



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
HELADERÍA EN EL SECTOR DEL CONDADO, UBICADO AL NORTE DE
QUITO”**

**PROYECTO DE PLAN DE NEGOCIO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

WENDY KAROLA MORALES BUITRÓN

TUTOR:

MSC. NOEMY SANDOVAL

D.M. QUITO, 15 DE SEPTIEMBRE 2021

DEDICATORIA

A lo largo de mi vida he palpado todo el sacrificio que mis padres, han realizado por mí y mis hermanos, considero que es muy oportuno dedicar el desarrollo de este proyecto a mis padres, por todo el sacrificio, amor y trabajo en todos estos años, gracias a toda su entrega he podido llegar hasta aquí. Soy muy afortunada de contar con dos seres únicos como mis padres, Mónica y Gonzalo me siento muy orgullosa de ser su hija, sepan ustedes que son los mejores padres y una y mil veces los volvería a elegir.

Además, quiero dedicar este proyecto a mis hermanos por todo su apoyo y confianza depositada en mí, Geovana, Juan Carlos y Francisco por siempre estar presentes, siempre tengo muy en cuenta todos sus consejos y motivaciones que aportan en mi vida.

Y muy especialmente, deseo dedicar este proyecto a tres personas muy importantes en mi vida, Josué, Mayte y Adrianita, mis tres sobrinos, a pesar de su corta edad siempre logran enseñarme cosas nuevas día a día, ustedes siempre son mi fuente de inspiración, siempre recibo con mucho cariño todas sus palabras y sus muestras de amor.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por ser el creador de la vida, por concederme la salud, capacidad, inteligencia, aptitudes y la perseverancia para llegar hasta aquí.

Quiero agradecer al Instituto Tecnológico Internacional Universitario, quien me abrió las puertas y me brindó la oportunidad de formarme en el ámbito profesional y personal.

Se me ha concedido uno de los regalos más especiales en la vida, que es mi maravillosa familia, mis padres, hermanos y mis sobrinos, quienes han creído en mí siempre, un agradecimiento muy profundo por ser mi apoyo incondicional. Especialmente agradezco a los dos seres que me dieron la vida, mis padres, gracias por toda su entrega y dedicación para mi formación y por haber hecho de mí, una gran mujer llena de valores y principios.

Un agradecimiento muy especial a mi tutora de tesis, MSc. Noemy Sandoval, quien estuvo siempre pendiente, apoyando, direccionando y guiando en todo el proceso de desarrollo de mi proyecto, gracias por compartir sus conocimientos y reforzar los míos, considero que esta guía fue muy importante y una acción enriquecedora.

Quiero agradecer a mi coordinador de carrera, MSc. Christian Carvajal, quien fue una de las personas clave en el transcurso de mis estudios, gracias a la guía y ayuda en todo el proceso académico, es una de las personas que siempre estuvo motivando y orientando para continuar estudiando.

Y, por último, agradezco infinitamente a cada uno de los docentes, por toda la predisposición y las ganas de compartir sus conocimientos a lo largo de toda la carrera, personas de gran sabiduría quienes aportaron a mi formación académica y personal.

AUTORÍA

Yo, Wendy Karola Morales Buitrón autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Wendy Karola Morales Buitrón

D.M. Quito, 15 de septiembre del 2021

MSc Noemy Sandoval.

Tutora de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc Noemy Sandoval.

