problema. ....	7
Justificación. ....	10
Objetivos de la investigación. ....	13
Objetivo general. ....	13
Objetivos específicos. ....	13
Hipótesis. ....	14
Operacionalización de las variables. ....	14
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>17</b>
<b>MARCO TEÓRICO.</b> .....	<b>17</b>
1.1 ATECEDENTES DEL TEMA. ....	17
1.2 PLAN DE NEGOCIO. ....	18
1.2.1 Naturaleza del proyecto. ....	19
1.2.2 Mercado. ....	23
1.2.3 Producción. ....	24

1.2.4	Organización. ....	26
1.2.5	Finanzas. ....	27
1.3	COMERCIALIZACIÓN. ....	35
1.3.1	Marketing. ....	36
1.3.3	Dirección. ....	37
1.3.4	Calidad. ....	40
1.4	MARCO LEGAL. ....	43
	<b>CAPÍTULO II</b> .....	47
	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	47
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	48
2.2	MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN. ....	49
2.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN. ....	50
2.4	POR EL NIVEL. ....	51
2.5	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	52
2.6	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	55
2.7	POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	56
2.8	PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN. ....	59
	<b>CAPÍTULO III</b> .....	61
	<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	61
3.2	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS. ....	72
	<b>CAPÍTULO IV</b> .....	77
4.1	PRESENTACIÓN. ....	77
4.2	NATURALEZA DEL PROYECTO. ....	78
4.3	MERCADO. ....	81

4.4	PRODUCCIÓN.....	82
4.5	ORGANIZACIÓN.....	85
4.5.1	Estructura organizacional.....	85
4.5.2	Perfil de puesto.....	85
4.6	FINANZAS.....	87
4.7	MARKETING.....	96
4.8	DIRECCIÓN.....	98
4.9	CALIDAD.....	100
	CONCLUSIONES.....	107
	RECOMENDACIONES.....	108
	BIBLIOGRAFÍA.....	109

## ÍNDICE DE CUADRO

<b>CUADRO 1</b> Plan de Negocio .....	15
<b>CUADRO 2</b> Comercialización de Hielo en Escamas. ....	16
<b>CUADRO 3</b> Flujo de Caja.....	32
<b>CUADRO 4</b> Población .....	57
<b>CUADRO 5</b> Muestra.....	58
<b>CUADRO 6</b> Financiamiento.....	87
<b>CUADRO 7</b> Inversión.....	88
<b>CUADRO 8</b> Ingresos por ventas.....	89
<b>CUADRO 9</b> Gastos Administrativos .....	90
<b>CUADRO 10</b> Sueldo y Salarios.....	90
<b>CUADRO 11</b> Costos Fijos .....	91
<b>CUADRO 12</b> Costo Variable .....	91
<b>CUADRO 13</b> Costo de Venta.....	92
<b>CUADRO 14</b> Pérdidas y Ganancias .....	92
<b>CUADRO 15</b> Flujo de caja proyectado.....	94
<b>CUADRO 16</b> Indicadores de rentabilidad.....	95

## ÍNDICE DE ESQUEMA

<b>ESQUEMA 1</b> Diagrama de Proceso Producción .....	25
<b>ESQUEMA 2</b> Distribución y Punto de Venta.....	82
<b>ESQUEMA 3</b> Diagrama de Proceso .....	84
<b>ESQUEMA 4</b> Estructura Organizacional.....	85

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>TABLA 1.</b> Frecuencia de Consumo. ....	62
<b>TABLA 2.</b> Oportunidad de emprender. ....	63
<b>TABLA 3.</b> Características relevantes del producto. ....	64
<b>TABLA 4.</b> Frecuencia compra. ....	65
<b>TABLA 5</b> Consumo. ....	66
<b>TABLA 6</b> Utilización de producto. ....	67
<b>TABLA 7</b> Oportunidad de ampliación de instalaciones. ....	68
<b>TABLA 8</b> Nuevo producto. ....	69
<b>TABLA 9</b> Conservación de su producto. ....	70
<b>TABLA 10</b> Tamaño de hielo. ....	71

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>GRÁFICO 1.</b> Frecuencia de Consumo .....	62
<b>GRÁFICO 2</b> Oportunidad de emprender.....	63
<b>GRÁFICO 3.</b> Características relevantes del producto.....	64
<b>GRÁFICO 4.</b> Frecuencia compra.....	65
<b>GRÁFICO 5.</b> Consumo. ....	66
<b>GRÁFICO 6.</b> Utilización de producto.....	67
<b>GRÁFICO 7.</b> Oportunidad de ampliación de instalaciones.....	68
<b>GRÁFICO 8.</b> Nuevo producto. ....	69
<b>GRÁFICO 9.</b> Conservación de su producto. ....	70
<b>GRÁFICO 10.</b> Tamaño de hielo. ....	71

**ÍNDICE FIGURA**

<b>FIGURA 1</b> Ubicación .....	79
<b>FIGURA 2</b> Especificación del producto .....	83
<b>FIGURA 3</b> Propagandas en medios .....	97
<b>FIGURA 4</b> Letrero.....	97
<b>FIGURA 5</b> Volante .....	97
<b>FIGURA 6</b> Marca .....	98

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1. CARTA AVAL.....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXO 2. MODELO DE ENCUESTA.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO 3.MODELO DE ENTREVISTA .....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXO 4 GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS .....</b>	<b>120</b>
<b>ANEXO 5 PUNTO DE EQUILIBRIO.....</b>	<b>120</b>
<b>ANEXO 6 AMORTIZACIÓN BANCARIA.....</b>	<b>121</b>
<b>ANEXO 7 MAPA DE DATA DE VILLAMIL .....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXO 8 FOTOS DE LA FÁBRICA .....</b>	<b>122</b>

## INTRODUCCIÓN

El contenido de la presente tesis está dirigida para el mejoramiento de la fábrica de hielo, lo que se está brindando es la oportunidad para que comerciantes obtengan el producto que ellos prefieren mucho más rápido de forma segura y de buena calidad. El Plan de Negocio que se presenta se desarrolla para influir favorablemente en los factores que determinen que el negocio tenga éxito, se detalla la operalización donde se acopla adecuadamente cada uno de ellos para que el negocio sea viable.

**El capítulo I**, corresponde al marco teórico en el cual se encuentra la teoría de diferentes autores que permiten obtener parámetros para el desarrollo de la investigación con cada uno de sus análisis, permite obtener información para ir desarrollando los elementos del Plan de Negocio.

**En el capítulo II**, se define la metodología de investigación donde se toma en cuenta el diseño, la modalidad, los tipos de investigación, los métodos y las técnicas de investigación, que fueron necesarias para la obtención de datos de la problemática de estudio.

**En el capítulo III**, se detalla la información recopilada de las encuestas y las entrevistas, donde se realiza el análisis e interpretación de los resultados, que se obtuvo de los clientes y del personal de la fábrica donde los resultados obtenidos demostraron la aceptación de la propuesta.

**El capítulo IV**, se refiere a la solución del problema como es el plan de negocio para la Fábrica de hielo “Los Ceibos”, este plan permitirá solucionar las necesidades existentes de hielo, por lo que se pretende comercializar un nuevo producto que es el hielo en escamas.

## MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

### **Tema.**

Efecto del estudio técnico financiero de la comercialización de la fábrica de hielo “Los Ceibos”. Plan de Negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto Data de Villamil, Cantón Playas, Provincia del Guayas, Año 2014.

### **Planteamiento del problema.**

Data de Villamil es un recinto que está ubicado en el km 10 ½ vía a Posorja este pueblo pertenece al Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas, se compone de una superficie de 17 kilómetros. Está conformada por nueve barrios de los cuales son: Barrió La Dolorosa, Barrió los Ceibos, Barrió Corazón de Jesús, Barrió Las Cruces, Barrió La Esperanza, Barrió Cristo Rey, Barrio La Providencia, Barrió Acapulco, Barrió La Fortuna. Las Mayores actividades productivas del recinto son la albañilería, pesca y trabajos en la fábrica de la zona. La mayoría de las mujeres en la comunidad están desempleadas, la fábrica de hielo de data de Villamil nace como una pequeña empresa

Los límites del recinto Data de Villamil son: Al norte con recinto “El Arenal” que pertenece al cantón Playas; Al sur con Data de Posorja que pertenece a la Parroquia Posorja; al este con el estero de Data de Villamil y al oeste con el Océano Pacífico.

La fábrica de hielo está ubicada en el recinto Data de Villamil, Barrio “Corazón de Jesús” perteneciente al cantón Playas. La fábrica fue creada en el año 2006 por el Ing. Humberto López, el compró este terreno que pertenecía a el Sr. Johnny de

la Pared, el Sr. Humberto percibió la necesidad de los comerciantes de mariscos del sector ya que tenían que viajar hasta el cantón Playas o a la parroquia Posorja para conseguir el producto, viendo esta necesidad inspeccionó el terreno y como no había una competencia en la zona se anima en crear la fábrica de hielo y así ayudar a muchos comerciantes de la zona a obtener el producto mucho más rápido.

Cuando los dueños de embarcaciones y de piscinas de camarón acudían a comprar hielo en las otras fábricas en muchas ocasiones no alcanzaban, se les complicaba la comercialización de su producto, porque necesitaban una fábrica en la zona y les facilitará la compra del producto.

A la fábrica le falta la aplicación de muchas estrategias que se evidencian al momento de visitarla, a los comerciantes les gustaría que la empresa mejore la vía de ingreso, que tenga un rótulo donde identifique el nombre de la fábrica y que implemente una nueva maquinaria con esto estaría ayudando a los clientes.

La fábrica solo vende hielo en marqueta, la demanda de hielo existente en la fábrica es muy alta ya que los comerciantes exigen la comercialización de hielo en escamas porque a ellos se les hace complicado viajar a otro lugar por lo que algunos de los comerciantes no tiene carro propio, gastan más de lo presupuestado.

El producto se enfoca a un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, la fábrica empezó con una plantilla de cuatro colaboradores. La información se obtuvo por medio de conversaciones con el dueño y trabajadores de la fábrica donde ellos daban a conocer cada una de las expectativas que tenían en cuanto a la aplicación del plan de negocio, esto ayudará mucho a la fábrica por que le estarían generando mayor ingreso y reconocimiento por parte de los comerciantes.

### **Situación actual.**

En la actualidad la compañía solo vende hielo en marqueta y la demanda de hielo existente en la fábrica es baja las exigencias de los comerciantes ahora es la comercialización de hielo en escamas, para evitarse estos complicados viajes a otros lugares en donde e no le garantizan la pureza del hielo y más aun conociendo que tienen una fábrica de hielos en Data de Villamil que con un mínimo de inversión puede contar con la maquinaria adecuada para la venta del hielo en escamas.

En la fábrica se observa que le está agobiando una serie de problemas que le están interfiriendo en el desenvolvimiento de sus actividades, dentro de los cuales se pueden mencionar en primera instancia una dirección estratégica que permita una perfecta operalización pero específicamente se refiere a las situaciones internas y externas de la fábrica.

Debemos tener en cuenta que esta información se obtuvo por medio de conversaciones directas a miembros que laboran en la fábrica. Los problemas que pudimos percibir en el momento de la visita fue que la fábrica presenta inconvenientes en la comercialización del producto, una de ellas es que no tienen un letrero donde les indique que existe una fábrica de hielo en la zona ya que sin la presencia de material publicitario se debilita de forma paulatina el acceso a la fábrica dándoles un amplio margen de posicionamiento a la competencia cercanas.

La empresa se encuentra en desventaja por lo que no está distribuyendo el hielo en escamas por tal razón el plan de negocio que se va a diseñar le daría un giro total por que le generarían nuevas estrategias, teniendo así la particularidad de manejar los escenarios a los que se enfrentan con una visión más clara de lo que se desea desarrollar, mediante la operatividad óptima y máximo desenvolvimiento ante

adversidades, se analizará cada una de sus debilidades y sus fortalezas de la organización de la fábrica.

El propósito de esta investigación comprende un plan de negocio que se llevará a cabo dentro de las instalaciones de la fábrica para mejorar su comercialización y sus ventas mediante la implementación de un nuevo producto que se está brindando al comerciante de la zona y clientes en general para cumplir con las expectativas deseadas.

### **Situación futura.**

Los comerciantes exigen la comercialización de hielo en escamas porque los comerciantes compran el hielo en condiciones rústicas y ellos tienen que picar a pulso el hielo para congelar sus productos, pero implementando esta nueva maquinaria se les haría más fácil; además a ellos se les hace complicado viajar hasta las fábricas de hielo, la más cercanas que venden este producto son las que se encuentran en la parroquia Posorja y en el cantón Playas, de no haber en stock en estas compañías el viaje es más largo, tendrían que viajar a la ciudad de Guayaquil y si ellos no son clientes de esas distribuidoras tienen el riesgo de no encontrar el producto y el viaje estaría siendo en vano.

Estos mismos comerciantes fieles compradores de la empresa sugieren al Ing. Humberto la implementación de una nueva línea en su empresa, esta nueva línea a implementar no solamente lleva una inversión sino también a unas futuras ganancias, la nueva línea de hielo en escamas tendrá una demanda alta.

Se realizará un préstamo hipotecario para comprar la nueva maquinaria donde irán a almacenar los 400 sacos aproximados a producir. La entidad bancaria solicita las escrituras del terreno si no la enajenación de la maquinaria existente para

garantizar el préstamo. Esto servirá no solo para comprar la máquina para hacer el hielo en escamas sino comprar el chasis o contenedor en donde se almacenará el producto para vender a los comerciantes de mariscos y a las personas que necesiten del producto.

### **Alternativas de solución.**

Se determinará un préstamo para solventar la inversión que desean realizar en la fábrica, además se realizara un estudio pormenorizado de la demanda probable. Se utilizará un plan de negocio para una mejor comercialización del nuevo producto, ya que se comercializará el hielo en escamas.

También se desea implementar una nueva bodega donde se instalará el nuevo contenedor, aquí se guardarán los sacos de hielo picado para la distribución a cada uno de los clientes de la fábrica, por tal razón es posible e indispensable que las acciones generen valor económico y social de manera simultánea. La implementación de un nuevo producto será factible operar hoy y crecer mañana con armonía de la comunidad y los grupos de interés que serían los comerciantes.

El proyecto está dirigido a mejorar y fortalecer las ventas en la fábrica de hielo mediante la implementación de nuevas estrategias en el plan de negocio, esto permitirá que la fábrica genere más clientes en el futuro ya que se tendrá una producción continua por lo que le facilitarían a los comerciantes encontrar el producto las 24 horas del día.

Con el estudio se garantizará la comercialización del nuevo producto, mediante publicidad y capacitaciones que se les brindara a las personas que trabajan en la fábrica, esto les ayudaría a que mejoren la atención del cliente y actitudes mediante motivaciones que le brindara este plan garantiza el mejoramiento de la fábrica de hielo.

### **Formulación del problema.**

¿Qué efecto tendría un plan de negocio en la comercialización de un nuevo producto en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicados en el recinto Data de Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas?

### **Sistematización del problema.**

¿De qué manera influirá establecer un Plan de Negocio en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicados en el recinto de Data Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas?

¿Cuál sería la importancia de un plan de negocio en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto de Data Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas?

¿Cuáles son los beneficios y ventajas que va a obtener la fábrica de hielo “Los Ceibos” al implementar un plan de negocio?

¿Qué estrategias necesitaría implementar para mejorar la comercialización de su nuevo producto en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicados en el recinto Data de Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas?

¿Cuáles son las técnicas que se van a utilizar en la recolección de datos que dirija la propuesta?

¿Cuál es el diseño metodológico que se va a utilizar en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicados en el recinto Data de Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas?

## **Evaluación del problema.**

### **Delimitación:**

La fábrica de hielo “Los Ceibos” está ubicada en el recinto Data de Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas, cuenta con una plantilla de seis colaboradores en el área de producción.

El presente proyecto tiene como finalidad implementar la comercialización de un nuevo producto en la fábrica de hielo “Los Ceibos” mediante la aplicación de un plan de negocio para determinar los objetivos a alcanzar y las metas a resolver, para lo que se implementará las modificaciones necesarias para que tengan mejor acogida con la población.

### **Concreto:**

Fortalecer a la empresa por medio de capacitaciones al personal que labora en la fábrica de manera constante en atención al cliente, avances tecnológicos para que contribuyan a mejorar la calidad de atención y mejorar la productividad de la empresa para que tengan conocimientos y además para que aporten con ideas para la empresa.

### **Factible:**

La propuesta del plan de negocio va enfocada al lanzamiento de la nueva línea de comercialización de un producto en la empresa y con esto se llenará las expectativa no solo de algunos sino de muchos los cuales se pretende captar con la optimación del producto que se va a ofrecer, ya que a mejor ofrecimiento en

servicio y precio, mayor es la demanda del producto y esto a su vez los coloca en un puesto importante en el mercado de competencia.

#### **Claro:**

La necesidad de implementar esta investigación es para mejorar la venta en la fábrica de hielo y además darle mayor realce al negocio para generar fuentes de trabajo en la comunidad, este plan permitirá realizar distribución del producto a nuevos puntos de ventas.

#### **Variables:**

**Variable dependiente:** Comercialización de hielo en escamas

**Variable independiente:** Plan de negocio

Las variables permitirán establecer los posibles problemas donde se van a establecer las soluciones para mejorar la productividad de la fábrica de hielo “Los Ceibos” y por tal razón se va a obtener más ingresos de sus ventas y por lo tanto se generará más rentabilidad en la fábrica.

#### **Relevante:**

El plan de negocio permitirá fortalecer las metas y los objetivos de la fábrica de hielo mejorando así su comercialización y aplicando nuevas estrategias para aplicarlas dentro de la organización y a través de una visión y misión de mejorar las ventas, esto permitirá resolver algunas situaciones en un tiempo determinado por tal razón es indispensable tener claro lo que se desea realizar para no tener ninguna complicación en un futuro, los clientes serán beneficiados con el proyecto.

## **Justificación.**

Data de Villamil hay una gran cantidad de comerciantes de mariscos que ya son reconocidos en la localidad y lo que se desea es ganar más clientes con la comercialización del nuevo producto que es el hielo en escamas. La importancia para un comerciante de marisco es entregar sus productos de buena calidad y que estos estén bien frescos, lo que se pretende con el plan de negocio es cumplir con las expectativas deseadas.

La implementación de una nueva línea de producción generará nuevos empleos en la comunidad, la compra de la nueva maquinaria será de mucha importancia porque presenta una oportunidad para los comerciantes y además aporta con beneficios económicos.

Una de las ventajas que tendrá este proyecto es implementar una línea de negocio como es el hielo en escamas que será de beneficio para los clientes. Los comerciantes de la zona tienen que conseguir el producto en otras fábricas y en muchas ocasiones no encuentran el hielo y se les hace muy complicado transportarlo porque tienen el riesgo que se les dañe.

Mediante las estrategias que se van a implementar, permitirá que los comerciantes encuentren el producto por medio de pedidos directos o por vía telefónica, lo que se desea es brindar facilidad para el cliente. También van a tener puntos de distribución donde los clientes tengan la comodidad de obtener el hielo mucho más fácil.

El trabajo de investigación que se desea elaborar es para fortalecer las ventas y comercializar un nuevo producto, los clientes dedicados a la comercialización de mariscos se encuentran interesados en el tema, esto les permite disminuir recursos y les ayudaría a mejorar la comercialización del producto.

## **Justificación Teórica.**

Karen Weinberger Villarán (2009), manifiesta: “El plan de negocio es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planificación. El plan de negocio sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollan para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción, cuanto llama la atención cuan amigable contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de ideas, la información financiera, el análisis y por último la oportunidad de mercado”, Pág. # 26

En la fábrica de hielo “Los Ceibos” es indispensable implementar un Plan de Negocio donde va a permitir mejorar la comercialización de hielo en escamas con la finalidad de ser más rentables, por tal razón toda empresa tiene que evaluar antes de comenzar a invertir y realzar los flujo de caja y el presupuesto para que analicen el aumento de las futuras capitalizaciones de la empresa.

En el plan de negocio se consideran las amenazas y fortalezas de la fábrica, para poder tener una idea más clara de las expectativas que tiene el Gerente, los empleados y por qué no clientes y proveedores de la fábrica de hielo apuntando a una fábrica con tecnología de punta y personal capacitado.

Es una gran oportunidad para la comunidad y en especial a los comerciantes de la zona que comercialicen un producto nuevo, en esta fábrica no se está produciendo hielo en escarcha y a los comerciantes les favorece porque si no tienen que viajar a lugares lejanos este plan le estaría brindando una oportunidad de mercado.

La empresa está construida en una zona libre de contaminación donde casas y el ambiente de las familias no se contaminan está ubicada en un lugar muy estratégico porque se encuentra en la vía principal, la entrada es cómoda y amplia ya que hacen lo posible para no contaminar el espacio donde están ya que siempre tiene precaución en el manejo de las máquinas.

### **Justificación metodológica.**

Félix Goñi Cruz (2012), manifiesta: “Son métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos diseñados y empleados en el desarrollo de la investigación, tienen validez y confiabilidad, pueden estandarizarse y pueden emplear en otros trabajos de investigación”. Pág. # 5

Para desarrollar esta propuesta de investigación se ha optado por la implementación de técnicas cuantitativas ya que con esta técnica permitirá desarrollar cada una de las investigaciones que se realizarán en la investigación de campo, ya que con cada una de las técnicas a utilizar permitirá identificar los problemas que se van a resolver para mejorar la fábrica. Es decir que haya concordancia y claridad en los elementos a investigar en el problema planteado, para de esta manera definir donde se inicia el problema, y definir qué tipo de incidencias existen entre sus elementos de tal manera que se utilizarán las técnicas de encuesta y entrevistas con el respectivo cuestionario.