D.M. Quito, 15 de septiembre del 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La **MSc. Noemy Sandoval** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y la Srta. Wendy Karola Morales Buitrón por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - La Srta. Wendy Karola Morales Buitrón realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la implementación de una heladería en el sector del Condado, ubicado al norte de Quito.”** para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc Noemy Sandoval**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Noemy Sandoval** en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Srta. Wendy Karola Morales Buitrón., como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la implementación de una heladería en el sector del Condado, ubicado al norte de Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSc Noemy Sandoval

Wendy Karola Morales Buitrón

D.M. Quito, 15 de septiembre del 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	ii
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN.....	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	15
2.1 Creación de la empresa.....	15
2.2 Descripción de la empresa	15
2.2.1 Importancia.	15
2.2.2 Características.	16
2.2.3 Actividad.....	16
2.3 Tamaño de la empresa.....	16
2.4 Necesidades que satisfacer.	17
2.4.1 Necesidad Fisiológica.	17
2.4.2 Necesidad de Seguridad.	18
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.	18
2.4.4 Necesidad de Autorrealización.	18
2.5 Localización de la empresa.....	18
2.6 Filosofía empresarial.	19
2.6.1 Misión.....	19
2.6.2 Visión.	19
2.6.3 Objetivos.	20
2.6.4 Meta.	20
2.6.5 Estrategias.	20
2.6.6 Políticas.	20
2.6.7 FODA.....	21
2.7 Desarrollo organizacional.....	22
2.7.1 Tipo de Estructura.	22
2.7.2 Formalización.	23

2.7.3 Centralización – Descentralización.....	23
2.7.4 Integración.	23
2.8 Organigrama empresarial.....	24
2.9 Funciones del personal.....	25
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	31
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	31
3.2 Investigación de mercado	31
3.2.1 Modalidad.	31
3.3 Plan de Muestreo	32
3.4 Análisis de las encuestas	33
Pregunta 1.	33
Pregunta 2.	34
Pregunta 3.	35
Pregunta 4.	36
Pregunta 5.	37
Pregunta 6.	38
Pregunta 7.	39
Pregunta 8.	40
Pregunta 9.	41
Pregunta 10.	42
3.5 Entorno empresarial.....	43
3.5.1 Microentorno.	43
3.5.2 Macroentorno.	46
3.6 Producto y servicio.....	48
3.6.1 Producto Esencial.	48
3.6.2 Producto real.....	49
3.6.3 Características.	49
3.6.4 Calidad.....	49
3.6.5 Estilo.....	50
3.7 Marca.	50
3.7.1 Producto aumentado.	50
3.8 Plan de introducción al mercado	51
3.8.1 Distintivos y Uniformes	51
3.8.2 Materiales de identificación.....	54

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas	58
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio	59
3.9 Fijación de Precios.....	60
3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.....	60
3.10 Implementación del negocio.....	62
• Arriendo del local.....	62
• Equipos industriales.	62
• Equipos de computación.	62
• Muebles y enseres.	63
• Servicios básicos.	64
• Materiales de limpieza.	65
3.11 Estudio arquitectónico.	65
3.11.1 Estructura interna del establecimiento.....	66
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	67
Servicio de Rentas Internas / SRI.....	67
Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria / ARCSA	67
Patente Municipal	68
Permiso de bomberos	68
LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ).....	69
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)	70
IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)	70
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	72
5.1 Objetivo de área	72
5.2 Impacto ambiental	72
5.3 Impacto social	73
6. PROCESO FINANCIERO.....	75
6.1. Introducción	75
6.2. Inversiones	75
6.3 Activos Fijos.....	75
6.4. Activos diferidos	76
6.5. Capital de trabajo	76
6.6 Sueldos	77
6.7. Depreciación activos fijos.....	78

6.8. Amortizaciones.....	78
6.9. Estructura capital	78
6.10. Tabla de amortización	79
6.11. Punto de equilibrio.....	80
6.12 Costo de ventas	81
6.13. Flujo de caja	82
6.14. Cálculo del TIR y el VAN.....	82
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto).....	82
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	83
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
7.1 Recomendaciones	84
7.2 Conclusiones.....	84
7.3 Anexos	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Méritos aspectos gerente.....	26
Tabla N° 2 Méritos aspectos ayudante de producción	28
Tabla N° 3 Méritos aspectos mesero/cajero	30
Tabla N° 4 Tabulación 1	33
Tabla N° 5 Tabulación 2	34
Tabla N° 6 Tabulación 3	35
Tabla N° 7 Tabulación 4	36
Tabla N° 8 Tabulación 5	37
Tabla N° 9 Tabulación 6	38
Tabla N° 10 Tabulación 7	39
Tabla N° 11 Tabulación 8	40
Tabla N° 12 Tabulación 9	41
Tabla N° 13 Tabulación 10	42
Tabla N° 14 Tabla de proveedores.....	45
Tabla N° 15 Tabla de financiamiento publicidad.....	59
Tabla N° 16 Receta Estándar	61
Tabla N° 17 Arriendo local	62
Tabla N° 18 Equipos Industriales.....	62
Tabla N° 19 Equipos de computación.....	63
Tabla N° 20 Muebles y enseres.....	63
Tabla N° 21 Suministros de Oficina	64
Tabla N° 22 Servicios Básicos	65
Tabla N° 23 Materiales de Limpieza.....	66
Tabla N° 24 Activos Fijos.....	75
Tabla N° 25 Activos diferidos.....	76
Tabla N° 26 Capital de trabajo.....	76
Tabla N° 27 Detalles de inversión.....	77
Tabla N° 28 Sueldos.....	77
Tabla N° 29 Décimos.....	77
Tabla N° 30 Total sueldos	77
Tabla N° 31 Depreciación activos fijos.....	78
Tabla N° 32 Amortizaciones.....	78
Tabla N° 33 Estructura Capital	79

Tabla N° 34 Tabla de Amortización	79
Tabla N° 35 Datos punto de equilibrio.....	80
Tabla N° 36 Margen de contribución	80
Tabla N° 37 Punto de equilibrio	80
Tabla N° 38 Ventas / costos.....	81
Tabla N° 39 Costos de ventas.....	81
Tabla N° 40 Flujo de caja.....	82
Tabla N° 41 Cálculo del VAN/ TIR	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Pirámide de Maslow	17
Gráfico N°2 Ubicación de la empresa.....	19
Gráfico N°3 Organigrama de empresa	24
Gráfico N°4 Tabulación 1	33
Gráfico N°5 Tabulación 2	34
Gráfico N°6 Tabulación 3	35
Gráfico N°7 Tabulación 4	36
Gráfico N°8 Tabulación 5	37
Gráfico N°9 Tabulación 6	38
Gráfico N°10 Tabulación 7	39
Gráfico N°11 Tabulación 8	40
Gráfico N°12 Tabulación 9	41
Gráfico N°13 Tabulación 10	42
Gráfico N°14 Micro entorno de empresa	43
Gráfico N°15 Macro entorno de empresa	46
Gráfico N°16 Uniforme gerencia	51
Gráfico N°17 Uniforme ayudante de producción.....	52
Gráfico N°18 Uniforme área de servicio.....	53
Gráfico N°19 Imagotipo.....	54
Gráfico N°20 Tarjeta de presentación.....	56
Gráfico N°21 Hoja membretada.....	57
Gráfico N°22 Estructura del establecimiento	66
Gráfico N°23 Punto de equilibrio.....	80

**“Estudio de factibilidad para la implementación de una heladería en el sector del
Condado, ubicado al norte de Quito”**

Wendy Karola Morales Buitrón

D.M. Quito, 15 de septiembre del 2021

RESUMEN

El proyecto está enfocado en ofrecer helados frutales a base de crema de leche, se enfoca principalmente en brindar una experiencia a los clientes, donde pueden realizar su propio producto y disfrutar de un momento ameno.

Dentro del desarrollo del proyecto es muy importante tomar en cuenta la organización empresarial ya que nos permite precisar las diferentes actividades necesarias para cumplir los objetivos desarrollados por las empresas, la organización permite la correcta distribución de los recursos y tareas de una empresa.