### **Justificación práctica.**

Jennifer Guanipa (2012), manifiesta: Se considera justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o por lo menos propone estrategias que a aplicarlas contribuirá a resolverlas es decir explicar porque es conveniente llevar a cabo la investigación y cuáles son los beneficios que derivaran de ella. Pág. # 8

Determinando cada uno de los problemas de la fábrica se va a construir relaciones armónicas con el grupo de interés para de esta manera determinar la solución de cada uno de los temas que están haciendo que la fábrica no tenga una mejora dentro de su comercialización es por eso que se está determinando las estrategias para que tenga una acogida satisfactoria en sus nuevas instalaciones y con su nueva línea de negocio. Por esta razón se está implementando maquinarias de tecnología muy avanzadas para que los sacos de hielo reposen en un cuarto frío con una capacidad adecuada para satisfacer las necesidades de los clientes.

## **Objetivos de la investigación.**

### **Objetivo general.**

Elaborar un Plan de Negocio en base a un diagnóstico situacional para mejorar la comercialización de un nuevo producto en la fábrica de hielo “Los Ceibos” del recinto Data de Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas año 2014.

### **Objetivos específicos.**

- ✚ Explicar cada uno de los fundamentos teóricos en el que se está basando el Plan de Negocio para la fábrica de hielo “Los ceibos”.
- ✚ Elaborar una a una las estrategias metodológicas de investigación, para aplicar un correcto procedimiento en el tema propuesto.
- ✚ Recolectar toda la información investigada para determinar si la propuesta está bien planteada.
- ✚ Analizar los resultados de cada una de las técnicas utilizadas en el proyecto, estableciendo la situación de la fábrica de hielo y cada una de las actividades que se desean implementar en el negocio.
- ✚ Diseñar un Plan de Negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos” que permita contrarrestar las debilidades para la formación de una estructura estable y competitiva para promover la realización del proyecto.

### **Hipótesis.**

La elaboración de un Plan de Negocio permitirá mejorar la comercialización de hielo en escamas en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto Data de Villamil, Cantón Playas, Provincia del Guayas.

### **Operacionalización de las variables.**

- ✚ Plan de Negocio
  
- ✚ Comercialización de hielo en escamas

**CUADRO 1 Plan de Negocio**

<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Definiciones</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumentos</b>
La elaboración de un Plan de Negocio permitirá mejorar la comercialización de hielo en escamas en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto Data de Villamil, Cantón Playas, Provincia del Guayas.	Plan de Negocio	Es un documento que resumen de manera clara y precisa el objetivo del desarrollo de un proyecto donde se van a explicar la naturaleza del proyecto y donde se destaca el estudio de mercado, la manera de cómo llevar la producción, la organización y los estados financieros de la empresa.	NATURALEZA DEL PROYECTO	Descripción del negocio Ubicación y tamaño del negocio Visión de la Empresa Misión de la Empresa Objetivos Políticas	¿Qué opina sobre las nuevas estrategias que se desean implementar en la fábrica?	Entrevista  Encuesta
			MERCADO	Distribución punto de venta	¿Cuál es la posición competitiva de la empresa en la prestación de los servicios?	
			PRODUCCIÓN	Especificación del producto Descripción del proceso de producción Diagrama De Proceso	¿Estaría de acuerdo con la implementación de un plan de negocio para mejorar la productividad de la empresa?	
			ORGANIZACIÓN	Estructura Organizacional Perfil de Puestos	¿De su opinión sobre la organización de la empresa?	
			FINANZAS	Ingreso por Ventas Presupuesto de Gastos Administrativos Sueldos y Salarios Punto de Equilibrio Pérdidas y Ganancias Flujo de Caja Evaluación Financiera VAN (Valor Actual Neto) TIR (Tasa Interna de Rendimiento)	¿Cree usted que si llevara un control financiero de la empresa se generaría una mayor valoración de la empresa?	

**Fuente:** Plan de Negocio

**Elaborado por:** Silvia Vincés Estrella

**CUADRO 2** Comercialización de Hielo en Escamas.

<b>Hipótesis</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Definiciones</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumentos</b>
La elaboración de un Plan de Negocio permitirá mejorar la comercialización de hielo en escamas en la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto Data de Villamil, Cantón Playas, Provincia del Guayas	Comercialización de hielo en escamas.	Es un conjunto de responsabilidades que tiene la empresa para cumplir sus tareas mediante un estudio de marketing, y las direcciones estratégicas y de calidad de sus productos y personal.	Marketing	La publicidad La marca	¿Será dispensable tener buena relación dentro de la empresa para mejorar el ambiente laboral?	Entrevista  Encuesta
			Direcciones	Liderazgo Servicio al cliente	¿De su opinión sobre liderazgo en una empresa?	
			Calidad	Competencia Empresarial Comunicación Empresarial Capacitación Empresarial	¿Se comunica a la organización la importancia de satisfacer las necesidades del cliente y llevar en cuenta cada uno de sus procesos?	

**FUENTE:** Comercialización de Hielo en Escamas

**Elaborado por:** Silvia Vines Estrella

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO.**

#### **1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.**

El Plan de Negocio es la forma ordenada de explicar que es lo que se va hacer en un negocio por tal razón es un documento escrito donde se van a detallar cada uno de las metas y propósitos en un periodo de tiempo determinado y donde se establecen los mecanismos y métodos bajo los cuales se van a cumplir los requisitos, aquí se determina la inversión que se requiere en el negocio además se da un pronóstico de los flujos financieros de esta actividad.

Consiste en un diagnóstico del entorno donde se va a desenvolver el negocio, por tal razón es un requisito para ver en qué condiciones está la empresa, de aquí parte la visión que se desea elaborar para la fábrica de hielo donde se requiere implementar una nueva línea de negocio, una vez que se desarrolle el diagnóstico se va a plantear un propósito específicamente se establecen los objetivos generales y específicos que debe ser cuantificable y medible hasta un determinado tiempo.

El recinto Data de Villamil específicamente en el barrio “Corazón de Jesús” se encuentra ubicado la fábrica de hielo “Los Ceibos”, esta empresa se crea con la finalidad de distribuir hielo a los comerciantes de mariscos de la zona y de los pueblos cercanos, en la empresa laboran personas muy trabajadoras y con ánimo de superación, en la actualidad laboran 4 personas encargados de la producción del hielo, por tal razón es muy importante la elaboración de un plan de negocio para la fábrica de hielo “Los ceibos” .

## 1.2 PLAN DE NEGOCIO.

Los autores María del Mar Cabrerizo Dumont, José Antonio Naveros Arrabaln (2009) manifiestan:

“El plan de negocio puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcara desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica”. Pág. # 6

El plan de negocio es muy importante para la empresa ya que con este documento se va a desarrollar una guía a fin que sea utilizada dentro de la organización, además es la oportunidad de definir las estrategias para evitar errores en un futuro, además permite evaluar el desempeño de la empresa a largo tiempo.

Se puede utilizar para atraer a los inversionistas y al mismo tiempo utilizarlo como una herramienta para una correcta toma de decisiones. Es un documento que resume de manera sencilla el objetivo del desarrollo de un proyecto donde se destacan el estudio de mercado, la manera de cómo llevar los estados financieros de la empresa, se debe implementar estrategias dentro de la organización, y como se llevar el control de los productos.

Un plan de negocio es un instrumento de gestión muy importante porque es un referente para saber hacia dónde va la empresa, ir evaluando cada una de sus estrategias para determinar hacia dónde va el negocio, además está compuesto por una serie de planes. El plan es una actividad establecida previamente y que se desenvuelve de modo dinámico, es decir, sujeto a modificaciones en sus componentes de acuerdo a la evaluación periódica de los resultados que se vayan logrando. ¿Qué es un Negocio? es cualquier actividad en la que utilizando una serie de recursos materiales e intangibles se pone a disposición de los consumidores productos o servicios con el propósito de lograr un beneficio con su venta o colocación.

### 1.2.1 Naturaleza del proyecto.

#### 1.2.1.1 Descripción del negocio.

Es todo lo que compone la empresa, desde su creación hasta sus últimos avances, ya que se explicará los componentes que conforman la adecuada implementación de la empresa y su funcionamiento a través de los años. Por tal razón se especifica cuál es la importancia de realizar un plan de negocio en la fábrica, ya que permite realizar el respectivo análisis financiero y por último el resumen ejecutivo.

#### 1.2.1.2 Ubicación y tamaño del negocio.

En esta sección se determinará donde estará ubicada la empresa cual es su dirección geográfica y se indicará la ruta adecuada para llegar a la fábrica de hielo, el tamaño que tiene y como se encuentra distribuida cada uno de los distintos departamentos que se encuentra dentro de ella.

#### 1.2.1.3 Visión de la empresa.

Editorial Vértice (2008), manifiesta:

“La visión de la empresa constituye el conjunto de representaciones, tanto efectivas como racionales, que un individuo o grupo de individuos asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, información de dicho grupo de individuos.” Pág. #39

La visión permite identificar hacia donde se quiere dirigir la empresa, la característica que tiene, donde se quiere proyectar a corto, mediano y a largo plazo, la visión de la fabrica tiene que ser clara y porque hay que imaginar a la empresa en cinco años.

Existen tres tipos de visión las cuales son:

- ✚ **Cuantitativa**, cuando se desea que la empresa venda un valor en un determinado tiempo.
- ✚ **Competitivo**, esto es cuando se compara con otra empresa para poder sobresalir
- ✚ **Superlativo**, se refiere cuando la empresa desea ser la número uno, o ser el mejor que los demás.

Para elaborar la visión de una empresa hay que identificar las siguientes interrogantes:

- ✚ ¿Cuál es la imagen deseada del negocio?
- ✚ ¿Cómo seremos en el futuro?
- ✚ ¿Qué haremos en el futuro?
- ✚ ¿Qué actividad desarrollaremos el futuro?

#### 1.2.1.4 Misión de la empresa.

Editorial Vértice (2008), manifiesta:

“La misión de la empresa es un punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva comercial) de la misma” Pág. #40

La misión de una empresa es la más importante ya que esta resuelve la pregunta que todo empresario se realiza y esta es ¿PORQUE?, todo empresario se pregunta qué tan importante es la empresa dentro de la industria, dentro de la comunidad, esta pregunta resuelve el tema de la identidad de la empresa.

Para realizar una misión hay que tomar en cuenta ciertos parámetros que son:

- ✚ **Tiene que ser corta**, sencilla, fácil de comprender, no es necesario utilizar palabras técnicas lo que importa es que la misión llegue a todas las personas.

- ✚ **Tiene que ser memorables**, tiene que ayudar a comprender la manera de porque existe la empresa.

- ✚ **Inspiradora**, el empresario quiere ser líder de opinión ya que siendo el líder él va a motivar a los clientes, los proveedores para que realicen negocios con la empresa.

- ✚ **Que platique de la empresa**. Tiene que tener las características fundamentales de porque la empresa existe, ser mejor que la competencia, buscar esa diferencia ya que va a permitir que tenga éxito.

- ✚ **Parlamente del mercado**. No solamente conversar de la empresa también se enfoca al mercado que están dispuestos a conquistar, ponerse en el lugar del cliente para identificar cual va a ser sus necesidades al mismo tiempo entender cómo encaja la empresa en la vida del cliente, como se le va a agregar valor al momento de brindar un servicio.

Para elaborar la misión hay que tener en cuenta las siguientes interrogantes:

- ✚ ¿Quiénes somos?

- ✚ ¿Qué buscamos?

- ✚ ¿Qué hacemos?

- ✚ ¿Dónde lo hacemos?

- ✚ ¿Por qué lo hacemos?
- ✚ ¿Para quién trabajamos?

#### 1.2.1.5 Objetivos.

Santiago García Echevarría (1994), manifiesta.

“La definición de los objetivos determina el éxito de las instituciones en sectores o entorno competitivo que implica cambios nuevos y nuevos diseños económicos”. Pág. # 154

Los objetivos para una empresa son muy importantes porque permitirá enfocarse precisamente en lo que la empresa desea alcanzar y que sea responsable de su cumplimiento y se comprometan con lo mismo. Un objetivo tiene que reunir la siguiente característica:

- ✚ Claro.
- ✚ Preciso.
- ✚ Focalizado.
- ✚ Alcanzable.

#### 1.2.1.6 Política.

Martin G. Álvarez Torres (2006), manifiesta:

“El propósito de las políticas en una organización es simplificar la burocracia administrativa y ayudar a la organización a obtener utilidades. Una política tiene razón de ser, cuando contribuye directamente a que las actividades y procesos de la organización logren su propósito”. Pág. # 26

La política dentro de una empresa es una declaración de principios que la organización se compromete a cumplir, en la cual hay una serie de reglas básicas

acerca del comportamiento que se espera de los empleados. Una buena política no debe tener más de una página, se debe enumerar cada una de las líneas que define la filosofía. Una vez creada debe quedar incluida en el manual de gestión integral de la empresa, la política debe ser conocida por los empleados. Existen varios tipos de políticas entre ellas:

- ✚ Generales,
- ✚ Departamentales,
- ✚ Específicas.

## 1.2.2 Mercado.

### 1.2.2.1 Distribución punto de venta.

Equipo Vértice (2008), manifiesta:

“La política de distribución es el instrumento de marketing que establece el conjunto de medios necesarios para hacer llevar el producto o servicios al consumidor final”. Pág. # 12

En la comercialización se debe improvisar mucho para poder vender un producto se tiene que ser muy profesional ya que los clientes en muchas ocasiones saben más que el vendedor por tal razón el vendedor o dueño de empresa tiene que saber cómo manejar esta situación ya que de ellos dependen de que la venta sea exitosa.

Para la venta de un producto nuevo y distribuirlo a los puntos de ventas hay que planear e identificar la dirección y el lugar para visitar al cliente, hay que tener una tarjeta de presentación para nuevos pedidos es lo que se desea con esta propuesta generar nuevos puntos de distribución.

### 1.2.3 Producción.

#### 1.2.3.1 Especificación del proceso de producción.

Marta Pérez Pérez (2003), manifiesta:

“La decisión sobre el tipo de procesos productivos a desarrollar no solo ejerce un efecto a largo plazo sobre la eficiencia, costes y calidad de los productos fabricados, condicionado de esta forma un parte importante de la estrategia de la empresa”. Pág. # 73

El proceso de producción quiere decir que se especificará el tipo de maquinaria que se desea utilizar para la fabricación de hielo en escamas, la cantidad de hielo en producir y cuánto será el tiempo de fabricación del producto, lo importante en el proceso de producción en que se indica la facilidad de producción que los empresarios pueden utilizar para mejorar la comercialización en este caso será la producción en la fábrica de hielo.

#### 1.2.3.2 Descripción del proceso de producción.

Albert Suñe Torrents, Francisco Gil Vilda, Ignasi Arcusa Postils (2004) manifiesta:

“De forma particular podemos describir que un proceso productivo como una secuencia definida de operaciones que transforma una materia prima, o productos semi-elaborados en un producto acabado de mayor valor.”Pág. # 77

Aquí se van a detallar cada una de las descripciones del producto que la empresa está ofreciendo, como se va a elaborar. Y que se está brindando de acuerdo al producto, en este caso el hielo, aquí se especificará la medida y el valor que va a tener y cuánto cuesta producirlo, a quien específicamente está dirigido ya que se desea cumplir con las expectativas del cliente es lo que la fábrica desea cumplir

con cada expectativa para generar más ganancia a lo largo del periodo de trabajo, además se especificará una a una como se elabora el producto, cuantas personas se necesitan para la elaboración y cuál es la norma de seguridad que ellos utilizan para no tener accidentes dentro de la empresa.

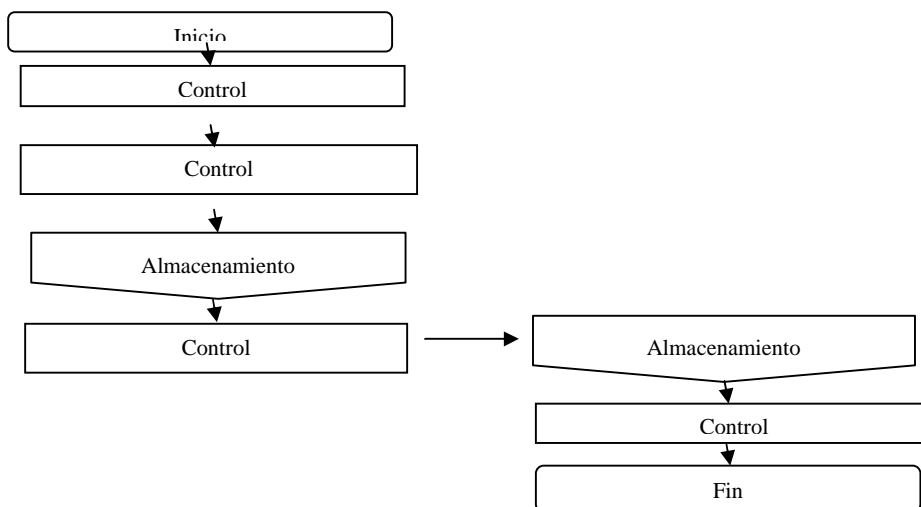
### 1.2.3.3 Diagrama de proceso producción.

Carlos Hernández Orozco (2007), manifiesta:

“Los sistemas de servicio de sistemas generalmente son cadenas de puestos ubicados en distintos niveles jerárquicos de donde fluyen el proceso de producción o de servicio hasta lograr un resultado tangible y predefinido.”  
Pág. # 27

El diagrama de proceso va a indicar por medio de un gráfico como se elabora el hielo en escamas de la fábrica aquí se identifica cada uno de los procesos paso a paso para su elaboración hasta cuando llega a las manos del cliente final. El modelo será el siguiente:

**ESQUEMA 1** Diagrama de Proceso Producción



**Fuente:** Diagrama de Proceso Producción

**Elaborado por:** Silvia Vines Estrella

## 1.2.4 Organización.

### 1.2.4.1 Estructura organizacional.

Guillermo Guerra (2002), manifiesta:

“El diseño organizacional consiste en determinar la estructura de la organización que es más conveniente para la implementación de la estrategia y los objetivos de la empresa, la administración del personal, la tecnología empleada y las tareas de la organización”. Pág. #316

Es la estructura de las relaciones de las personas que trabajan en la empresa incluye la división del trabajo y la jerarquía de autoridad y responsabilidad entre las personas que trabajan en la empresa, normalmente se lo representa mediante un organigrama, se tiene que tener un manual de estructura el cual es un instrumento que detalla brevemente como está la empresa dividida. Se describe como una estructura al conjunto puesto de trabajo agrupados por departamentos, unidades secciones.

### 1.2.4.2 Perfil de puestos.

Manuel Fernández Ríos (1995), manifiesta:

“El perfil del puesto es el procedimiento metodológico que permite obtener toda información relativa a un puesto de trabajo”. Pág. # 55

Lo que se desea es que las personas que va a laboran en la empresa tengan el perfil deseado para el cargo que se está ofreciendo, el principal propósito es mejorar el desempeño y la productividad de la organización.

### 1.2.5 Finanzas.

#### 1.2.5.1 Ingreso por ventas.

Rafael Domingo Martínez Carrasco (2009), manifiesta:

“Sera ingreso todo aumento de recursos obtenidos como consecuencia de la venta del producto comerciales o por la prestación de servicios habituales o no, además de los beneficios producidos en el ejercicio económico.” Pág. # 61

El ingreso al igual que todos los conceptos del balance o el estado de resultado cada rubro tiene un ingreso por lo general las ventas que se realicen en la empresa, las ventas pueden ser medibles y cuantificables, pueden ser valorados económicamente desde que se genera el ingreso, se tiene que tomar en cuenta cuando se realizan las declaraciones de IVA (Impuesto al Valor Agregado) entonces hay que tener claro que los ingresos es un punto que se deben analizar detalladamente.

#### 1.2.5.2 Presupuesto de gastos administrativos.

C. Solorio (2001), manifiesta:

“Los gastos en concepto de inversión suelen evaluarse por separado y descontarse del ingreso bruto en concepto de inversión, constituyen una categoría respecto a la cual la dirección puede ejercer un verdadero control financiero”. Pág. # 66

Se les llaman gastos administrativos a aquellos que tienen que ver directamente con la administración o dirección general de la empresa y con las unidades operativas además son independiente de las ventas ya sea que el negocio este vendiendo o no estos gastos se tendrán que cancelar ejemplo: gastos de arriendo,

de teléfono, de agua, estos son fijos porque se tienen que pagar mensualmente aunque la empresa no labore en días de fiestas o esté paralizada la producción.

#### 1.2.5.3 Sueldo y Salarios.

Agustín Ponce R (2004), manifiesta:

“Tanto el sueldo como el salario, puede definirse: toda retribución que percibe el hombre a cambio de un servicio que ha prestado con su trabajo. Es la remuneración por una actividad producida. .”Pág. # 15

Se puede decir que todo lo que reciba el trabajador se constituye como salario además hay una serie de puntos que la ley establece como acuerdo entre empleador y trabajador, por lo tanto lo que se pueda medir y compensar se hace, dentro de un sistema de compensación hay dos claves que son: lograr los resultados y objetivos que se definieron en la estrategia, motivar los cambios en el comportamiento de las personas para que logren resultados extraordinarios.