En todo desarrollo de un plan de negocios, es importante realizar una investigación de mercado que ayuda a la guía para las decisiones empresariales, este espacio brinda toda la información sobre el mercado, los competidores, productos y sobre todo de los clientes. La investigación de mercados ayuda a conocer al empresario sobre las necesidades y expectativas de los clientes, esta herramienta permite tener un conocimiento más preciso y amplio de la competencia y así desarrollar estrategias que permitan un crecimiento empresarial.

Para el desarrollo de todo plan de negocio es vital gestionar el proceso de derecho empresarial, donde se determina los derechos y obligaciones atribuibles a los destinatarios de la norma jurídica, y también identificar las sanciones que puedan ser impuestas a quienes incumplan con su mandato.

Por otra parte, aplicar el método de la Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) ayuda a evitar las diferentes agresiones al medio ambiente, hoy en día es muy importante cuidar el espacio donde habitamos, se debe tomar todas las medidas pertinentes y conservar los recursos naturales en la realización de proyectos.

En el caso del plan financiero es muy importante establecer los recursos económicos necesarios para realizar el plan de negocios, donde se debe determinar los costos reales del negocio (costos de producción, de ventas y de administración). Es sustancial analizar el valor actual neto (VAN) este indicador financiero sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, donde se mide los flujos de los futuros ingresos y egresos. También, se analiza la Tasa Interna de Retorno o TIR esta tasa de interés ofrece una inversión. Es una medida ampliamente utilizada para la evaluación de los proyectos de inversión.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa.

ICE BOOM se basa en la creación de una heladería con productos a base de frutas sin presencia de colorantes ni preservantes que alteran los sabores naturales de la fruta, se enfoca en seguir manteniendo lo tradicional por lo natural y sano de las frutas elaborado en pailas de bronce, cuyo proceso le da un sabor muy particular. ICE BOOM se enfoca totalmente en brindar productos y servicios de calidad al norte de Quito.

ICE BOOM busca ofrecer nuevas experiencias a los clientes, donde pueden distraerse y compartir ya sea con amigos, familiares, etc. Bajo una reserva previa pueden escoger una hora y preparar directamente cada uno de sus helados, los productos son accesibles para todo bolsillo y se los puede consumir en cualquier temporada del año.

Los productos que ofrece ICE BOOM contienen propiedades alimenticias como proteínas, calcio y vitaminas B2.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia.

ICE BOOM es una heladería que busca brindar nuevas experiencias, brindar sensación de sabores, excelente servicio, calidad en sus productos y un ameno ambiente. Es importante que todas las personas se sientan a gusto el momento de consumir un helado, no solo sentirse satisfecho por cubrir una necesidad biológica, sino también que se sientan cómodos por la atención y el entorno en el que se encuentran, por otra parte, es importante recalcar que la heladería está cerca de un centro comercial y las personas la visitarían, ya que cuenta con parqueaderos y espacios grandes para pasar y disfrutar de la comodidad y tranquilidad.

2.2.2 Características.

Responsabilidad social: ICE BOOM piensa en sus futuros clientes, tomando en cuenta todos los acontecimientos que actualmente se vive con la pandemia es importante establecer un protocolo de bioseguridad, así las personas estarán totalmente seguras y cuidando su salud.

Investigación e innovación: ICE BOOM se encuentra en constante investigación y creación de nuevas recetas, analizando e investigando los gustos de los clientes potenciales y mediante esas bases poder realizar más creaciones de recetas.

Responsabilidad ambiental: ICE BOOM analiza la problemática que actualmente hay en cuanto a la creciente contaminación ambiental que vive el mundo, por tanto, existen basureros de reciclaje en lugares estratégicos de la heladería, también cuenta con envases biodegradables y concientiza a las personas a la importancia de reciclar mediante campañas.

Profesionales capacitados con su trabajo: Deben estar totalmente comprometidos para elaborar las diferentes recetas de helados y ofrecer un producto de calidad. ICE BOOM ofrece un servicio de calidad con un excelente personal que hace que los clientes se sientan como en casa con una atención de primera.