La estrategia de compensación que un empresario busca, es basarse en la competencia de las personas es retener y tener al mejor talento humano y en esa búsqueda tratar de darle un buen salario en su paga básica, se trata de buscar trabajadores que sean totalmente confiables para la empresa.

#### 1.2.5.4 Punto de equilibrio.

Harles T. Horngren, George Foster, Srikant M. Datar (2007), manifiestan:

El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total del costo; es decir la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desean evitar las pérdidas operativas. Pág. # 65

El Punto de Equilibrio es el nivel de venta de la empresa en donde demuestra que no hay pérdida, ni utilidad, en el cual hay que tener claro tres conceptos que son:

- ✚ Costo, cual es el valor que es lo que van a vender en hielo.
- ✚ Volumen, es la cantidad de hielo que se tiene en stock.
- ✚ Utilidad, es la cantidad que se tiene luego de restar los gastos fijos y variables.

Los estándares son las formas de calcular el punto de equilibrio, ya sea por unidades o valores.

**Fórmula:**

**Método algebraico en unidades producidas.**

**PEu**=Punto de equilibrio en unidades

**CFT**= Costo Fijos Totales

**PVu**= Precio de Venta Unitario

**CVu**= Costo Variable Unitario

$$\mathbf{PEu} = \frac{\mathbf{CFT}}{\mathbf{PVu} - \mathbf{CVu}}$$

**Método Algebraico en unidades monetarias.**

**PEu**=Punto de equilibrio en unidades

**CFT**= Costo Fijos Totales

**CVq**= Costo Variable Unitario

**PVq**= Precio de Venta del producto

$$\mathbf{PEu} = \frac{\mathbf{CFT}}{1 - \frac{\mathbf{CVq}}{\mathbf{PVq}}}$$

#### 1.2.5.5 Pérdida y Ganancia.

Charles T. Horngren, Walter T. Harrison (2003), manifiesta:

“Es el proceso final del periodo que prepara las cuentas para el siguiente periodo. El registro de los asientos de pérdidas y ganancias consiste en registrar los asientos en el diario y traspasarla al mayor los asientos de pérdida y ganancia. Este registro deja en cero los saldos de las cuentas de ingreso y gastos con el objetivo de efectuar las evaluaciones precisas de la utilidad neta de cada periodo independientemente de todo los demás periodos”. Pág. #134

Este resultado se obtiene anualmente, se registra desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del año en curso aquí se registran las ventas que se han realizado y de ahí se van a tener los gastos que se tuvieron, y de aquí se derivan las cuentas donde se podrá verificar la utilidad o pérdida del ejercicio. El objetivo es medir la pérdida o utilidad del negocio en un periodo o tiempo determinado.

#### **FÓRMULA:**

**Ingreso – Gastos = Ganancia Neta**

Suelen tener el siguiente formato:

#### **Ingreso**

- Gastos Operativos (variables)
- = Margen Bruto (operativo) de ganancia
- Gastos Fijos
- = Ingreso Operativo

+/- Otros Ingresos o Gastos No Operativos  
= Ingreso Antes de Impuestos  
-Impuestos a la Renta  
= Ingresos Netos

#### 1.2.5.6 Flujo de caja.

Orlando Estupiñan Gaitán (2006), manifiesta:

“El flujo de caja es la cantidad de efectivo en operación permanece después de remplazar la capacidad de producción actual y mantener los dividendos o participaciones de capital actuales. Sirva para reducir la deuda hace crecer la empresa o proporcionar a los inversionistas mayores dividendos o comprar acciones en tesorería. Pág. #345

Los flujos de caja es la diferencia de los ingresos de operación de una empresa y sus costos de operación, los ingresos de operación son aquellos que genera el negocio por las cuales esta se dedica, por ejemplo la fábrica tiene sus ingresos con las ventas del hielo y los gastos son lo que tiene la empresa ,es decir son los egresos que tiene que tener la empresa para poder operar.

El flujo de caja presenta todas las entradas y salidas de dinero en el negocio es decir, todo lo que ingresa y sale de la empresa todos los días; esta se divide en ingreso y egreso, el ingreso aquí se detalla toda la actividad ya sean ventas crédito o al contado , cuando se da una venta a crédito no se registra como venta sólo al momento que te pagan, si se tiene algún préstamo también se registra en ingreso luego se suma y se obtiene todo los ingresos.

El siguiente paso a considerar en un flujo de caja son los egresos, aquí se detallan todos los gastos, así sean más pequeños, por tal razón siempre se le recomienda a los empresarios que tengan un sueldo personal para que no gasten más de lo planificado y que la empresa no genere gastos innecesarios.

Al final se restan el total de ingreso menos total de egresos y se obtiene el total de egresos, después de esta operación se podrá determinar si la empresa está creciendo.

**CUADRO 3** Flujo de Caja

Detalles	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
<b><u>INGRESOS</u></b>					
Cobro - Subproductos o Servicios					
Subproductos o Servicios A, B, C					
Préstamos adquiridos - Bancos					
<b><u>EGRESOS</u></b>					
Costos de Ventas					
Costo - Variables					
Nómina - Personal Administrativo					
Beneficios Sociales (Nómina)					
Gastos Administrativos (Varios)					
Servicios Básicos					
Publicidad					
<b>Implementación de nueva oficina</b>					
Acondicionamiento de Oficinas					
Computadora					
Trabajos de albañilerías					
Pintura					
Muebles y Enseres					
Inversiones:					
Maquinarias					
<b>TOTAL EGRESOS</b>					
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>					
<b>FLUJO ACUMULADO OPERATIVO</b>					

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

### 1.2.5.7 Evaluación financiero VAN (Valor Actual Neto).

Juan Carlos Leiva Bonilla (2007), manifiesta:

“VAN, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos o entradas futuras descontadas del proyecto a la inversión inicial. La tasa de descuento o actualización es la tasa mínima aceptable.” pág. #105

Es un indicador para la evaluación financiera en un proyecto de inversión permite identificar si la inversión que se está realizando durante la vida útil del proyecto al final va a dar un valor agregado.

Si el valor actual neto es mayor que cero, quiere decir que el proyecto que se está evaluando les va a crear valor, pero si es menor que cero quiere decir que el proyecto no cumple las expectativas deseadas y de hecho destruye valor y no estaría alcanzando el valor que se invirtió. Y si es igual a cero, quiere decir que el valor se recupera en la tasa de oportunidad de los inversionistas, que es el mínimo retorno que se ha esperado de acuerdo a la inversión que se ha realizado en el proyecto. Entonces el valor actualmente es la rentabilidad que se hace en una inversión.

#### **FÓRMULA**

**FT** = años

**i** = tasa de interés

**Io** = inversión inicial

$$VAN = \frac{F1}{(1+i)^{n1}} + \frac{F2}{(1+i)^{n2}} - Io$$

#### 1.2.5.8 TIR (Tasa Interna de Rendimiento).

Raúl Coss Bu (2005), manifiesta:

“La tasa interna de rendimiento (TIR) como se llama frecuentemente, es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definido como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor equivalente de una serie de ingresos y egresos.” Pág. #73

La tasa interna de retorno es la rentabilidad de cada dólar invertido en el proyecto, si el TIR es positivo en general la tasa de retorno es mayor que la tasa de oportunidad, es decir que está dando una rentabilidad mayor que la tasa de oportunidad del inversionistas. A veces el valor del TIR da valor negativo es posible que el proyecto tenga un inconveniente, por tal razón todo proyecto debe ser evaluado.

#### FÓRMULA:

$F_t$  = Es el flujo en el periodo tiempo

$n$  = Vida útil del proyecto

$i$  = Es el valor de inversión inicial

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} - I_0 = 0$$

$$\frac{F_1}{(1+i)^{n_1}} + \frac{F_2}{(1+i)^{n_2}} - I_0 = 0$$

### 1.3 COMERCIALIZACIÓN.

Ricardo Horacio Rodríguez (2009), manifiesta:

“Los conceptos de comercialización nos referimos a que tiene que ver con la actividad completa de la empresa, desde la obtención de los recursos con lo que construirán sus productos y servicios hasta las actividades de soporte y ventas posteriores a la venta del artículo principal. Pág. #25

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. para realizar una comercialización buena es dispensable es necesario aclarar la comercialización que es justa y se ajusta a las necesidades de los clientes. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización.

La primera observación a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. La otra considera ampliamente todo sistema de producción y distribución. El concepto de comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia, las funciones de comercialización son ejecutadas por consumidores e especialistas de comercialización.

Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

1. Orientación hacia el cliente.
2. Esfuerzo total de la empresa.
3. Ganancia como objetivo.

### 1.3.1 Marketing.

#### 1.3.1.1 Publicidad.

Antonio Ferraz Martínez (2004), manifiesta:

“El protagonista ejercido por la publicidad en nuestro días sobre todo en los países desarrollados se debe a que como resultado de profundas transformaciones socioeconómicas, se han desembocado en una sociedad por capacidades para producir y consumir bienes en grandes cantidades”.  
Pág. #9

Toda empresa siempre quiere tener bien informado a los clientes de sus promociones y de todo lo que la empresa está ofreciendo cuando se lanza un producto nuevo al mercado por tal razón toda empresa desea brindar algo mejor para que los clientes no se vayan a la competencia, las empresas realizan la combinación de tres pilares fundamentales dentro de la publicidad que son:

- ✚ Las estrategias.
- ✚ La creatividad, y
- ✚ La tecnología.

#### 1.3.1.2 Marca.

Mark Batey (2003), manifiesta:

“Debería ser posible condensar el significado deseado de la marca en un concepto de marca estratégico. Esto puede describirse mejor como la abreviatura del significado que el especialista en marketing le gustaría que la marca tenga en la mente de los consumidores”. Pág. # 41

La principal característica de una marca es su distintivo; es decir, la diferencia con otras empresas existentes en el mercado, lo que esto quiere lograr es que el cliente

diferencie un producto con otros productos idénticos que existan en el mercado. La marca en una empresa es muy importante ya que ésta dará a conocer los valores corporativos de la empresa, la promesa que está ofreciendo al mercado ya sea de calidad o servicio, de prestigio y de exclusividad, estos son los valores que tiene que tener y transmitirse y el cliente debe preferir en la imagen de la marca.

### 1.3.3 Dirección.

#### 1.3.3.1 Liderazgo.

M. Kouzes, Barry Z. Posner (2006), manifiesta:

“En el mundo de hoy existen incontables oportunidades para marcar la diferencia, existen oportunidades para devolverlos la esperanza y renovar el sentido de nuestras vidas”. Pág. # 1

Dentro de una empresa el jefe no es líder; es decir, el jefe es un generador de un ambiente de liderazgo, el liderazgo es un fenómeno sistémico, es algo que pasa en el clima del equipo. Hay muchos empresarios que solo están metidos en el cubo de su empresa ya que solo pasan corriendo sin mirar en la actualidad como hay mucha competencia, el empresario tiene que lograr dar muchos pasos fuera de la empresa, y tratar trabajar sobre la empresa, sobre su organización, implementar estrategias.

Dentro del liderazgo en una empresa es muy singular no se conoce a un líder que no sea apasionado se realizó estudios a nivel empresarial, la gran competencia que destaca en una empresa es la pasión, un líder tiene una característica, tiene superación, si un empresario no tiene la superación no podrá contagiar a otros esta es la característica principal. La característica es la capacidad de persuasión positiva un empresario líder dice que nada en la vida es mejor que la habilidad de

comunicarse y por último es la distinción de un líder con otro líder es el propósito, hay los que tienen ideales y los que desean intereses en ocasiones es normal que tengan intereses pero cuando ellos están por encima de los intereses de los demás, entonces el liderazgo es agotador que no llega a trascender. Un líder tiene estas características:

- ✚ **Sentido de propósito superior:** Todo líder que coloque un propósito superior para la empresa esto quiere decir dándoles la oportunidad de superación dentro de la empresa y ellos se sentirán remunerados.
  
- ✚ **Estrategia audaz:** Todo empresario se tiene que realizar esta pregunta ¿qué le voy a dar a mi cliente? que es lo que se tiene que hacer para no parecerme a la competencia.
  
- ✚ **Organización alineada:** cuando una organización no está alineada muy difícil se puede organizar una empresa.

#### 1.3.3.2 Servicio al cliente.

Renata Paz Couso (2005), manifiesta:

“El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo. Pág. # 1

Hay dos técnicas fundamentales para estimular el servicio al cliente y por ende el éxito de una empresa en primer lugar las relaciones y en segundo lugar el conocimiento, probablemente haya una interacción importante entre ellos y además muchos de los tipos que se puedan conocer o vivir en la práctica pasan por estos dos flujos.

Las relaciones permiten tener una proyección más alta de éxito, ya que permite mejorar la proyección con el entorno y con los elementos, lo que pretenden las empresas en tener buenas relaciones con los clientes ya que son el elemento fundamental para que una empresa funcione.

El conocimiento en un empresario es importante ya que ellos tienen que tener una buena relación con el cliente y deben saber cómo satisfacer al cliente, una buena atención y con humildad complementar lo que está faltando, el cliente es la razón de ser de un negocio.

El servicio es una ventaja competitiva permite a las empresas a diferenciarse en el mercado en muchas empresas los directivos no son conscientes de la importancia de servicio al cliente este servicio permite dar una imagen comparativa con otras empresas que ofrecen lo mismo productos o servicios.

En algunas ocasiones se tiene tendencia a creer que servicio al cliente es un programa de capacitaciones pero en realidad el servicio al cliente tiene un alcance mucho mayor porque implica un acompañamiento de intervención en todas las áreas de la empresa, esto no es simplemente que se capaciten a los empleados de una sola área, es necesario capacitar a todos en general.

En una empresa es muy importante el servicio al cliente ya que es una herramienta importante en la comercialización porque al final el servicio al cliente le genera a una empresa es rentabilidad, hoy en día los que los clientes buscan aparte de la calidad de un producto o de un servicio es que lo atiendan bien.

Para una empresa lo más importante son sus clientes y las personas que son el equipo de trabajo y son solo aquellas que tengan un personal competitivo, productos de calidad y un buen servicio esta empresa podrá garantizar un posicionamiento eficaz en el mercado, lo que la empresa debe de utilizar la debilidad de su competencia en beneficio de sus clientes.

#### 1.3.4 Calidad.

##### 1.3.4.1 Competencia empresarial.

Pinkas Flint Blanck (2002), manifiesta:

“El termino de competencia o libre competencia es utilizado tanto por derecho como por la economía partiendo ambas ciencias de supuestos diferentes, siendo sus consecuencias también distintas. No por ello podemos dejar de señalar la estrecha vinculación entre ambas disciplinas”. Pág. #23

La competencia es la forma donde una persona o empresa utiliza todos sus recursos para resolver una tarea en un contexto determinado, cuando sabe utilizar los recursos para una tarea completa, no para cualquier circunstancia, además es un conjunto de actitudes que una persona posee.

Generar rentabilidad, asociada a la capacidad de tener sobrevivencia, este es un factor clave para poder competir en el mercado netamente competitivos para tener larga vida empresarial, para poder penetrar mercados, para fidelidad clientes, pero siempre hay que recordar que rentabilidad es supervivencias.

Cuando se habla de competencia están hablando de un término sistémico, esto quiere decir que se tiene en cuenta el desarrollo empresarial, la innovación, el talento humano, la competencia es la unión o la capacidad de una empresa para generar condiciones productivas a partir de la condiciones dinámica donde se destaca la logística humana y de procesos, entonces será competitiva con las empresas de su entorno.

Una empresa tiene que coordinarse para poder competir hay una variable que se tiene que tener en cuenta la capacidad de competencia que tiene que tener la empresa. La fábrica de hielo lo que pretende es introducir un producto de calidad

para poder competir ya que lo que se desea es vender algo de calidad para que los clientes regresen y a su vez acoger más clientes, entonces la competitividad lo que hace es introducir el factor del mercado como un elemento adicional o superior en término de productividad.

#### 1.3.4.2 Comunicación empresarial.

Ana M. Enrique, M. Gabriela madroño, francisca morales (2008), manifiesta:

“La comunicación se ha convertido en un elemento estratégico en la gestión de empresa e instituciones. En un entorno de competitividad creciente, dominado por la fuerza del mercado y la presión social, las organizaciones han tenido que replantearse nuevas formas de administración”. Pág. #9

Dentro de una organización, la comunicación no es solamente saber hablar en público o saber defender una idea de manera convincente y creíble, es una persona con una capacidad de comunicación buena y sólida. Por eso el líder actual debe trabajar internamente porque dentro del mundo del liderazgo hay dos razones fundamentales que son la humildad y la serenidad, aplicando estos dos valores se puede llegar muy lejos dentro de una empresa y ser líder de la organización.

La palabra comunicación significa acción en común un empresario es lo que el transmite que llegue a la otra persona y que capten el mensaje, es casi común que se dé muchas vueltas a lo mismo y no se entienda lo que se quiere decir, por eso un empresario debe que tener bien claras las ideas, por tal razón hay que plantear ideas con sentido y que tengan coherencia la comunicación puede ser:

- ✚ La gestión de publicaciones corporativas para los empleados.
- ✚ Intercambio de información con los empleados.
- ✚ La gestión de los medios impresos.

#### 1.3.4.3 Capacitación empresarial.

Alfonso Silíceo (2006), manifiesta:

“La capacitación y desarrollo que se aplica en las organizaciones, debe concebirse precisamente como modelo de educación, a través de los cuales es necesario primero, formar una cultura de identidad empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales.”  
Pág. # 16

La cualificación del talento humano dentro de las organizaciones apalanca fundamentalmente a consolidar las capacitaciones empresariales para obtener una ventaja competitiva. Dentro de la organización hay dos formas de capacitación que son sobre intereses y necesidades de la organización y sobre la atención al cliente, las capacitaciones son diferentes dependiendo del área que se encuentra ya sean estas para el nivel operativo, ya que tiene que ser con recursos muchos más prácticos o si es para el nivel directivo de la organización pero siempre proyectado a la estrategia, al nivel competitivo y al de la ventaja competitiva de la empresa por tal razón es necesaria la capacitación.

La capacitación en si permite desarrollar conocimientos y habilidades para un puesto de trabajo que se ofrece en el área operativa, si no se tiene una capacitación ordenada y no se utiliza la metodología adecuada no se podrá efectuar una correcta capacitación, si la empresa contrata personal tiene que capacitarlos para fortalecer los conocimientos para que lo pueda aplicar en el área que estará desempeñando su trabajo.

Por medio de las capacitaciones las personas que laboran en una empresa van a tener esa visión clara de los objetivos que desean alcanzar, en el trabajo se analizan situaciones reales de entrenamiento constante para que el nuevo empleado aprendan funciones para que lo aplique diariamente.

## 1.4 MARCO LEGAL.

### **Plan del Buen Vivir.**

**Art. 12.-** El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida.

**Art. 13.-** Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.

### **Constitución Política, la Ley Orgánica de Salud.**

en el **Art. 6** dispone como responsabilidad del Ministerio de Salud Pública: en el **numeral 18**, regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados, medicamentos y otros productos para uso y consumo humano; así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad y calidad.

**Art. 6.-** Con fines de registro y control sanitario se establecen los siguientes tipos de alimentos: Aguas envasadas, aguas saborizada, otras bebidas no alcohólicas, incluye hielo de consumo.

**Art. 45.-** La autoridad de salud y los funcionarios competentes, tendrán libre acceso a los establecimientos, exclusivamente, para el cumplimiento de sus funciones de inspección y control sanitario.

### **Vigencia del Registro Sanitario.**

**Art. 28.-** El Registro Sanitario tendrá una vigencia de cinco años, contados a partir de la fecha de su expedición y podrá renovarse por períodos iguales.

**Art. 38.-** El Registro Sanitario concedido podrá ser reinscrito y se realizará automáticamente a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).

### **Ley de aguas para el Buen Vivir “Sumak Kawsay”**

- a) Garantizar el ejercicio del Derecho Humano al agua.
- b) Garantizar los usos, aprovechamiento y conservación del agua y sus ciclos naturales, conforme al derecho humano al agua, la soberanía alimentaria, los derechos colectivos, los derechos de la naturaleza y el Sumak Kawsay o buen vivir.
- c) Garantizar la participación y legítima representatividad en los procesos de toma de decisiones por parte de los usuarios del agua y de sus organizaciones.
- d) Regular técnica, social, ambiental y jurídicamente la distribución y redistribución equitativa del agua, garantizando su uso y manejo democrático, pluricultural e intercultural, solidario y responsable.
- e) Promover la gestión integral del agua en todos sus ciclos, dentro del concepto de función social, cultural y ecológica, sin perjuicio de los derechos colectivos y consuetudinarios de las Comunas, Comunidades, Pueblos, Nacionalidades y campesinos reconocidos en la Constitución Política y en los Instrumentos Internacionales de Derechos Humanos.

- f)** Garantizar la disponibilidad en calidad, cantidad necesaria y regularidad del agua evitando cualquier actividad que provoque contaminación, degradación ambiental y acaparamiento.
  
- g)** Exigir sistemas de reutilización y restauración de las aguas por parte de los operadores de actividades contaminantes.
  
- h)** Desarrollar mecanismos tendientes a educar y concientizar a la población sobre la importancia del agua y su valor ecológico, productivo, socio cultural y lúdico, y la necesidad de su utilización racional y sustentable.
  
- i)** Garantizar la conservación integral y cuidado de las fuentes recolectoras y reguladoras de agua y el equilibrio del ciclo natural. Y restaurar los ecosistemas degradados.
  
- j)** Realizar periódicamente auditorias con la participación de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, campesinos y otros usuarios para garantizar la conservación, cuidado y restauración de las fuentes de agua, ecosistemas, páramos, humedales, lagos, lagunas, manantiales, ríos y puyos.
  
- k)** Preservar y respetar los sitios y símbolos culturales del agua ubicados en las tierras y territorios de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y campesinos.
  
- l)** Apoyar las iniciativas y programas de manejo, conservación, restauración y protección de las fuentes de agua, ecosistemas, páramos, humedales, lagos, lagunas, manantiales, ríos y puyos de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y campesinos.

- m) Promover e incentivar el fortalecimiento de las economías campesinas y comunitarias a través de su gestión óptima del agua, como garantía de la soberanía.

 **Ley orgánica de recursos hídricos y aprovechamiento del agua.**

**Artículo 79.** Objetivos de prevención y conservación del agua.

La Autoridad Única del Agua, la Autoridad Ambiental Nacional y los Gobiernos Autónomos Descentralizados, trabajarán en coordinación para cumplir los siguientes objetivos:

- a) Garantizar el derecho humano al agua para el buen vivir o sumak kawsay, los derechos reconocidos a la naturaleza y la preservación de todas las formas de vida, en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación;
- b) Controlar y prevenir la acumulación en suelo y subsuelo de sustancias tóxicas, desechos, vertidos y otros elementos capaces de contaminar las aguas superficiales o subterráneas;
- c) Prohibir, prevenir, controlar y sancionar la contaminación de las aguas mediante vertidos o depósito de desechos sólidos, líquidos y gaseosos; compuestos orgánicos, inorgánicos o cualquier otra sustancia tóxica que alteren la calidad del agua o afecten la salud humana, la fauna, flora y el equilibrio de la vida;
- d) Garantizar la conservación integral y cuidado de las fuentes de agua delimitadas y el equilibrio del ciclo hidrológico; y, Evitar la degradación de los ecosistemas relacionados al ciclo hidrológico.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Según el autor José Cegarra Sánchez (2004), manifiesta:

“Investigar significa efectuar diligencias para esclarecer una cosa, constituyendo la investigación el proceso empleando durante el esclarecimiento del objeto a investigar. La investigación es un proceso creador mediante el cual la inteligencia humana busca nuevos valores. Su fin es enriquecer los distintos conocimientos del hombre, provocando acontecimientos que le hablan del porqué de las cosas”. Pág. # 44

La investigación es considerada como la disciplina que evalúa los conocimientos técnicos para la búsqueda de datos y la construcción del conocimiento científico. La metodología consiste en un conjunto de técnicas y procedimientos cuyos procesos apuntan directamente a la recolección de datos de una determinada investigación donde se van a validar los datos y las experiencias que se han obtenido de la realidad a partir de los cuales se van a construir los conocimientos científicos. La investigación se basa en recolectar información de diferentes campos de lo cual tiene que ser debidamente probados, además puede ser un objeto de proyecciones para lo cual se basa en teorías que pueden ser objeto de predicciones y para su comprobación se basan en términos o métodos cuantitativos, este conocimiento es realmente útil y es acogido por la sociedad, se considera investigación a aquel que cumple tres condiciones que son:

- ✚ Materia de estudio que tiene una investigación concreta y específica.
- ✚ Presupone la existencia de uniformidades irregulares subyacentes a los fenómenos.
- ✚ Disciplina que adopta al método científico como forma de comprobación de la veracidad de los fenómenos.

## **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

Darío Toro Jaramillo, Rubén Darío Parra Ramírez (2006), manifiesta:

“El método cuantitativo ha quedado bastante limitado por los alcances de la medición estadística, que es su principal herramienta de trabajo. El método cuantitativo busca la medición de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizando una serie de preguntas que expresan relaciones esperadas entre las variables formuladas en forma deductiva”. Pág. # 29

En la fábrica de hielo se ha utilizado la investigación desde que se realizó el primer acercamiento con los operarios de la empresa los cuales gentilmente brindando información muy importante para la realización de este informe por lo cual se tendrá una solución muy favorable que será muy útil para aplicar las mejoras a la fábrica de hielo.

Las investigaciones se realizan de una manera particular para incrementar las oportunidades de recolectar mayor información que será necesarias para sacar las conclusiones y además sacar una guía de entrevistas y encuestas para recolectar más información asociada, la información que se recolecta en la investigación solo será útil si es que se utiliza un diseño de investigación sólido y se sigue la guía de investigación.

Si se sigue la guía de investigación y los procedimientos y técnicas se incrementará la posibilidad de que la investigación sea exacta y lleguen a ser útil para las personas interesadas en este caso los comerciantes y dueños de camaroneras. En el enfoque cuantitativo se examinan datos numéricos dentro de la estadística es decir estos datos deben ser medibles y cuantificables, permite medir con precisión la variables del estudio, también se adquiere conocimientos fundamentales y la elección de modelo más adecuado que permita conocer la realidad de una manera imparcial ya que se van a recolectar y analizar los todos datos.

## **2.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.**

Fernández Espinoza (2007), manifiesta:

“Se puede decir que un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado del estudio que la sustentan y que están conformadas por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr cierto objetivo. El propósito del proyecto es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y como resultado de éste también se verá beneficiado los grupos o poblaciones a quienes va dirigido. “pág. # 15

El proyecto de inversión se genera al momento que se desea emprender un nuevo negocio esto permite ver si es viable o no ya que se tiene que realizar un análisis de mercado y la viabilidad económica de la empresa en este caso de que tan rentable va a ser la comercialización de un nuevo producto en la empresa se tiene que verificar a mediano o a largo plazo y tomar en cuenta que el objetivo final es obtener una ganancia en la nueva inversión y tener una utilidad.

El proyecto surge de la necesidad de mejorar la comercialización de un nuevo producto en la fábrica de hielo “Los Ceibos”, mediante los estudios realizados tiene el propósito de desarrollar competencias que le permitan la participación de procesos que generen nuevos conocimientos. Siempre hay que tener en cuenta el tipo de investigación que se desea realizar porque varían en sus procesos metodológicos.

El estudio que se desea llevar a cabo es con la finalidad de recoger información necesaria para la investigación, por lo tanto la investigación que desea realizar actualmente se está enfocando en la modalidad de plan de negocio, en este plan se aplicaran pasos y técnicas que ayudará a comercializar un nuevo producto, este plan es fundamental en el crecimiento de la empresa para mejorar la comercialización que se desea implementar en la Fábrica de Hielo “Los Ceibos” ya que en donde está ubicada la empresa no hay competencia que comercialice lo mismo.

## **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

### 2.3.1 Por el propósito.

#### 2.3.1.1 Investigación aplicada.

José Cegarra Sánchez (2004), manifiesta:

“La investigación aplicada comprende el conjunto de actividades que tiene por finalidad el descubrir o aplicar conocimientos científicos nuevos que puedan realizarse en productos y en procesos nuevos utilizables. También es llamada investigación técnica tiende a la resolución de problemas o al desarrollo de ideas a corto o a mediano plazo dirigida a conseguir innovaciones, mejoras de procesos o productos, incremento de calidad y productividad.” Pág. # 42

Una investigación comienza con un proceso de observación, en una investigación la pregunta es trascendental porque eso llevará a plantear un problema y generar una hipótesis, cuando se trata de investigación aplicada primordialmente son las consecuencias prácticas, esta investigación busca la aplicación de los conocimientos que se requieren, también se trata de proporcionar información relativa al que se va a obtener mediante las conversaciones que se van a obtener con los operarios y el dueño de la fábrica, y con esto se recopilará un resumen donde se proporcionara relativamente a otros enfoques.

Esta investigación permitirá observar cada una de los problemas que agobian a la fábrica de hielo por lo cual se desarrollarán nuevas ideas que a mediano o a largo plazo van a fortalecer la comercialización de un nuevo producto y a la vez desarrollar nuevas estrategias que permitirán a la fábrica tener una visión más clara de lo que quiere a futuro, en este caso la empresa podrá fortalecer las ventas y tener nuevos clientes y obtener más socios que le ayuden a solventar los gastos que produciría esta nueva línea de negocio.

## **2.4 POR EL NIVEL.**

### 2.4.1 Investigación descriptiva.

Fidias G. Arias (2006), manifiesta:

“La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”. Pág. # 24

Esta investigación se utiliza para recopilar información del área que se desea analizar con lo que de aquí se podrá sacar preguntas muy importantes que ayudará en la obtención de datos que se desea conocer y todo el personal que trabaja en la Fábrica de hielo “Los Ceibos”. La información obtenida será para crear las encuestas que serán utilizadas para recoger información necesaria para el proyecto, de esta manera se podrá recolectar más información para solucionar los problemas que le están afectando la fábrica.

Mediante los cuestionarios que se formularán por lo investigado se recogerá información para identificar el principal problema que le está agobiando a la fábrica, verificar porque no ha podido obtener un crecimiento adecuado en estos últimos años, por medio de esta investigación descriptiva se va a poder evaluar cada uno de los problemas. El objetivo de la investigación es conocer las costumbres, situaciones y por último las actitudes de las personas, a través de estas descripciones se llegará al fondo del problema, la meta de esta información no es limitarse a la recolección de datos, sino a la identificación de las variables que se desea implementar en este proyecto para ponerlo en práctica en la fábrica, para mejorar su comercialización y sus ventas a futuro ya que se estaría ayudando la fábrica, con esto se le estaría dando a conocer los nuevos beneficios que la empresa le brinda a sus clientes.

## 2.4.2 Por el lugar.

### 2.4.2.1 Investigación bibliográfica.

Alejandro Méndez Rodríguez (2008), manifiesta:

La investigación bibliográfica es clave en el desarrollo de conocimientos ya que sistematiza, descubre y aporta nuevos conocimientos dando respuesta a la pregunta de investigación que le dio origen. Pág. # 25

La investigación ayudará con la introducción de los otros temas, que esta es la primera etapa de la investigación porque ayudará a recolectar información de teorías ya existentes dentro del problema a resolver, esta permite determinar en una forma más clara, comprendido con anterioridad, con datos de personas o expertos en el tema que se pretende resolver, para muchos autores este es un tema muy extenso porque buscar información determinada.

## 2.5 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

### 2.5.1 Método inductivo.

Ernesto A. Rodríguez Moguel (2005), manifiesta:

“El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados”. Pág. # 29

En este método se utiliza un término muy general, ya que aquí se generarán conclusiones de las ideas específicas. Porque realiza un estudio y analiza los hechos y los fenómenos en particular de la fábrica de hielo, y de aquí se generan las hipótesis y las demostraciones, este método es muy usual ya que se pueden

distinguir etapas básicas, una de ellas es la observación para llevar un registro de las actividades que se desarrollan dentro o fuera de empresa, la clasificación y el estudio de los hechos que se han investigado.

### **2.5.2 Método analítico.**

Ernesto A. Rodríguez Moguel (2005), manifiesta:

“En este método se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado.” Pág. # 30

Este método se utiliza para resolver problemas donde se lo realiza mediante la aplicación de soluciones que se van a ir desarrollando mediante alternativas, partiendo de aquellos datos que se van obteniendo de acuerdo a lo investigado. También se denomina método de análisis ya que se distinguen mediante los fenómenos ya que éstos se revisarán debidamente por separados, es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y del objeto que estudia para comprender su esencia.

### **2.5.3 Técnicas de investigación.**

#### **2.5.3.1 Entrevistas.**

Alejandro Acevedo I., Alba Florencia A. López Martín manifiesta:

“La entrevista es un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, de su versión de los hechos responde a preguntas relacionadas con un problema específico.” Pág. # 10

Es una conversación entre dos o más personas, cuyo propósito es obtener información ya sea individual o grupal de la fábrica de hielo, por medio de la

entrevista se desea recopilar información que será necesaria para verificar las debilidades que le están agobiando a la empresa, la entrevista se realizara a los operarios y para conocer las opiniones sobre los nuevos cambios que se piensan realizar en la fábrica para beneficio de la comunidad. Con las entrevistas se pueden realizar comparaciones de hechos y opiniones.

#### 2.5.3.2 Encuestas.

Elena Abascal, Ildelfonso Grande steban (2005), manifiesta:

“La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objeto, coherente y articulado de preguntas que garantizan que la información proporcionada por la muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolares con determinados errores y confianza a una población, las encuestas pueden ser personales o no personales.” Pág. # 14

La encuesta se utiliza para una investigación de campo para lograr una mayor colección de información de lo cual se puede realizar las preguntas por las observaciones que se han obtenido con anticipación, las preguntas deben ser encaminadas a los problemas que se desea resolver dentro de la fábrica de hielo “Los Ceibos”

También se utilizan para aclarar ciertas dudas que se tienen. La investigación va encaminada a personas que compran hielo en la fábrica de hielo “Los Ceibos” porque las encuestas permiten medir las opiniones de cada uno de ellos, cada técnica de sondeo tienen sus ventajas y desventajas al momento de realizar la información, pues se podrá determinar la forma de cómo las personas responderán a las preguntas.

Algunas aportarán con información muy importante y relevante para la investigación que se está realizando, pero lo importante es que se está dando a

conocer lo que se quiere realizar y el beneficio que tendrá para los comerciantes de mariscos, ya que con las encuestas se aclararán muchas dudas de lo que anteriormente estaban planteando.

## **2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### 2.6.1 Guión de la entrevista.

Un guion de entrevista, es muy sencillo y como su nombre lo dice es una guía para saber el propósito de lo que se desea saber sobre la persona entrevistada, tomando en cuenta que dependiendo a la persona entrevistada será el diseño de preguntas para indagar reforzar acervo cultural. La entrevista es una forma de conocer más sobre un tema o sobre una persona, y se realiza mediante una serie de preguntas, según a la información que se quiera obtener de una persona. Generalmente se comienza por un esbozo que contiene estos datos: fecha de nacimiento, qué hace, como es, estudio realizado y hechos sobresalientes del entrevistado.

### 2.6.2 Cuestionario.

Lorraine Blaxter, Christina Hugues, Malcolm Tight (2008), manifiestan:

Los cuestionarios son una técnica de investigación social más ampliamente utilizadas. La idea de formular preguntas escritas precisas, para aquellas personas en cuya opinión o experiencia está interesado parece ser una estrategia obvia para encontrar las respuestas a los temas de su interés. Pág. # 195

El cuestionario es un instrumento utilizado para realizar una investigación que sirva para alimentar el estudio con la variables que se va a trabajar y medir el

grado de realización de las preguntas, este instrumento va a permitir recopilar información que será muy necesaria dentro de la investigación que se está realizando para que de esta manera los objetivos sean cumplidos. En el cuestionario se van a dividir en preguntas abiertas o cerradas, dentro de las cerradas o abiertas se van a encontrar contenido variado, ya que esto les permite obtener información valiosa dentro de la investigación.

## **2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.**

### 2.7.1 Población.

Carmen Fuente Isaz Gallego, M. Teresa Icart Isern, Anna M. Pulpón Segura (2006) manifiesta:

“Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desean estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen se habla de población finito y cuando no se conoce el número se habla de población infinita”. Pág. # 55

La población es un conjunto infinito de los cuales tienen elementos de características comunes, por los cuales cada una tiene conclusiones diferentes dentro de la investigación por lo cual solo se escogerá a las personas que aporten información relevante que ayude con el proyecto, es decir se escogerá personas que trabajen en el medio, en este caso comerciantes y dueños de la fábrica de hielo y comerciantes de mariscos porque ellos serían los interesados a que la empresa implemente una nueva línea de negocio.

Se ha tomado en cuenta en la investigación los datos de directivos y operarios, son las personas que están trabajando en forma definida en la empresa, los encargados de tener el negocio en marcha, los proveedores son los que están en la actualidad abasteciendo diariamente a la fábrica y los clientes los fieles compradores de la fábrica.

**CUADRO 4** Población

<b>DATOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Directivos	1
Operarios	6
Proveedores	5
Clientes	188
<b>Total</b>	<b>200</b>

Fuente: Población  
Elaborado por: Silvia Vines estrella

### 2.7.2 Muestra

Carmen Fuentelsaz Gallego, M. Teresa Icart Isern, Anna M. Pulpón Segura (2006), manifiesta:

“La muestra es un grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de población. Para que se pueda generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población.”. Pág. # 55

La población que se identifica en la muestra va a ser elegida, ya que lo que se desea es obtener información válida, además se obtiene información con un conjunto de personas debidamente investigada, esta investigación debe ser representativa, que se extrae de una población accesible.

Ángel Fernández Nogales (2004), manifiesta:

El método de muestreo por criterio se basa en el criterio o juicio del investigador para seleccionar unidades muestrales representativas. La experiencia del investigador y sus conocimientos del tema y del colectivo implicado sirven de base para determinar el criterio a seguir en la selección muestra. El muestreo por criterio se utiliza principalmente en estudios experimentales o de prueba. Pág. # 154

Las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por las personas. Los diversos tipos de muestreo no probabilístico tiene las siguientes características comunes. La selección de la muestra no es aleatoria, sino que se basa, en parte, en el juicio del entrevistador o del responsable de la investigación.

No se basa en ninguna probabilidad y, por lo tanto, no es posible calcular la precisión o acotar el error cometido. No es posible, calcular estos errores ni la confianza de las estimaciones que, además, no siempre se reducen aumentando el tamaño de la muestra.

En el muestreo no probabilístico los costos y la dificultad del diseño son más reducidas (al no ser necesario, disponer de un marco). Este muestreo puede dar buenos resultados, pero también aparece el riesgo de proporcionar una información errónea. Existen varios procedimientos de muestreo no probabilístico.

**CUADRO 5** Muestra

<b>DATOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Directivos	1
Operarios	6
Proveedores	5
Clientes	188
<b>Total</b>	<b>200</b>

Fuente: Muestra  
Elaborado por: Silvia Vines estrella

## 2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN.

### 2.8.1 Procedimientos.

El procedimiento de proyecto se inició de la siguiente manera:

- ✚ **Búsqueda de información:** Indicaron buscar un tema de interés donde se escogió el tema de plan de negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos” en Data de Villamil.
  
- ✚ **Identificación del problema de la comunidad:** En el recinto Data de Villamil existe un problema con la fábrica de hielo donde se recogió información del problema a solucionar.
  
- ✚ **Selección del tema:** El tema surgió por la investigación realizada.
  
- ✚ **Justificación del trabajo:** El plan de negocios resulta ser una herramienta de máxima utilidad pues ayudará a la fábrica de hielo tenga un mayor conocimiento de su negocio, conserve el control de las operaciones, mantenga una estructura adecuada a su carga financiera, además de lograr incrementos en la rentabilidad de su empresa.
  
- ✚ **Objetivos:** El objetivo primordial es lograr que la empresa mejore en su totalidad.
  
- ✚ **Operacionalización:** Se tendrá en cuenta sus variables, conceptos, indicadores, ítems e instrumentos a utilizarse.

### 2.8.2 Procesamiento.

Los datos se empezaron a digitar en la computadora mediante Microsoft Word de la siguiente manera:

- ✚ Ordenando la información recopilada.
- ✚ Tabulación de todos los datos.
- ✚ Codificación de datos.
- ✚ Elaboración de tablas o datos.
- ✚ Diseño de los gráficos.
- ✚ Análisis de la información, interpretación de los resultados.
- ✚ Comprobación de la hipótesis.
- ✚ Elaboración de conclusiones.
- ✚ Formulación de recomendación.
- ✚ Diseño de la propuesta.
- ✚ Elaboración del informe final.
- ✚ Formulación de las recomendaciones y conclusiones.
- ✚ Entrega del informe final.
- ✚ Sustentación final del proyecto.

### **CAPÍTULO III**

#### **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.**

Cristina Soy i Aumatell (2003), manifiesta:

La fase de análisis e interpretación de resultados incluye el análisis de los datos obtenidos a partir de las encuestas y entrevistas este proceso es básico, el análisis y la interpretación de los resultados es tanto o más importante que los resultados obtenidos para el éxito de las recomendaciones e interpretaciones posteriores de la auditoría. Pág. # 92

En este capítulo, se encuentran las encuestas y entrevistas que representan una herramienta muy importante porque a través de ellas se puede tener acceso a información relacionada al mejoramiento de la fábrica de Hielo “Los Ceibos “de Data de Villamil. Donde los datos se van a interpretar y analizar con sus respectivas conclusiones y recomendaciones. Estos datos son de suma importancia para la investigación que se está realizando, las preguntas que se realizaron en las encuestas fueron de selección donde las personas escogían la respuesta más relevante, las entrevistas fueron redactadas en lenguaje familiar para la total comprensión por parte de los participantes.

En el capítulo anterior en la metodología de investigación se determinó los instrumentos que serían necesarios en la investigación ya que facilitó la recopilación de información, tomando en consideración que los datos que se van a obtener serán de gran utilidad y además se van a usar gráficos donde se dará la interpretación clara de los datos investigados, los datos obtenidos fueron mediante encuestas a los clientes de Data de Villamil y sus alrededores ya que compran el producto en la fábrica de hielo. Y las entrevistas fueron para las personas que trabajan dentro de la fábrica.