2.2.3 Actividad.

ICE BOOM es un establecimiento de servicio, que expende variedad de helados, heladería que ofrece productos a base de frutas naturales, los cuales se consumen en el local, pueden disfrutar la experiencia de preparar su propio helado o pueden pedirlo para llevar los helados que se encuentren elaborados.

2.3 Tamaño de la empresa.

ICE BOOM es una microempresa que contará con tres áreas básicas: área administrativa, área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente general.
- Ayudante de producción.
- Cajero / Mesero

2.4 Necesidades que satisfacer.

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



Morales K 2021. *Pirámide de Maslow*. Recuperado de:
<https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Son las necesidades fisiológicas básicas de primer nivel, ya que mediante nuestro producto buscamos satisfacer las necesidades de alimentarse de nuestros clientes, ya que el producto estará elaborado a base de fruta natural, sin uso de colorantes y saborizantes por lo cual también entramos no solo en la satisfacción sino en el cuidado de nuestros consumidores mediante la salud, todos sabemos que el azúcar y el colorante afectan de manera silenciosa al cuerpo humano, lo que nosotros buscamos mediante la elaboración de nuestro producto “Helados de crema a base de frutas naturales” a base de frutas exóticas de Ecuador, es cuidar a nuestro consumidor, cuidar de su salud y buscar con ello un lazo de confianza con el consumidor.

2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Es importante tomar en cuenta las buenas prácticas de manufactura (BPM), todas las recetas de los diferentes helados estarán basados en protocolos de seguridad alimentaria para obtener productos de calidad. Se cuidará todo el proceso desde la elaboración, producción hasta que los productos llegan al cliente con total cautela, de esta manera garantizamos los productos comercializados y fidelizamos a nuestros clientes.

Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, velando por su seguridad física y mental.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.

Tomamos en cuenta la necesidad social, esta es interna y se enfoca en propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas, es importante incentivar el esfuerzo, la creatividad e innovación de cada uno de los colaboradores de la empresa.

La otra necesidad es externa y se enfoca en la relación empresa-clientes. ICE BOOM busca mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad de sus productos.

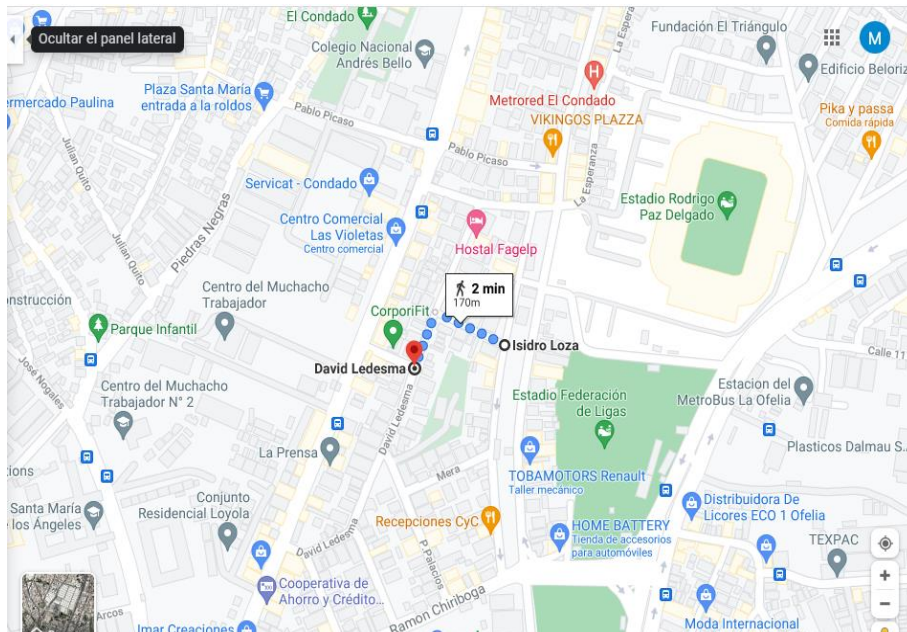
2.4.4 Necesidad de Autorrealización.