### 3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

#### 1. ¿Compra usted en la fábrica de hielo los ceibos?

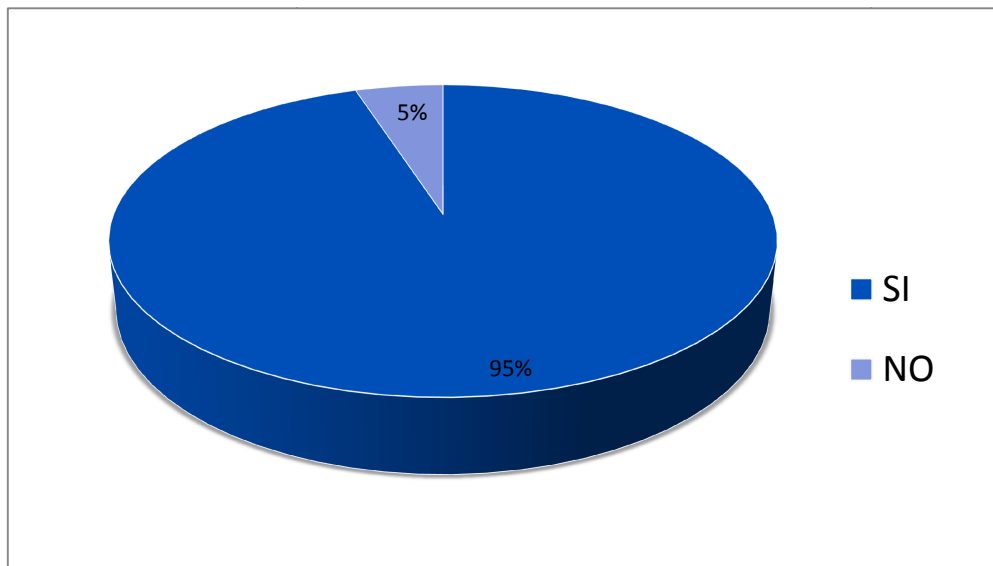
**TABLA 1.** Frecuencia de consumo.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
1	SI	190	95%
	NO	10	5%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Frecuencia de consumo

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**GRÁFICO 1.** Frecuencia de consumo



Fuente: Frecuencia de consumo

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

En el gráfico se identifica que los clientes encuestados manifestaron mayoritariamente que “Si” compran hielo en la fábrica, y en un bajo porcentaje manifestaron que “No”.

**2. ¿Le gustaría que la fábrica amplíe su variedad de productos existentes?**

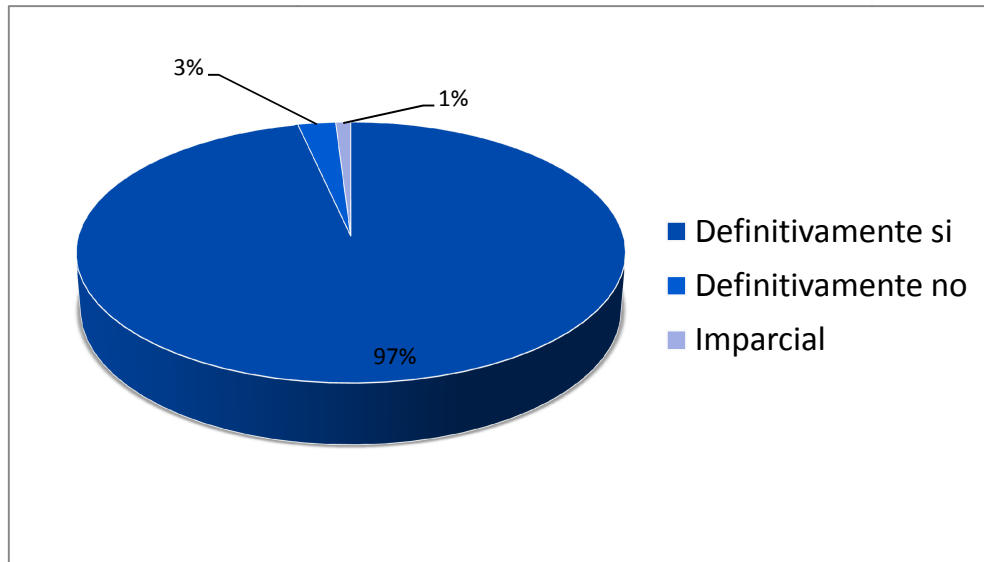
**TABLA 2.** Oportunidad de emprender.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>2</b>	Definitivamente si	193	97%
	Definitivamente no	5	3%
	Imparcial	2	1%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Oportunidad de emprender

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**GRÁFICO 2** Oportunidad de emprender.



Fuente: Oportunidad de emprender

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

Los resultados que se pueden observar en el grafico demuestran que los clientes “Si” están de acuerdo que la empresa implemente una nueva variedad de productos, mientras que en menor medida manifestaron que “No”.

### 3. ¿Qué es lo que más le agrada al momento de comprar hielo en la fábrica?

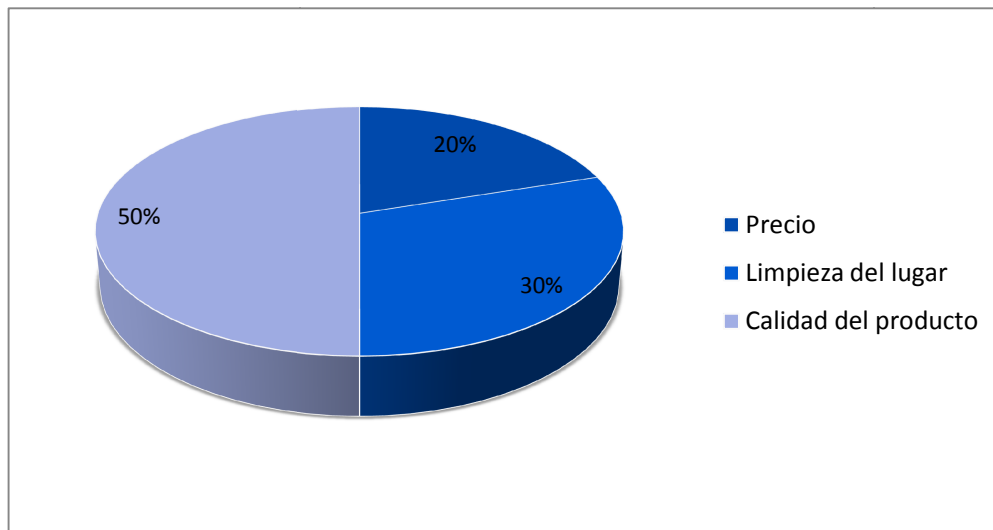
**TABLA 3.** Características relevantes del producto.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>3</b>	Precio	40	20%
	Limpieza del lugar	60	30%
	Calidad del producto	100	50%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Características relevantes del producto.

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

**GRÁFICO 3.** Características relevantes del producto.



Fuente: Características relevantes del producto.

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

Es indispensable conocer las opiniones de los clientes para determinar porque es la preferencia del producto, en el grafico se identifica que los clientes les agrada comprar el hielo en la fabrica por la calidad del producto y en menos porcentaje por el precio y la limpieza.

#### 4. ¿Con que frecuencia compra el hielo?

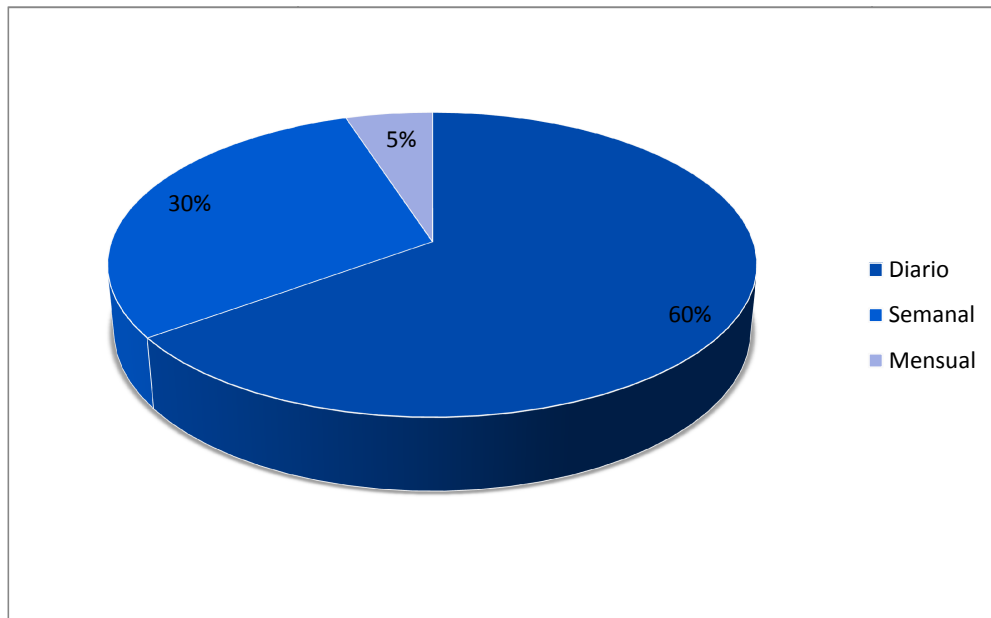
**TABLA 4.** Frecuencia compra.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>4</b>	Diario	130	65%
	Semanal	60	30%
	Mensual	10	5%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Frecuencia compra

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**GRÁFICO 4.** Frecuencia compra.



Fuente: Frecuencia compra

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

De los clientes encuestados en un gran porcentaje nos indica que compran a “Diario” el producto, y hay clientes que indicaron que compran semanal y mensual.

**5. ¿Cuánto hielo consume en la semana?**

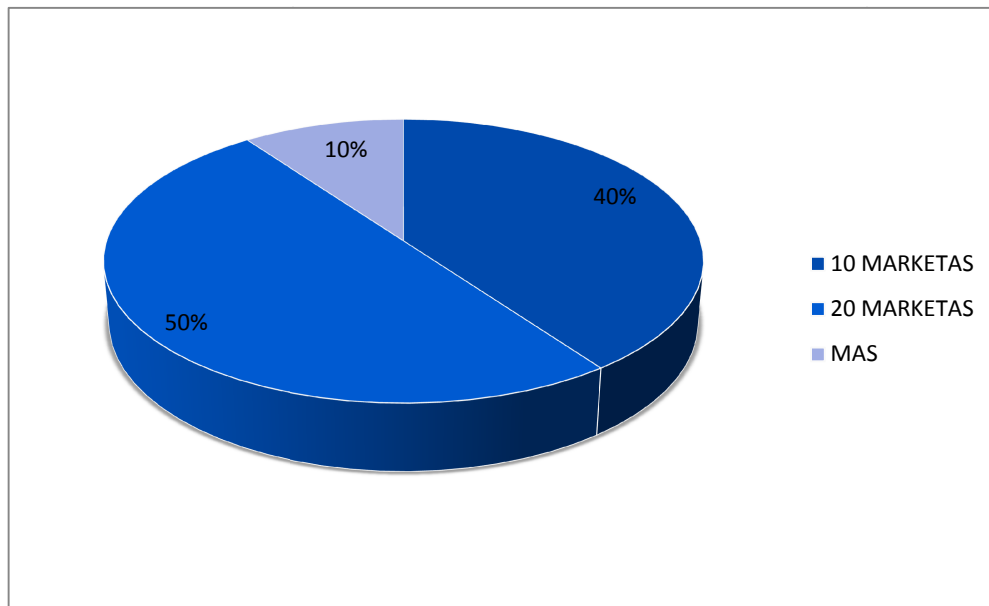
**TABLA 5** Consumo.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>5</b>	20 Marquetas	80	40%
	30 Marquetas	100	50%
	Mas	20	10%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consumo.

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**GRÁFICO 5.** Consumo.



Fuente: Consumo.

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

Esta pregunta es muy importante para esta investigación ya que los clientes respondieron que compran “30 marquetas semanal” y en menor medida “20 marquetas”.

**6. ¿Usted para qué compra el hielo?**

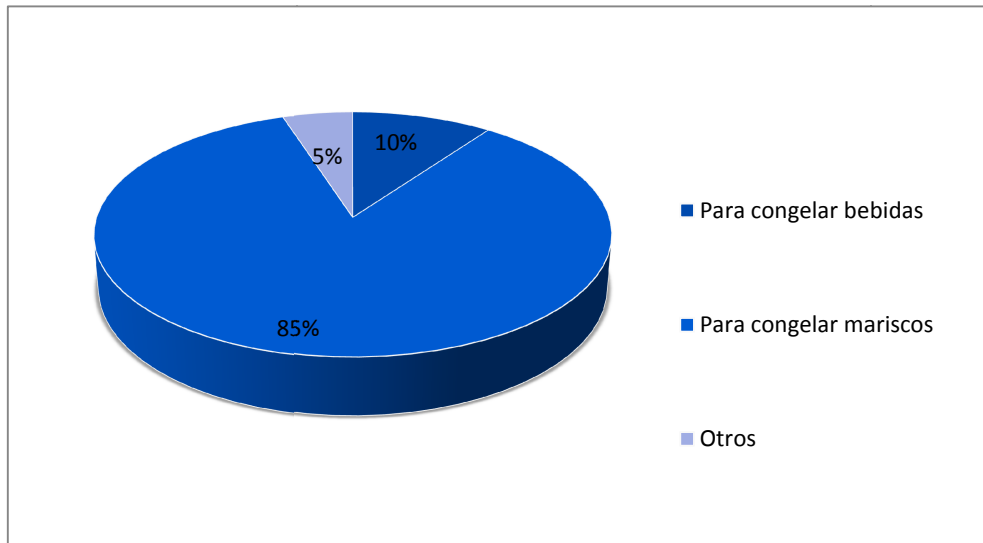
**TABLA 6** Utilización de producto.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>6</b>	Para congelar bebidas	<b>20</b>	<b>10%</b>
	Para congelar mariscos	170	85%
	Otros	10	5%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Utilización de producto.

Elaborado por: Silvia Vínces Estrella

**GRÁFICO 6.** Utilización de producto.



Fuente: Utilización de producto.

Elaborado por: Silvia Vínces Estrella

Según la grafica obtenida los encuestados manifestaron mayoritariamente que compra hielo para “congelar mariscos”, y en menor porcentaje dice que para congelar bebidas.

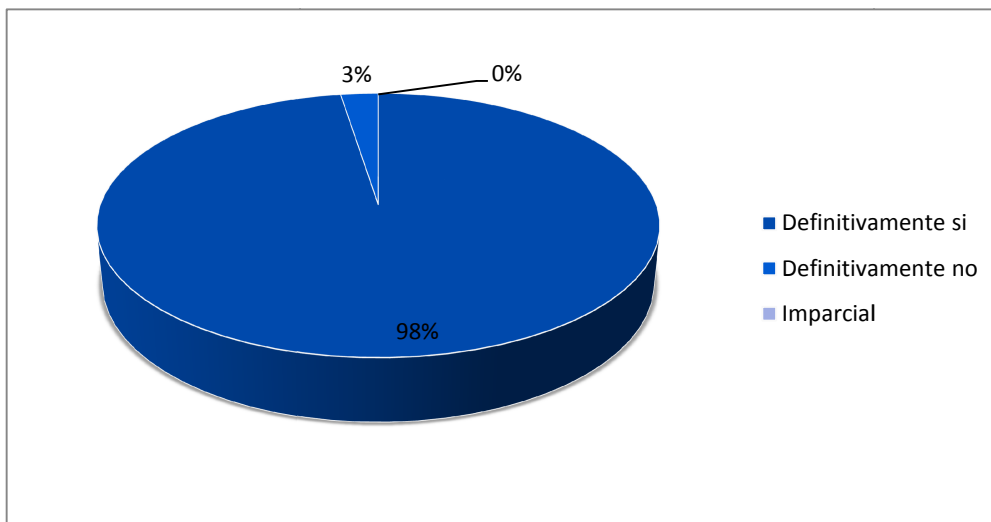
**7. ¿Le gustaría que la fábrica amplié sus instalaciones?**

**TABLA 7** Oportunidad de ampliación de instalaciones.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>7</b>	Definitivamente si	195	98%
	Definitivamente no	5	3%
	Imparcial	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Oportunidad de ampliación de instalaciones.  
**Elaborado por:** Silvia Vines Estrella

**GRÁFICO 7.** Oportunidad de ampliación de instalaciones.



**Fuente:** Oportunidad de ampliación de instalaciones.  
**Elaborado por:** Silvia Vines Estrella

Con los resultados de esta interrogante se demuestra que los clientes están interesados en la ampliación de las instalaciones, los clientes indicaron que “Si” es favorable, y en menos porcentaje no está de acuerdo.

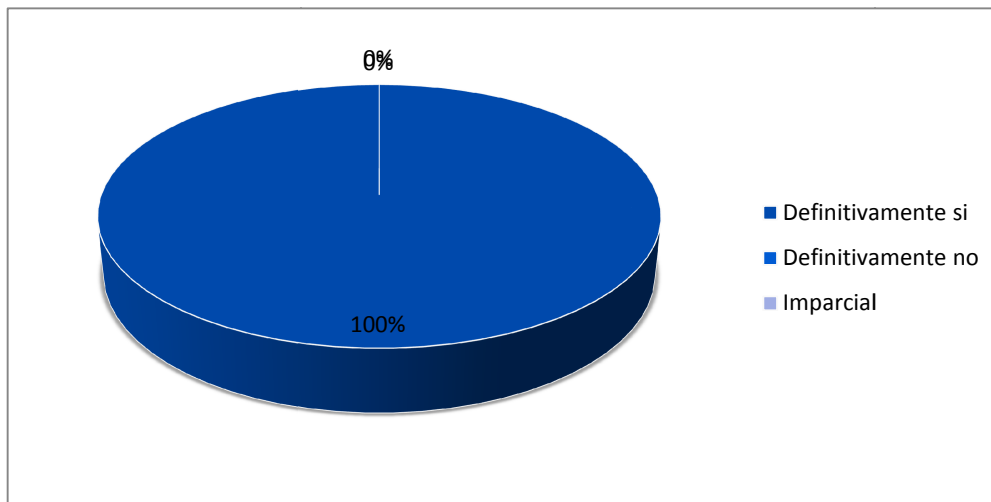
**8. ¿Le gustaría que la fábrica venda hielo en escamas?**

**TABLA 8** Nuevo producto.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>8</b>	Definitivamente si	200	100%
	Definitivamente no	0	0%
	Imparcial	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Nuevo producto  
Elaborado por: Silvia Vinces Estrella

**GRÁFICO 8.** Nuevo producto.



Fuente: Nuevo producto  
Elaborado por: Silvia Vinces Estrella

Como lo demuestra el grafico esta pregunta tuvo una aceptación favorable los clientes “Si” está de acuerdo que se venda hielo en escamas.

9. ¿Del siguiente listado de tipos de hielo marque aquellas opciones de los que Ud. Le gusta utilizar para la conservación de su producto?

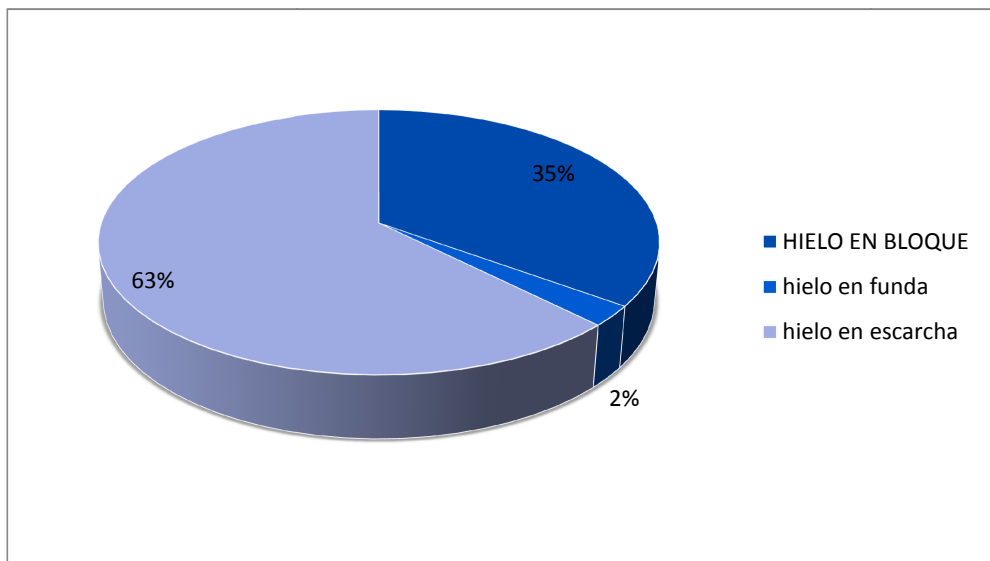
**TABLA 9** Conservación de su producto.

ITEM	VALORACIÓN	<i>f</i>	%
<b>9</b>	Hielo en marquetas	70	35%
	hielo en funda	5	3%
	hielo en escarcha	125	63%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Conservación de su producto

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**GRÁFICO 9.** Conservación de su producto.



Fuente: Conservación de su producto

Elaborado por: Silvia Vines Estrella

Los clientes respondieron que el hielo más utilizan para congelar su producto es el “Hielo en Escarcha”. Y en menos medida el “Hielo en marqueta”.

**10. ¿Si la fábrica vendiera hielo en escarcha que tamaño le gustaría?**

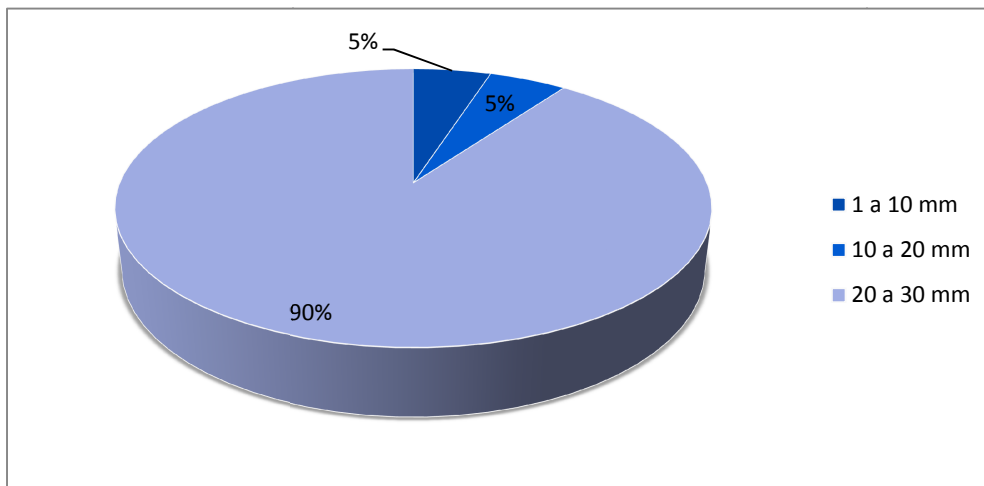
**TABLA 10** Tamaño de hielo.

<b>¿Si la fábrica vendiera hielo en escarcha que tamaño le gustaría?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<i>f</i>	<b>%</b>
<b>10</b>	<b>1 a 10 mm</b>	10	5%
	<b>10 a 20 mm</b>	10	5%
	<b>20 a 30 mm</b>	180	90%
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Tamaño de hielo.

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

**GRÁFICO 10.** Tamaño de hielo.



Fuente: Tamaño de hielo.

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

El resultado obtenido en las encuestas se obtuvo como resultado que los clientes les gusta el tamaño del hielo de “20 a 30 mm”, y en menor porcentaje respondieron que entre “1 a 20 mm”.

### **3.2 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS.**

#### **1. ¿Qué opina sobre las nuevas estrategias de comercialización que se desean implementar en la fábrica?**

Los entrevistados coinciden en indicar que las estrategias que están planteando son muy interesantes ya que la fábrica de hielo “Los Ceibos” no se enfocaría solo a vender en la empresa sino en distribuirlos a negocios pequeños que no solo sean de la localidad sino de los recintos cercanos que servirían de intermediadores para entregárselos a los clientes.

#### **2. ¿Cuál es la posición competitiva de la empresa en la prestación de los servicios?**

Lo que manifestaron es que la posición de la empresa con la competencia es buena pero por ahora está un poco baja las ventas por lo que a los clientes ya no les está llamando la atención el hielo en marqueta por lo que se hace un poco preocupante pero la propuesta que están brindando es una buena oportunidad de vender hielo en escamas se tiene la seguridad que las ventas fluirán.

#### **3. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un plan de negocio para mejorar la productividad de la empresa?**

Los entrevistados expresaron que la actitud empresarial de generar una oportunidad donde la comunidad sería la más beneficiada, es de mucha importancia la implementación de este plan esto ayudaría a la fábrica ser muy competitiva y sea una de las más reconocida a nivel local permitiendo que el valor que se genere sea mayor en beneficio de la comunidad y en especial para mejorar la atención a los clientes.

**4. ¿Será dispensable tener buena relación dentro de la empresa para mejorar el ambiente laboral?**

Manifestaron que lo más importante dentro de una empresa es que todos trabajen de acuerdo a lo que se planifica porque si todos trabajan por su lado no se puede llegar a un acuerdo lo importante es trabajar en equipo y dar soluciones si se genera algún problema.

**5. ¿De su opinión sobre liderazgo en una empresa?**

La actitud empresarial de los colaboradores de la fábrica es muy buena y coinciden en decir que el líder es el que tiene la capacidad de dirigir y controlar en función del trabajo cada persona tiene un ser único e irremplazable capaz de guiar un determinado grupo, por tal razón el líder, es aquel que es capaz de deducir el sentido único que aporte con las ideas e implementación de cambio para la empresa.

**6. ¿Se comunica a la organización la importancia de satisfacer las necesidades del cliente y llevar en cuenta cada uno de sus procesos?**

Los entrevistados manifestaron que la comunicación entre compañeros es buena, la participación y responsabilidades de cada uno de los que laboran en la fábrica siempre son con respeto por lo tanto no hay inconvenientes.

**7. ¿De su opinión sobre la organización empresarial?**

Manifestaron que la organización existe cuando hay personas capaces de comunicarse, mantenerse en equipo y tienen que tener reglas y normas de comportamientos para el bien de la empresa.

### 3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

#### Conclusiones:

En los aspectos mas relevantes obtenidos dentro de las encuestas se menciona lo siguiente:

- ✚ **Frecuencia de consumo:** La investigación realizada fue importante ya que se pudo verificar la cantidad de personas que consumen el producto y cuantos estarían dispuestos a consumirlo.
  
- ✚ **Oportunidad de emprender:** Es muy importante la comercialización de un nuevo producto, a los clientes les gusta la idea de tener el hielo al alcance de su mano ellos les interesa mucho porque reducirían costos al momento de conseguirlo.
  
- ✚ **Características relevantes del producto:** Se debe considerar que entre las características más importantes está destacando la limpieza y la calidad es lo que más se está diferenciando de la competencia.
  
- ✚ **Frecuencia de compra:** Se debe considerar que la frecuencia de compra es alta, los clientes compran hielo diariamente y la comercialización del nuevo producto tendrá una acogida favorable.
  
- ✚ **Utilización de producto:** La mayoría de clientes compran hielo para congelar productos del mar y también hay muchos dueños de camarónicas, por tal razón es alto el consumo de hielo en la localidad.

- ✚ **Nuevo producto:** El emprendimiento en una empresa es fundamental para el desarrollo de un plan de negocio, las encuestas nos revelan que la comercialización de un nuevo producto es necesaria para los clientes.
  
- ✚ **Tamaño de hielo:** La comercialización de hielo dentro de la localidad es muy buena ya que no se encuentra competencia cercana y el tamaño es importante porque entre más grueso sea el hielo más durará la conservación del producto.
  
- ✚ Considerando cada uno de los ítems analizados se concluye que la elaboración de la propuesta plan de negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto Data de Villamil, Cantón Playas, provincia del Guayas, tendrá buena acogida y además los beneficiará, las personas encuestadas manifestaron interés sobre la comercialización de un nuevo producto y mejorar la infraestructura de la fábrica.

## **Recomendaciones:**

- ✚ Se recomienda comenzar a comercializar el nuevo producto, los clientes están interesados y esto permitirá brindarle a la comunidad más oportunidades de trabajo.
- ✚ Es necesaria la compra de la maquinaria de hielo en escamas para fortalecer las ventas y comercializar la nueva línea a producir
- ✚ Se recomienda establecer estrategias con el fin de cubrir la demanda de manera efectiva y que la diferencia que se marca con la competencia se mantenga permanente ganando fidelidad de los clientes.
- ✚ Promover convenios con locales pequeños de la comunidad para que se incremente las ventas diarias y de esta manera ayudar a los clientes, para que ellos compren el producto en lugares más cercanos de su negocio.
- ✚ El consumo en la fábrica es alto por lo que es necesario y recomendable implementar el nuevo producto para satisfacer las necesidades existentes.
- ✚ Para que la fábrica sea más reconocida es importante promocionar en diversos medios de comunicación lo nuevo que se está comercializando para que los clientes se enteren lo que ofrece la fábrica.
- ✚ Es importante comprar una maquinaria que tenga la capacidad de regular el grosor del hielo esto ayudara a aumentar el nivel de producción diario y mantener a los clientes satisfecho por la labor realizada.
- ✚ Dar a conocer los beneficios de un plan de negocio y logrará mejorar la ventas y comercialización de un nuevo producto en la fábrica de hielo “Los Ceibos”

## **CAPÍTULO IV**

PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO “LOS CEIBOS”  
UBICADO EN EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS,  
PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015

### **4.1 PRESENTACIÓN.**

La implementación de un plan de negocio es de mucha importancia ya que la fábrica necesita una ayuda para fortalecer la comercialización de un nuevo producto como es el hielo es escamas, es muy importante mostrar que el desarrollo de este proyecto tendrá éxito, por lo tanto se indicará uno a uno los aspectos más importantes que va a tener este capítulo, además tiene que estar bien detallado para que la persona interesada vea la rentabilidad y el éxito de este proyecto.

Pensando en la necesidad de las personas que compran hielo, se compone la idea de comercializar un producto nuevo, en este sector la mayoría de las habitantes son comerciantes de mariscos, y lo que se pretende ofrecer es un servicio de calidad y entregar al cliente un buen producto que sea mejor que la competencia, de esta forma se aprovechara el mercado.

Es importante resaltar esta propuesta se está desarrollando con el fin de generar empleos directos e indirectos que incluyan directamente a las personas interesadas. Desde primera instancia la fábrica contará con personal preparado para este tipo de trabajo, en la comercialización entregará el producto los puntos de ventas que ayudarán con la distribución del hielo.

## **4.2 NATURALEZA DEL PROYECTO.**

### 4.2.1 Descripción del negocio.

La fábrica de hielo “Los Ceibos” ubicado en el recinto Data de Villamil, cantón Playas, provincia del Guayas, está dedicada a la elaboración y distribución de hielo, la misma que son requeridas y distribuidas a los clientes de esta comunidad y los pueblos cercanos.

Con 8 años de creación la fábrica de hielo ha tenido un crecimiento significativo ya que ha conseguido tener un espacio en el mercado local, en la actualidad cuenta con clientes fijos y en su mayoría son comerciantes de marisco y dueños de camarónicas de la zona y sus alrededores como la fábrica ya tiene ganado mercado, la comercialización del nuevo producto será de mucha acogida.

La producción que realizan es continua y también tiene clientes que realizan pedidos grandes y requieren de una entrega rápida y sin olvidar la buena calidad del producto, y eso es lo que identifica de la competencia esto ha ayudado a que se mantenga activa la fábrica durante el tiempo que lleva en el mercado ha logrado acoger a buena clientela.

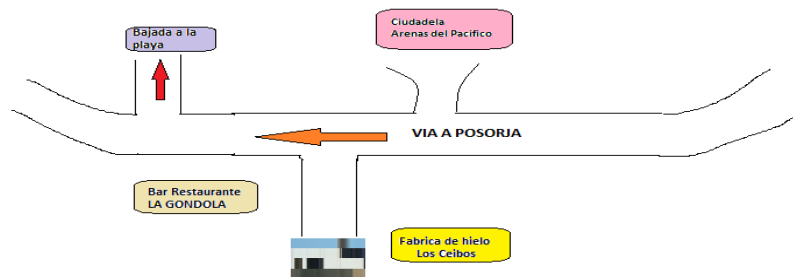
Lo que se desea implementar es la comercialización de un producto este es el hielo en escarcha, en la actualidad es lo que se está necesitando ya que para algunos comerciantes se les complica porque compran hielo en marquetas y tienen que picar a mano el producto y en muchas ocasiones se lastiman las manos y la propuesta es vender hielo en escarcha que les ayudaría mucho a los clientes de la fábrica, además se desea que la fábrica llave una organización al momento de entregar el producto se va a implementar una bodega donde se guardaran los sacos de hielo que serán para la venta.

#### 4.2.2 Ubicación y tamaño del negocio.

Las instalaciones del presente proyecto están ubicadas en:

País: Ecuador  
Provincia: Guayas  
Cantón: Playas  
Recinto: Data de Villamil, km. 12 ½ barrio corazón de Jesús.

**FIGURA 1** Ubicación



Fuente: Ubicación Data de Villamil

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

El tamaño de las instalaciones es de 1.200 m<sup>2</sup> aquí está construida la fábrica donde estará distribuida de la siguiente manera.

#### 📌 Área de Administración.

En esta área se planifica y controla la fabricación y comercialización del producto.

#### 📌 Área de Producción.

Se analizan los procesos de producción y se analiza que el producto final este en buen estado, en este caso el hielo en escamas.

#### **✚ Área de Almacenamiento.**

Esta es el área donde se mantendrá los sacos de hielo en escamas para su comercialización.

#### **✚ Área de Carga.**

Es donde se procederá a entregar el producto a los clientes que ya han realizado sus pedidos del hielo.

#### **4.2.3 Misión.**

La fábrica de hielo “Los Ceibos” produce y comercializa hielo en marquetas y escamas con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes y comerciantes de Data de Villamil del cantón Playas.

#### **4.2.4 Visión.**

Ser una empresa líder y reconocida a nivel local y regional, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes, con el apoyo de grupo de interés con experiencia, solidez y liderazgo.

#### **4.2.5 Objetivos.**

Ofrecer servicio de buena calidad mediante parámetros técnicos y financieros que permitan desarrollar una cultura empresarial en la fábrica de hielo los ceibos.

- ✚ Lograr el reconocimiento de la fábrica por la calidad del producto que se les ofrece a los clientes.

- ✚ Incrementar el empleo en la comunidad a través de mano de obra calificada
- ✚ Crear una marca que sea reconocida a nivel local y regional
- ✚ Buscar diferenciación entre la competencia ubicada en sectores aledaños.

#### 4.2.6 Políticas.

La fábrica basara sus principales políticas enfocados a generar procesos internos de producción, con enfoque de mejoramiento continuo en la actividad productiva y de servicio.

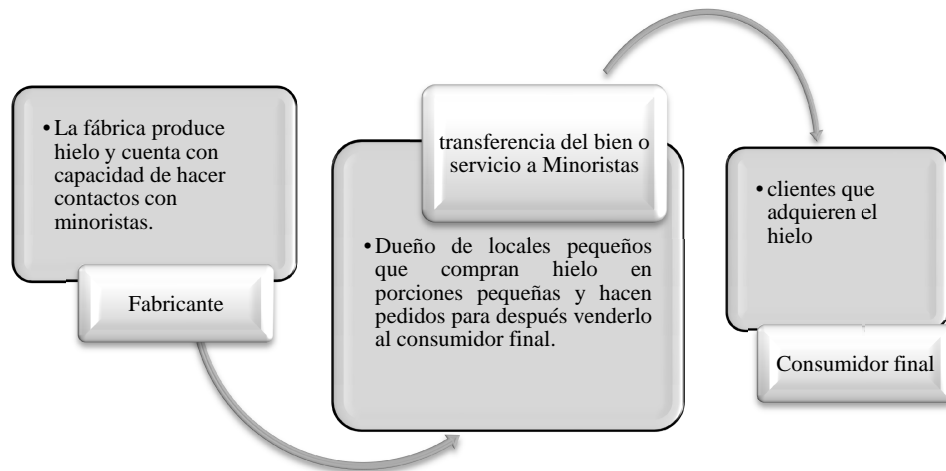
- ✚ Elaborar productos de calidad a precios competitivos.
- ✚ Capacitar de manera constante a los trabajadores de la fábrica en servicio al cliente, control de calidad, técnicas de producción.
- ✚ Establecer una adecuada atención al cliente interno y externo en todo momento.
- ✚ Control en todo momento para tener un servicio de calidad.
- ✚ Implementar normativas de seguridad industrial para el personal de la empresa.
- ✚ Realizar campañas publicitarias por medios de comunicación regularmente.

### 4.3 MERCADO.

#### 4.3.1 Distribución y punto de venta.

La distribución que se utilizará en la comercialización del producto es a través de intermediarios que van hacer llegar el hielo a los usuarios finales. Por lo tanto la distribución será de esta manera:

## ESQUEMA 2 Distribución y Punto de Venta.



**Fuente:** Distribución y Punto de Venta  
**Elaborado por:** Silvia Vincés Estrella

El canal de distribución se debe considerar si la fábrica tiene la capacidad de producir lo necesario para abastecer al mercado, se debe considerar a qué precio se va a vender y la calidad del producto.

Al momento que se elige el punto de venta se debe tener en cuenta lo siguiente:

- ✚ Análisis de la competencia.
- ✚ Análisis de los clientes para determinar cuándo consumen y cuál es la cantidad.
- ✚ Tener personal suficiente y capacitado para abastecer a los clientes.

### 4.4 PRODUCCIÓN.

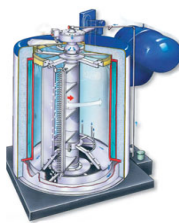
#### 4.4.1 Especificación del producto.

El hielo es el producto final en la fábrica, lo que se busca es satisfacer las necesidades de los clientes, con las características necesarias para cumplir con las exigencias que se requiere.

Numerosos sectores industriales recurren al hielo para la congelación de sus productos se requiere entonces de un hielo eficiente y económico y este es el hielo en escamas, tiene un excelente potencial de refrigeración al estar sub-enfriado y muy seco logrando con esto la conservación prolongada y con una muy buena calidad de los productos, la forma de escamas permite una amplia superficie por lo cual congela los productos más rápidamente, en la fábrica se podrá contar con el hielo cuando lo necesite y donde lo necesite.

El hielo es producido a temperatura muy bajas para congelar las paredes del tambor que es de acero inoxidable, luego que la máquina termina su congelación automáticamente pasa un rodillo el cual irá dando vuelta dentro de la máquina donde estará raspando el hielo, este se encuentra adherida a las paredes del tanque y caerá el hielo en forma de escamas, el cual tendrá un grosor de 9.18 mm, el grosor también dependerá de la rapidez del motor, este ciclo se repite a tiempos y periodos cortos de congelación, tendrá una capacidad de producción de 400 quintales diarios aproximados que serán almacenados en la bodega para su futura distribución.

**FIGURA 2** Especificación del producto



**Fuente:** Maquina de hielo A&V

Elaborado por: Silvia Vines estrella

#### 4.4.2 Descripción del proceso de producción.

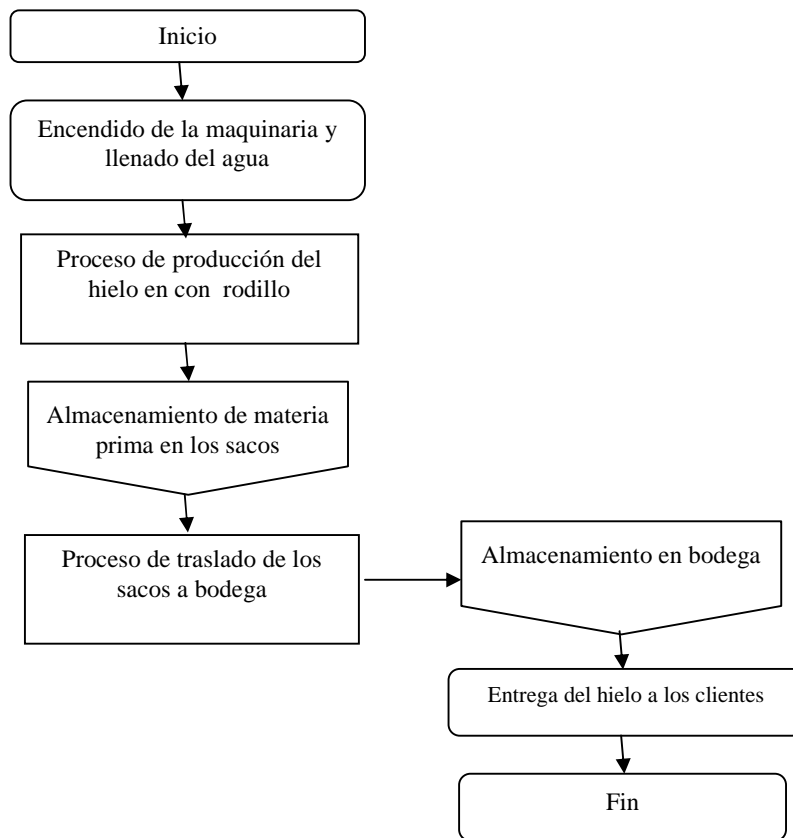
La fábrica trabaja las 24 horas del día con turnos rotativos, hay personas encargadas de la producción y despacho del hielo, en la fábrica llegan a comprar

diariamente el producto. La maquinaria estaría produciendo 400 quintales diarios el cual va a bastecer los pedidos que se realizan, para producir el hielo en escamas se necesitará una conexión de 220 voltios, y una tubería de agua que ira llenando el tanque donde se estará produciendo el hielo.

El proceso es continuo y por lo tanto se recogerá el hielo en sacos para luego ser transportados a la bodega, aquí se almacenaran hasta cuando los clientes vengan por sus pedidos realizados con anticipación.

#### 4.4.3 Diagrama de proceso de producción.

**ESQUEMA 3** Diagrama de Proceso



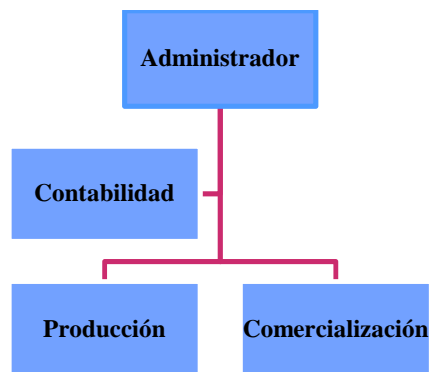
**Fuente:** Diagrama de Proceso  
**Elaborado por:** Silvia Vines Estrella

## 4.5 ORGANIZACIÓN.

### 4.5.1 Estructura organizacional.

El esquema de la fábrica está formado de la siguiente manera:

**ESQUEMA 4** Estructura Organizacional



Fuente: Estructura Organizacional  
Elaborado por: Silvia Vines Estrella

### 4.5.2 Perfil de puesto

Para conocer cuáles son los perfiles de quienes forman parte de la empresa se detalla lo siguiente:

**Área:** Administración.

**Título:** Ingeniero en Administración Empresarial.

**Funciones básicas:** Liderar la Administración de la Fábrica.

**Funciones:**

✚ Planificar y controlar las actividades de la fábrica.

- ✚ Representar legalmente y administrativa a la empresa.
- ✚ Velar por los cumplimientos de los objetivos de la empresa.
- ✚ Innovar todo lo relacionado con el desarrollo humano y técnico.
- ✚ Delegar funciones a sus colaboradores.

**Cargo:** Contador.

**Título:** Contador CPA.

**Funciones básicas:** Procesos Contables y Tributarios.

**Funciones:**

- ✚ Llevar registro de las cuentas de la fábrica.
- ✚ Verificar la preparación del balance general, pérdidas y ganancias, los documentos contables.
- ✚ Supervisar las obligaciones sociales, legales y especiales.
- ✚ Elaborar presupuesto de operación, inversión, flujo de caja y su correspondiente evaluación.

**Cargo:** Producción.

**Título:** ingeniero en mecánica.

**Funciones básicas:** Operario de Producción.

**Funciones:**

- ✚ Conocer la planificación y la producción y solicitar materiales necesarios para la producción del hielo.
- ✚ Realizar las operaciones de producción de hielo.
- ✚ Conocer las funciones de las maquinarias para el adecuado uso de las mismas.
- ✚ Mantener orden en el área de trabajo.

**Cargo:** Comercialización.

**Título:** Ingeniero en Marketing.

**Funciones básicas:** Área de Ventas.

**Funciones:**

- ✚ Elaborar planes de mercadeo.
- ✚ Planear, dirigir el programa de ventas.
- ✚ Estudiar y vigilar el crecimiento del mercado.
- ✚ Publicar y promocionar las ventas.
- ✚ Estudiar los canales de distribución.
- ✚ Determinar los precios de ventas.

**4.6 FINANZAS.**

El estudio que se ha realizado en la fábrica de hielo comprende la inversión inicial que va a realizar para mejorar los ingresos donde se detallarán el flujo de efectivo, punto de equilibrio, pérdidas y ganancias. La inversión que se realizará será de acuerdo a lo requerido en el proyecto.

4.6.1 Inversión.

Dentro de la inversión que se realizará en la fábrica se obtuvo un valor que será de \$30.000 para la compra de las maquinara.

**CUADRO 6**

<b>Inversiones</b>	
Financiado	\$39.680,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$39.680,00</b>

**Fuente:** Financiamiento de la Fábrica de hielo  
**Elaborado por:** Silvia Vincés Estrella

### CUADRO 7 Inversión

Inversión	
Implementación de oficina (Trabajos de albañilerías)	8,000.00
Capacitación	\$100.00
Maquinarias	25,000.00
Contenedor	\$6,580.00
Total egresos	39,680.00

**Fuente:** Inversión de la Fábrica de hielo

**Elaborado por:** Silvia Vincés Estrella

#### 4.6.2 Ingreso por ventas.

Para establecer el ingreso de ventas diarias del hielo en escamas se tomará el valor de precio de venta al público por la cantidad de hielo que compran diariamente en la fábrica.

**CUADRO 8 Ingresos por Ventas**

HORA	LUNES			MARTES			MIÉRCOLES			JUEVES			VIERNES			SÁBADO			DOMINGO		
	PERSONAS	cantidad	\$ VALOR	# PERSONAS	cantidad	\$ VALOR	# PERSONAS	cantidad	\$ VALOR	# PERSONAS	cantidad	\$ VALOR	# PERSONAS	cantidad	\$ VALOR	# PERSONAS	cantidad	\$ VALOR	# PERSONAS	cantidad	\$ VALOR
6	9	20	2,5	11	30	2,5	16	50	2,5	10	30	2,5	10	30	2,5	10	30	2,5	12	35	2,5
7	8	10	2,5	13	35	2,5	12	30	2,5	9	25	2,5	12	32	2,5	12	38	2,5	11	33	2,5
8	8	26	2,5	10	29	2,5	10	29	2,5	12	40	2,5	10	28	2,5	9	26	2,5	10	30	2,5
9	9	17	2,5	12	33	2,5	9	15	2,5	13	38	2,5	10	30	2,5	10	30	2,5	9	25	2,5
10	4	10	2,5	6	20	2,5	20	60	2,5	10	35	2,5	14	35	2,5	12	35	2,5	8	23	2,5
11	8	20	2,5	9	28	2,5	15	40	2,5	4	9	2,5	9	29	2,5	8	19	2,5	6	20	2,5
12	7	12	2,5	8	25	2,5	13	16	2,5	9	16	2,5	5	20	2,5	10	31	2,5	10	30	2,5
13	6	15	2,5	6	19	2,5	10	20	2,5	6	15	2,5	6	23	2,5	9	19	2,5	9	28	2,5
14	8	12	2,5	12	30	2,5	9	13	2,5	7	9	2,5	4	15	2,5	12	35	2,5	8	26	2,5
15	7	10	2,5	10	29	2,5	8	15	2,5	3	4	2,5	3	10	2,5	8	19	2,5	6	28	2,5
16	7	9	2,5	9	20	2,5	7	10	2,5	5	7	2,5	5	15	2,5	5	13	2,5	7	26	2,5
17	6	18	2,5	8	20	2,5	6	10	2,5	6	16	2,5	8	18	2,5	8	20	2,5	8	29	2,5
18	9	16	2,5	3	10	2,5	10	30	2,5	11	25	2,5	10	30	2,5	9	20	2,5	10	31	2,5
19	6	25	2,5	8	15	2,5	8	15	2,5	9	19	2,5	10	25	2,5	8	16	2,5	9	26	2,5
20	3	10	2,5	5	9	2,5	9	15	2,5	10	30	2,5	15	38	2,5	9	25	2,5	8	28	2,5
21	2	5	2,5	6	15	2,5	6	9	2,5	8	18	2,5	10	30	2,5	10	25	2,5	8	25	2,5
22	1	3	2,5	6	18	2,5	4	10	2,5	7	16	2,5	3	9	2,5	5	10	2,5	2	4	2,5
23	3	9	2,5	1	2	2,5	3	6	2,5	10	30	2,5	2	6	2,5	3	9	2,5	1	3	2,5
24	3	10	2,5	1	1	2,5	2	4													
TOTAL	114	442	1.105,00	144	388	\$ 360,00	177	397	442,50	149	382	\$ 372,50	146	423	\$ 365,00	157	420	\$ 392,50	142	450	\$ 355,00

Fuente: Fabrica de hielo  
 Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

#### 4.6.3 Presupuesto de gastos administrativos.

Los Gastos Administrativos comprenden suministros de oficina, suministro de computación, mantenimiento de maquinarias, servicios básicos y publicidad. En todo lo presupuestado da un total de \$25.780.

**CUADRO 9** Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS - FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>PROM. ANUAL</b>
<b>UTILES OFICINA</b>	
SUMINISTROS - OFICINA	\$360
SUMINISTROS - COMPUTACION	\$100
<b>VIARIOS</b>	
Mantenimiento de maquinarias	\$1.200
Servicios básicos (Agua, Luz, Teléf.)	\$24.000
Publicidad	\$120
<b>Total</b>	<b>\$25.780</b>

Fuente Gastos Administrativos

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

#### 4.6.4 Sueldo y salarios.

Para determinar el sueldo y salario de las personas que trabajarán en la fábrica se tomó en consideración al Gerente General, Contadora, Operadores y Guardia de seguridad lo que dio un total de \$ 2.780 entre todos.

**CUADRO 10** Sueldo y Salarios

N o.	PERSONAL	TOTAL		Mensual	IESS		XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	ANUAL
		PERSONAL			EMPLEADO	EMPLEADOR				
1	Dirección Financiera Administración									
	gerente general	1	400	38	45	800	800	33	4800	
	Contadora	1	340	32	38	340	340	28	4.080	
	operadores	4	1.360	129	152	340	340	113	16.320	
	Guardias de seguridad	2	680	64	76	340	340	57	8.160	
	Subtotal	8	2.780	225	265	1.020	1.020	198	33.360	
	<b>TOTAL Personal</b>	<b>8</b>	<b>2.780</b>	<b>225</b>	<b>265</b>	<b>1.020</b>	<b>1.020</b>	<b>198</b>	<b>33.360</b>	
	<b>Beneficio Sociales (27%)</b>		<b>3.531</b>						<b>42.367</b>	

Fuente: Costos Fijos de la fábrica de hielo

Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

#### 4.6.5 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que va a tener la fábrica esto es necesario para saber si se gana o se pierde.

**Los costos fijos**, son aquellos que independientemente del nivel de actividad que tuvo la fábrica van a tener que cancelar.

**CUADRO 11** Costos Fijos

COSTOS FIJOS					
	2014 Año 1	2015 Año 2	2016 Año 3	2017 Año 4	2018 Año 5
Nómina - Personal Administrativo	33.360,00	35.028,00	36.779,40	38.618,37	40.549,29
Beneficios Sociales (Nómina)	2.305,37	2.420,64	2.541,67	2.668,75	2.748,82
Gastos Administrativos (Varios)	28.560,00	29.988,00	31.487,40	33.061,77	34.714,86
Servicios Básicos	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>88.225,37</b>	<b>92.636,64</b>	<b>97.268,47</b>	<b>102.131,89</b>	<b>107.185,11</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>7.352,11</b>	<b>7.719,72</b>	<b>8.105,71</b>	<b>8.510,99</b>	<b>8.932,09</b>

Fuente: Costos Fijos  
Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**Costo variable**, son aquellos que van a variar dependiendo el nivel de producción son gestionables, además se van a producir siempre y cuando haya actividad diaria de hielo, mientras mas se produzca mas materia prima se utilizará. Está relacionado directamente con el volumen de ventas.

**CUADRO 12** Costo Variable

COSTOS VARIABLES					
	2014 Año 1	2015 Año 2	2016 Año 3	2017 Año 4	2018 Año 5
<b>TOTAL ANUAL</b>	768,00	783,36	799,03	807,02	815,09
<b>Gasto Mensual</b>	64,00	65,28	66,59	67,25	67,92

Fuente: Costo Variable de la fábrica de hielo  
Elaborado por: Silvia Vines Estrella

**Costo de venta**, permite recuperar todos los costos y todos los gastos además brindan un determinado margen deseado de utilidad.

El nivel de ventas del primer año para la fábrica es de: \$88.280.19

**CUADRO 13 Costo de Venta**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas Totales</b>	185.623,00	189.335	193.122	196.985	200.924
Costos Variables	1.020,00	1.020,40	1.040,81	1.061,62	1.082,86
Costos Fijos	33.360,00	35.028,00	36.779,40	38.618,37	40.549,29
Costos Totales	\$ 88.993,37	\$93.420,00	\$98.067,50	\$ 102.938,91	\$108.000,20
<b>PUNTO EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 88.280,19</b>	<b>\$ 92.694,20</b>	<b>\$ 97.328,91</b>	<b>\$ 102.194,73</b>	<b>\$107.250,41</b>

Fuente: Costo de Venta de la fábrica de hielo  
Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

#### 4.6.6 Pérdidas y ganancias.

La fábrica de hielo en el primer año tiene **\$83.746**, en el segundo año tiene utilidad de **\$82.543** en el tercer año tiene una utilidad de **\$83.522** y en el último año **\$83.608**.

**CUADRO 14 Pérdidas y Ganancias**

<b>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</b>					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Ingresos:</u>					
Producto o Servicio B y C	185.623,00	189.335	193.122	196.985	200.924
Subtotal Ingresos	185.623,00	189.335	193.122	196.985	200.924
Gran Total de Ingresos	1.236.779,23	1.261.514,81	1.286.745,11	1.312.480,01	1.338.729,61
<u>Costo de Venta</u>					

Producto o Servicio A	17.280,00	18.144,00	19.051,20	20.003,76	21.003,95
<b>Total Costo de venta</b>	17.280,00	18.144,00	19.051,20	20.003,76	21.003,95
<b>Utilidad Bruta US\$</b>	1.219.499,23	1.243.370,81	1.267.693,91	1.292.476,25	1.317.725,66
<b><u>Gastos Administrativos:</u></b>					
Gastos en Personal	2.305,37	2.420,64	2.541,67	2.668,75	2.748,82
Gastos en Servicio básicos	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
Gastos en Publicidad	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Gastos de Depreciaciones		1.800,00	585,00	585,00	360,00
<b>Gastos Acondicionamiento/ Mantenimiento</b>	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Otros gastos Administrativos	28.560,00	29.988,00	31.487,40	33.061,77	34.714,86
<b>Total Gastos</b>	56.185,37	60.734,64	62.406,37	65.437,44	68.341,69
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>73.465,37</b>	<b>78.878,64</b>	<b>81.457,57</b>	<b>85.441,20</b>	<b>89.345,63</b>
Utilidad de Operación	<b>112.157,63</b>	<b>110.456,36</b>	<b>111.664,43</b>	<b>111.543,80</b>	<b>111.578,37</b>
<b><u>Gastos Financieros:</u></b>					
Interés Préstamo C/P	496	399,25	301,29	202,1	101,68
Utilidad antes/Impto.	111.662	110.057	111.363	111.342	111.477
Impuesto a la Renta	27.869	27.869	27.869	27.869	27.869
<b>Utilidad líquida después de Impto. US\$</b>	<b>83.746</b>	<b>82.543</b>	<b>83.522</b>	<b>83.506</b>	<b>83.608</b>
Utilidad Acumulada	<b>83.746</b>	<b>82.543</b>	<b>83.522</b>	<b>83.506</b>	<b>83.608</b>
Total Productos o Servicios	1	1	1	1	1
<b>Costos Promedios</b>	<b>73.465,37</b>	<b>78.878,64</b>	<b>81.457,57</b>	<b>85.441,20</b>	<b>89.345,63</b>

Fuente: Pérdidas y Ganancias  
Elaborado por: Silvia Vines Estrella

#### 4.6.7 Flujo de caja.

El flujo de caja es una herramienta que permite proyectar los ingresos y los gastos y obtener la liquidez objetiva de la empresa para cumplir los pagos. Es importante indicar que las amortizaciones y las depreciaciones son cargos contables pero no son gastos efectivos por lo tanto no se consideran salida.

**CUADRO 15** Flujo de caja proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS (Q)		185.623,00	189.335	193.122	196.985	200.924
Costos Variables		1.020,00	1.020,40	1.040,81	1.061,62	1.082,86
VENTAS (\$)		184.623,00	188.315,06	192.081,36	195.922,99	199.841,45
Costos Fijos(nomina de personal)		33.360,00	35.028,00	36.779,40	38.618,37	40.549,29
Materia Prima Directa e Indirecta	1.000,00	21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
Suministro de oficina		1.614,00	1.646,28	1.679,21	1.712,79	1.747,05
servicio básico		24.000,00	24.480,00	24.969,60	25.468,99	25.978,37
costo de venta		17.280,00	18.144,00	19.051,20	20.003,76	21.003,95
Publicidad		300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
gasto administrativo		28.560,00	29.988,00	31.487,40	33.061,77	34.714,86
beneficio social		2.305,00	2.420,25	2.541,26	2.668,33	2.748,38
Intereses Bancarios		496,00	399,25	301,29	202,10	101,68
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		55.108,00	53.226,28	51.151,97	48.873,09	46.430,76
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJO		8.266,20	7.983,94	7.672,80	7.330,96	6.964,61
UTIL ANT DE IMPTO. A LA RNTA		46.841,80	45.242,34	43.479,18	41.542,12	39.466,15
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		10.773,61	10.405,74	10.000,21	9.554,69	9.077,21
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		36.068,19	34.836,60	33.478,97	31.987,44	30.388,94
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		36.068,19	34.836,60	33.478,97	31.987,44	30.388,94
PRESTAMO	39.680,00					
FLUJO DE CAJA LIBRE	-	36.068,19	34.836,60	33.478,97	31.987,44	30.388,94
Amortización de Créditos		8966,68	8966,68	8966,68	8966,68	8966,68
<b>CASH FLOW TOTAL</b>	- 39.680,00	27.101,51	25.869,92	24.512,29	23.020,76	21.422,26

Fuente: Flujo de caja proyectado  
 Elaborado por: Silvia Vincés Estrella

#### 4.6.8 Evaluación financiera.

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

Permite medir la rentabilidad de la empresa después de haber recuperado la inversión realizada. Si el van es mayor a cero mostrará lo que el empresario ganara después de haber recuperado la inversión, si es igual a cero quiere decir que se recuperó el capital invertido, pero si es negativo muestra la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión.

El VAN del proyecto es de \$44.096,22 lo cual nos dio positivo por lo tanto es rentable.

**CUADRO 16** Indicadores de rentabilidad

<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	
<b>Año</b>	<b>Flujo Neto Disponible</b>
Año 0	39.680,00
Año 1	27.101,51
Año 2	25.869,92
Año 3	24.512,29
Año 4	23.020,76
Año 5	21.422,26
Van	44.096,22
Tir	59%

**Fuente:** Indicadores de rentabilidad  
**Elaborado por:** Silvia Vines Estrella

**f 1** = años

**i** = tasa de interés

**Io** = inversión inicial

$$VAN = \frac{Año\ 1}{(1+i)^{n1}} + \frac{Año\ 2}{(1+i)^{n2}} + \frac{Año\ 3}{(1+i)^{n2}} + \frac{Año\ 4}{(1+i)^{n2}} + \frac{Año\ 5}{(1+i)^{n2}} - Io$$

$$VAN = \frac{27.101,51}{(1 + 0.10)^1} + \frac{25.869,92}{(1 + 0.10)^2} + \frac{670.204}{(1 + 0.10)^3} + \frac{24.512,29}{(1 + 0.10)^4} + \frac{21.422,26}{(1 + 0.10)^5} - 39.680,00$$

$$VAN = \$2.418.470,67$$

### TIR (Tasa Interna De Retorno).

El TIR nos quiere decir cuál es la rentabilidad de cada dólar invertido en el proyecto, además da en valor en porcentajes esta es la tasa exigible que hace que el van sea cero, se obtuvo una TIR de 59% que se obtuvo del flujo de caja con esto queda demostrado que el proyecto es rentable ya que el porcentaje obtenido es mayor a la exigida.

$$TIR > TD$$

$$59\% > 15\%$$

$$\frac{Año 1}{(1 + i)^{n1}} + \frac{Año 2}{(1 + i)^{n2}} + \frac{Año 3}{(1 + i)^{n2}} + \frac{Año 4}{(1 + i)^{n2}} + \frac{Año 5}{(1 + i)^{n2}} - I_0$$

$$\frac{27.101,51}{(1 + i)^1} + \frac{25.869,92}{(1 + i)^2} + \frac{670.204}{(1 + i)^3} + \frac{24.512,29}{(1 + i)^4} + \frac{21.422,26}{(1 + i)^5} - 39.680,00 = 0$$

## 4.7 MARKETING.

### 4.7.1 La publicidad.

- ✚ Difundir propagandas en medios: La fábrica destinará un valor para realizar la publicidad mediante medios locales, para dar a conocer los productos que se están ofreciendo.

**FIGURA 3.** Propagandas en medios



Fuente: Internet

Elaborado por: Silvia Vinces Estrella

- ✚ Colocar letrero: Es muy importante la colocación de un letrero en la fábrica ya que esto será una guía para los clientes el cual tendrá luces de colores para que en las noches sea muy luminoso.

**FIGURA 4** Letrero



Fuente: Letrero

Elaborado por: Silvia Vinces Estrella

- ✚ Volante: Se distribuirá volantes en Posorja, Playas y las zonas aledañas para indicar los productos que se están fabricando.

**FIGURA 5** Volante



Fuente: Volante

Elaborado por: Silvia Vinces Estrella

#### 4.7.2 Marca.

La marca para una empresa es importante porque es un instrumento de identificación, esto permitirá diferenciar el producto de la competencia.

**FIGURA 6** Marca



Fuente: Marca  
Elaborado por: Silvia Vinces Estrella

La marca describe las iniciales de la fábrica de hielo “Los Ceibos”, identifica la actividad que realiza y especifica la comercialización del nuevo producto que se desea distribuir, con el eslogan involucran a los comerciantes para que elijan el hielo que produce la fábrica.

### 4.8 DIRECCIÓN.

#### 4.8.1 Liderazgo.

El empresario de hoy tiene que estar fuera de su organización para tratar de hacer un proceso previo para poder lograr hacerlo. Los niveles de competitividad se han aumentado ya que se compiten en precio, calidad, servicio, es muy importante que el empresario se conozca el mismo y que tenga vocación para el campo al cual se desempeña y desarrollar su liderazgo para manejar su empresa, obtener un bienestar y lo que su grupo de interés lo que se pretende desarrollar con este plan.

- ✚ Conocer al personal y al negocio: Lo importante es conocer bien a las personas con quien se labora conocer cuáles son sus habilidades y sus fortalezas que herramientas necesitan para que ellos crezcan, conocer bien el negocio la área donde se desenvuelven para saber qué es lo que se espera y ayudar a que la empresa mejore.
  
- ✚ Ser insistente en la realidad: Todo líder tiene que tener sus metas claras para poder enfocarse en lo que es realmente importante para la empresa y comunicárselo al personal.
  
- ✚ Metas claras y las prioridades: Para ser un buen líder hay que darle una dirección clara al personal para que entiendan cuales son las metas y cuáles son las prioridades que se tienen que se tiene hacer para que esas metas sucedan.

#### 4.8.2 Servicio al cliente.

El servicio es una ventaja competitiva permite a las empresas a diferenciarse en el mercado en muchas empresas los directivos no son conscientes de la importancia de servicio al cliente este servicio permite dar una imagen comparativa con otras empresas que ofrecen lo mismo productos o servicios. En la fábrica se van a implementar un modelo en el cual se va a aplicar para que la atención al momento de que el cliente visite la fábrica los trabajadores lo apliquen para que puedan servir mejor al cliente este es el modelo A.P.R.A.

Amabilidad. Un cliente siempre busca la amabilidad del vendedor, que el pedido sea puntual, y sobre todo que lo atiendan con respeto y educación y que se conecte con las necesidades del cliente y con esto tener la satisfacción de haberlo atendido bien.

**Proactividad:** Lo que se pretende es que las personas que laboran en la fábrica aprendan ir más allá de lo que dice su contrato de trabajo, tienen que aprender que satisfacer al cliente no es solo venderle algo, es también que los clientes tengan presente la atención que se les ha brindado .

**Recursividad:** La recursividad es parte del engranaje perfecto del negocio este permite atender mucho mejor al cliente, esto no sería importante si no hubiera la oportunidad de la atención, esto tiene que ver con la agilidad, un negocio siempre gana cuando la atención es buena y lo hacen mucho más rápido del tiempo esperado.

**Agilidad:** Lo importante en un negocio es la agilidad que se entregue el pedido a tiempo, en muchas ocasiones los clientes hacen su pedido tardan en entregarlo y a ellos no les gusta esperar y anulan su compra, lo que se quiere es que los trabajadores sean activos, ágiles en la entrega y que el pedido sea puntual.

## **4.9 CALIDAD.**

### 4.9.1 Competitividad empresarial.

Para mejorar la competitividad de la empresa es importante la innovación, tradicionalmente la pequeña y mediana empresa no tiene la idea de cómo enfrentar a la competencia, para saber si una innovación es exitosa no es la originalidad, ni el grado de tecnología si no el éxito en el mercado.

Las claves que se tiene que tener en cuenta en la empresa es:

- ✚ Identificar las diferentes fases de la innovación actuar sobre los procesos y el modelo de negocio.

- ✚ Alinear los objetivos, los presupuestos de la organización y los indicadores claves del negocio.
- ✚ Organizarse para innovar.
- ✚ Vigilancia competitiva elaborando un sistema organizado de evaluación y de análisis
- ✚ Crear cultura innovadora, aceptando el error como oportunidad de aprendizaje.
- ✚ Gestión de conocimientos, como herramienta importante del aprendizaje.
- ✚ Colaboración e intercambio, establecer alianzas y redes que amplíen la posibilidad de implementar la nueva innovación.

#### 4.9.2 Comunicación.

La comunicación empresarial en una empresa es importante ya que la persona encargada de algún departamento dará información necesaria para alguna tarea pero si no es bien explicada estará mal la tarea que se asigne es importante que el personal tenga una capacitación dentro de la organización, permite que las personas tengan mayor conocimiento y puedan generar ideas dentro de la empresa, dentro de las competencias básicas de un líder no solamente esta las tomas de decisiones, desarrollo de personas de las organizaciones, la comunicación de dirigir a otras personas.

Una buena comunicación con los empleados es importante para que todo funcione muy bien ya que si él no plantea bien las ideas y no confía en su subalterno y tiene buena comunicación no podrá tener a una persona responsable que mantenga al negocio en buen funcionamiento cuando él no esté presente.

Un empresario auténtico es cuando su comunicación es creíble y la otra persona lo percibe ya que ser comunicador no es hablar mucho si no saber escuchar y saber hablar para tener una comunicación clara.

#### 4.9.3 Capacitación empresarial.

El medio más económico para que la empresa se diferencie de las demás y aumente las ventas es el **servicio al cliente**.

Un cliente satisfecho de la atención recibida recomienda a la empresa a un mínimo de 5 personas, pero un cliente inconforme hablara mal de la empresa por lo menos a 10 personas.

#### **Programa de capacitación en servicio al cliente.**

✚ **Tema a tratar:** Servicio al cliente

✚ **Beneficiarios:** Personal que labora en la fábrica de hielo “Los Ceibos”

✚ **Localización geográfica:** Data de Villamil, Barrio “Corazón de Jesús”

✚ **Tiempo de duración:** 2 horas. **Receso** 15 minutos

#### **Descripción:**

✚ Servicio al cliente.

La capacitación será para el personal con el fin que aprenda una nueva filosofía de servicio al cliente. Se le proporcionara técnicas para mejorar la atención y se les motivara para que las utilicen diariamente.

✚ Objetivo de la capacitación.

Crear conciencia sobre la importancia que es el cliente para una empresa, buscando la excelencia en la atención al cliente.

Objetivo específico de la capacitación.

Promover que los participantes tengan conciencia de la importancia que es atender al cliente con profesionalismo y que den a conocer la calidad de producto que brinda la empresa.

✚ Ayudar a la preparación del personal para que sea calificado

✚ Ayudar a que el personal se sienta identificado con la empresa y mejore la atención a sus clientes.

✚ Para que conozcan las herramientas para una atención eficiente para lograr atraer más clientes.

La capacitación es en sí es un proceso de aprendizaje con la nueva línea que desea comercializar va a ser necesaria la capacitación a sus trabajadores porque va a tener mayor acogida y por lo tanto van a hacer más clientes que tendrán que atender.

La capacitación es una inversión que se realiza ya que estaría siendo un aporte para el beneficio de la empresa, además es vital para una empresa ya sea grande o pequeña, es necesaria que los empleados tengan una actualización de información que será de vital importancia para las labores cotidianas.

## **Plan de acción**

En la empresa hay que especificar cómo se quiere ingresar al mercado en primera opción se tiene que diferenciar el precio de la competencia, se puede hacer la disminución de costo de la materia prima, lo importante es que el producto que se está comercializando sea mucho mejor que el que brinda las otras empresas, por lo tanto en el sistema de servicio tiene que tener diferenciaciones es decir tener una propuesta que permita a que el comprador pueda definirse por un producto.

Este plan se desarrollo después de diagnosticar el problema u oportunidades en el mercado se tuvo que elaborar un plan de acción.

El plan de acción es diseñar o construir un plano o un puente que lleve de una situación actual en donde están los problemas u oportunidades a una situación deseada que es donde se encuentra la meta.

Un plan de acción consta de:

1. **Objetivo general:** no se puede iniciar un plan si no sabemos lo que queremos lograr con él, ni en cuanto tiempo.
2. **Objetivo específico:** establece la forma de contribuir para alcanzar el objetivo general.
3. **Área de enfoque:** esta es la estrategia que se desea desarrollar.
4. **Acciones específicas:** son las tácticas para poder lograr esas estrategias.

5. Responsables y tiempos: determina los responsables y el tiempo que serán realizadas estas estrategias.

### **Beneficios**

Incrementar la eficiencia y la competitividad entre los beneficios tenemos:

- ✚ Organizar
- ✚ Priorizar
- ✚ Ejecutar
- ✚ Evaluar
- ✚ Dar seguimiento.

Esto permitirá corregir situaciones que repercuten en situaciones de la eficiencia y competitividad, un plan de acción es un documento gerencial para lograr los propósitos a nivel empresarial.

**CUADRO 17** Plan de acción

<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>Actividad</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Recursos</b>	<b>Lugar</b>	<b>Año</b>	<b>Observación</b>
Lograr el reconocimiento de la fábrica por la calidad del producto que se les ofrece a los clientes.	Promocionar la nueva línea producto que se está ofreciendo.  Analizar la misión y visión de la fábrica Diseñar una marca, logotipo para la fábrica.	Realizar anuncios publicitarios en medios locales.  Reconocimiento del producto y de la fábrica a medios locales.	\$120,00	Recinto data de Villamil, Fábrica de hielo	2015	Las personas mostraron interés en la aplicación de la actividad, notándose el grado de desconocimiento de lo nuevo de la fábrica.
Capacitar al personal de la empresa	Realizar curso de atención al cliente.	Satisfacer al cliente actual y potencial.	\$ 100,00	Recinto data de Villamil ,Fábrica de hielo	2015	Es muy necesaria ya que las personas que laboran en la fábrica no cuentan con capacitaciones recibidas.
Incentivar al cliente para la compra.	Crear descuentos de acuerdo a las compras realizadas.	Idealización de los clientes.	\$ 100,00	Recinto data de Villamil, Fábrica de hielo	2015	Es necesario la implementación de estrategias de ventas

**Fuente:** Plan de acción

**Elaborado por:** Silvia Vincés Estrella

## CONCLUSIONES.

Una vez realizado el presente plan de negocio se establecen las siguientes conclusiones:

- ✚ A través del estudio de mercado desarrollado se ha demostrado que el plan de negocio para la fábrica de hielo “Los Ceibos” tiene mucha aceptación por los clientes. Lo cual se estableció como será la distribución del hielo en los puntos de ventas.
  
- ✚ Se detalló cómo será la producción de hielo y que estrategias se van a implementar para mejorar la comercialización en la fábrica de hielo “Los Ceibos”.
  
- ✚ La organización planteada para la fábrica ayudó a mejorar la identificación de los puestos que tendrá la fabrica esto permitió que los trabajadores se identifiquen más con su trabajo. De igual forma se estableció la visión, misión y la marca de la empresa.
  
- ✚ Dentro de la parte financiero se identificó la inversión que se tiene que realizar para la compra de las maquinarias y cuál va a ser el presupuesto de los gastos, dentro del flujo de caja se determinó el ingreso que se va a tener cada año determinando que la inversión se recuperó en el primer año, por lo tanto el proyecto se considera rentable.
  
- ✚ La dirección estratégica que se estableció permitirá que la fábrica mejore, esto estará apoyado de un buen liderazgo empresarial, que sea competitivo, para que al momento de que el cliente llegue a la fábrica exista una buena comunicación, para que exista agilidad en la entregar el producto.

## RECOMENDACIONES.

Las recomendaciones para el presente proyecto son las siguientes:

- ✚ Capacitar a los operarios, ya que con la compra de maquinarias, se tiene que realizar un curso para enseñar al personal el uso correcto de las mismas. Realizar campañas publicitarias donde se dé a conocer el hielo en escamas, entregar volantes y realizar anuncios en los medios de comunicación para que el consumidor se aliente a comprar y volverse clientes de la fábrica.
- ✚ Se recomienda que la fábrica aplique cada una de las direcciones estratégicas para mejorar la atención al cliente, esto permitirá mejorar las ventas para una comercialización de los productos existentes.
- ✚ Es recomendable tener una marca para que se identifique con la competencia esto permitirá que el cliente se sienta identificado con la empresa, para alcanzar este objetivo es necesario que los departamentos se comprometan con los mismos, además es necesario mejorar aspectos como señalización
- ✚ Es necesario efectuar evaluación periódica de la calidad del hielo y atención al cliente, con la finalidad de mejorar continuamente para que la empresa sea superior que la competencia.
- ✚ Realizar investigaciones de mercado regularmente para saber qué es lo que la competencia está planeando ya que ellos ofrecen lo mismo y tienen que estar pendientes de no perder clientes.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Abascal Elena, Grande Ildefonso Esteban Análisis de encuestas España (2005).
- Alvarez Torres Martin G. Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos México (2006).
- Aumatell Cristina Soy i, Auditoría de la información: análisis de la información generada en la empresa primera edición, España (2003).
- Acevedo Ibáñez Alba Florencia, A. López Martín El proceso de la entrevista: conceptos y modelos (1988).
- Arias Fidias G. El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta edición, febrero (2006) caracas – Venezuela
- Batey, significado de la marca, El: Cómo y por qué ponemos sentido a productos, Buenos Aires (2003).
- Blaxter Lorraine , Hugues Christina, Tight Malcolm Cómo se investiga, España (2008).
- Briseño Ramírez Hugo Indicadores Financieros México (2006).
- C. Solorio Financiación de la seguridad social 1ra edición Italia (2001).
- Cabrerizo Dumont María del Mar, Naveros Arrabal José Antonio , Plan de Negocio, España (2009).

Cabrerizo Dumont María del Mar, Naveros Arrabal José Antonio , Plan de Negocio, España (2009).

Cegarra Sánchez José que es metodología de investigación, Madrid (2004).

Coss Bu Raúl, Análisis y evaluación de proyectos de inversión, 2da edición México (2005).

Charles T. Horngren, George Foster, Srikant M. Datar Contabilidad de costos: un enfoque gerencial, decimosegunda edición, México (2007).

Charles T. Horngren, Walter T. Harrison, contabilidad, 5ta edición México (2003).

Editorial Vértice, Dirección estratégica. España (2008).

Editorial Vértice. Distribución comercial España (2008).

Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina. Barcelona- España. (2006).

Estupiñán Gaitán Orlando, Análisis financiero y de gestión, segunda edición, (2006).

Fernández-Ríos Manuel Análisis y descripción de puestos de trabajo: teoría, métodos y ejercicios, España (1995).

Fernández Nogales Ángel, Investigación y técnicas de mercado, España (2004).

Ferraz Martínez Antonio. El lenguaje de la publicidad, España (2004).

Fernández Espinoza Saúl Inversiones del Proyecto del Libro “Los proyectos de Inversión, costa rica (2007).

Fuentelsaz Gallego Carmen, Icart Isern M. Teresa, Pulpón Segura Anna M.

Galindo Ruíz Carlos Julio Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocios Bogotá (2006).

García Santiago. Echevarría Introducción a la economía de la empresa Madrid (1994).

Gitman Lawrence J., Núñez Ramos Elisa, Principios de administración financiera, México (2003).

Leiva Bonilla Juan Carlos, Los emprendedores y la creación de empresas, 1era edición costa rica (2007).

M. Enrique Ana, Madroñero M. Gabriela, Mora francisca I, la planificación de la comunicación empresaria. España (2008).

M. Kouzes, Barry Z. Posner El Taller El Desafío Del Liderazgo, san francisco (2006).

Martínez Carrasco Rafael Domingo Manual de Contabilidad para Pymes, España (2009).

Méndez Rodríguez Alejandro. La investigación en la era de la información México (2008).

Muller Max Fundamentos de administración de inventarios Colombia (2004).

Orozco Hernández, Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos  
5ta edición, costa rica (2007).

Paz Couso Renata Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente, 1ra edición España (2001).

Pérez Pérez Marta, Manual de dirección de operaciones: Decisiones estratégicas España (2003).

Pinkas Flint Blanck tratado de defensa de la libre competencia: estudio exegético del D. 1era edición, Perú (2002).

Ponce Agustín, R. Agustín, Reyes Ponce. Administración de personal, Volumen 2 México (2004).

Rodríguez Moguel Ernesto A.. Metodología de investigación México (2005).

Rodríguez Ricardo Horacio. Comercialización con Canales de Distribución  
1era edición (2009).

Silíceo Alfonso, Capacitación y desarrollo de personal México (2006).

Silíceo Alfonso Capacitación y desarrollo de personal México (2004).

Suñe Torrents Albert, Gil Vilda, Ignasi Arcusa Francisco. Manual práctico de diseño de sistemas productivos Madrid- España (2004).

Toro Jaramillo Iván Darío, Parra Ramírez Rubén Darío Método y conocimiento: metodología de la investigación: Colombia (2006).

Weinberger Villarán Karen, plan de negocio herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio, Perú (2009).

## ANEXO 1. CARTA AVAL.

Playas, 20/10/2014

Señores:

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Ciudad:

Estimados señores:

Por medio de este presente autorizo a la Sra. Silvia Alexandra Vinces Estrella proveer toda la información que ella necesite para la elaboración de su tesis **PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO "LOS CEIBOS" UBICADO EN EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, la misma que es de mi propiedad.**

Reitero que proporcionare toda la información que necesite para presentar el presente proyecto.

  
Atentamente  
Humberto Lopez Toledo  
C.I.0902198399

## ANEXO 2. MODELO DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

Encuesta para personas que compran continuamente el hielo en la fábrica.

**TÍTULO:** PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO LOS CEIBOS UBICADO EN EL RECINTO DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014

**Objetivo:** obtener información significativa para que la empresa mejore sus ventas.

**1) ¿Compra usted en la fábrica de hielo los ceibos?**

Si   
No

**2) ¿Le gustaría que la fábrica amplié su variedad de productos existentes?**

Definitivamente si   
Definitivamente no   
Imparcial

**3) ¿Qué es lo que más le agrada al momento de comprar el hielo en la fábrica?**

- Precio
- Limpieza del lugar
- Calidad del producto

**4) ¿Con que frecuencia compra el hielo?**

- Diario
- Semanal
- Mensual

**5) ¿Cuánto hielo consume en la semana?**

- 20 Marquetas
- 30 Marquetas
- Mas

**6) ¿Usted para qué compra el hielo?**

- Para congelar bebidas
- Para congelar mariscos
- Otros

**7) ¿Le gustaría que la fabrica amplié sus instalaciones?**

- Definitivamente si
- Definitivamente no
- Imparcial

**8) ¿Le gustaría que la fábrica venda hielo en escarcha?**

- Definitivamente si
- Definitivamente no
- Imparcial

**9) ¿Del siguiente listado de tipos de hielo marque aquellas opciones de los que Ud. Le gustaría para la conservación de su producto?**

Hielo en bloques

Hielo en funda

Hielo en escarcha

**10) ¿Si la fabrica vendiera hielo en escarcha que tamaño le gustaría?**

1 a 10mm

10 a 20mm

20 a 30mm

**ANEXO 3.MODELO DE ENTREVISTA**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**Entrevista dirigida al personal de la fábrica de hielo**

**TITULO:** PLAN DE NEGOCIO PARA LA FÁBRICA DE HIELO LOS CEIBOS UBICADO EN EL RECINTO DE VILLAMIL PERTENECIENTE AL CANTÓN PLAYAS PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014

La información que usted proporcionará es confidencial y será utilizada con fines de investigación académica.

**✚ ¿Qué opina sobre las nuevas estrategias de comercialización que se desean implementar en la fábrica?**

-----  
-----  
-----

**✚ ¿Cuál es la posición competitiva de la empresa en la prestación de los servicios?**

-----  
-----

**✚ ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un plan de negocio para mejorar la productividad de la empresa?**

---

---

---

**✚ ¿Será dispensable tener buena relación dentro de la empresa para mejorar el ambiente laboral?**

---

---

---

**✚ ¿De su opinión sobre liderazgo en una empresa?**

---

---

---

**✚ ¿Se comunica a la organización la importancia de satisfacer las necesidades del cliente y llevar en cuenta cada uno de sus procesos?**

---

---

**✚ ¿De su opinión sobre la organización empresarial?**

---

---

---

#### ANEXO 4 GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS - FIJOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>PROM MENSUAL</b>	<b>PROM ANUAL</b>
<b>UTILES OFICINA</b>		
1 SUMINISTROS - OFICINA	60	360
3 SUMINISTROS - COMPUTACION	100	100
<b>VARIOS</b>		
1 Mantenimiento de maquinarias	200	1.200
2 SERVICIOS BASICOS (Agua, Luz, Teléf.)	2.000	24.000
publicidad	20	120
	<b>2.380</b>	<b>25.780</b>

#### ANEXO 5 PUNTO DE EQUILIBRIO

<b>CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS</b>					
	2012 Año 1	2013 Año 2	2014 Año 3	2015 Año 4	2016 Año 5
Ventas Totales	1.236.779,23	1.261.514,81	1.286.745,11	1.312.480,01	1.338.729,61
(-) Costo Variable	768,00	783,36	799,03	807,02	815,09
% Contribución marginal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 - % C Mg	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Costos fijos	88.225,37	92.636,64	97.268,47	102.131,89	107.185,11
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES</b>	<b>88.280,19</b>	<b>92.694,20</b>	<b>97.328,91</b>	<b>102.194,73</b>	<b>107.250,41</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES MENSUAL</b>	<b>7.356,68</b>	<b>7.724,52</b>	<b>8.110,74</b>	<b>8.516,23</b>	<b>8.937,53</b>

<b>INGRESOS TOTALES</b>					
	2014 Año 1	2015 Año 2	2016 Año 3	2017 Año 4	2018 Año 5
<b>TOTAL</b>	<b>1.236.779,23</b>	<b>1.261.514,81</b>	<b>1.286.745,11</b>	<b>1.312.480,01</b>	<b>1.338.729,61</b>

<b>Costos fijos</b>	
Precio de Venta	2.50
(-) Costo Variable	2,00
(=) Contribución marginal	0.50
Costos fijos	768,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL</b>	<b>1536</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL</b>	<b>128</b>

### ANEXO 6 AMORTIZACIÓN BANCARIA

Amortización de Deuda				
Monto	\$ 39.680,00	\$ 8.236,06		
Interés	1,25%			
Tiempo (años)	5			
N° de Cuotas	Cuotas	Interés	Abono Capital	Saldos
0				\$ 39.680,00
1	\$ 8.236,06	496,00	\$ 7.740,06	\$ 31.939,94
2	\$ 8.236,06	399,25	\$ 7.836,82	\$ 24.103,12
3	\$ 8.236,06	301,29	\$ 7.934,78	\$ 16.168,34
4	\$ 8.236,06	202,10	\$ 8.033,96	\$ 8.134,38
5	\$ 8.236,06	101,68	\$ 8.134,38	(\$ 0,00)
Totales	<b>\$ 41.180,32</b>	<b>1.500,32</b>	<b>\$ 39.680,00</b>	

## ANEXO 7 MAPA DE DATA DE VILLAMIL



FUENTE: Mapa Satelital

## ANEXO 8 FOTO DE LA FÁBRICA



FUENTE: Silvia Vines Estrella