ICE BOOM llegará a ser una empresa reconocida a nivel nacional por su excelente producto y compromiso con ofrecer un buen servicio a todos los clientes.

2.5 Localización de la empresa.

ICE BOOM estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el norte de la ciudad, calles Av. David Ledesma e Isidro Loza.

Ilustración 2. Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) *Ubicación*. Recuperado de

[https://www.google.com.ec/maps/dir/isidro+loza/david+ledesma/@-0.1089518,-78.4942814,17z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x91d5859de6841ee9:0x3e5c118d2abaacca!2m2!1d-78.4915863!2d-0.1090061!1m5!1m1!1s0x91d5859e08bb9427:0x8882bc559821e072!2m2!1d-78.4925991!2d-](https://www.google.com.ec/maps/dir/isidro+loza/david+ledesma/@-0.1089518,-78.4942814,17z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x91d5859de6841ee9:0x3e5c118d2abaacca!2m2!1d-78.4915863!2d-0.1090061!1m5!1m1!1s0x91d5859e08bb9427:0x8882bc559821e072!2m2!1d-78.4925991!2d-0.100256231!5m--)

2.6 Filosofía empresarial.

2.6.1 Misión.

Somos una heladería que satisface las necesidades de nuestros clientes, brindando productos excelentes y un servicio de óptima calidad, donde se genere un espacio de trabajo idóneo para todos los colaboradores y sobre todo su desarrollo personal y profesional.

2.6.2 Visión.

En cinco años, ICE BOOM será una heladería como referencia a nivel nacional en calidad de productos y de servicio.

2.6.3 Objetivos.

- Innovar y crear constantemente productos para poder ampliar el nicho de mercado.
- Realizar capacitaciones a todos los colaboradores y así poder mejorar y ofrecer un servicio de calidad.
- Ofrecer a los clientes una variedad de excelentes productos con precios accesibles.

2.6.4 Meta.

Contar con una heladería que cumpla con todas las expectativas de los clientes, satisfaciendo las necesidades de las personas, además de que tenga una liquidez en el plazo de un año y medio a partir de la apertura.

Que pueda generar los ingresos suficientes para cubrir todas las necesidades de la empresa, de esta manera solventar todas las obligaciones de los colaboradores y aprovechar la rentabilidad de ICE BOOM para apertura de puntos de venta a nivel nacional.

2.6.5 Estrategias.

- Realizar promociones mensuales para que los clientes puedan aprovechar y deleitarse con la variedad de nuestros productos.
- Realizar exposiciones con diferentes expertos en la preparación de los helados de crema a base frutas naturales.
- Buscar innovar la presentación de nuestros helados para que sea más atractivo para los clientes.

2.6.6 Políticas.

Los trabajadores.

- Todos los colaboradores deben cumplir con todas las tareas asignadas dentro de la organización.

- Cumplir con la puntualidad y ser responsables con la empresa para cumplir las metas propuestas.
- Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- Llevar correctamente su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- No libar en vías públicas utilizando el uniforme de trabajo.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.

La empresa.

- Ser responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Es responsable de la seguridad íntegra de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el Estado.

2.6.7 FODA.

Fortalezas.

- Variedad de productos y excelente calidad.
- Producción propia de las diferentes recetas.
- Personal totalmente capacitado.
- Costos accesibles.
- Temática creativa del local.

Oportunidades.

- Rebaja de impuestos a los emprendimientos.
- Proveedores responsables con sus entregas a tiempo y productos de calidad.
- Calidad, confiabilidad del producto en el mercado.
- Entidades financieras que otorgan financiamientos de forma rápida.

Debilidades.

- Coordinación inadecuada con las cadenas de suministros y proveedores.
- Producir en cantidades excesivas.
- Alta competencia en el sector por la presencia de heladerías reconocidas.
- Espacio pequeño del área de trabajo y poca ventilación.

Amenazas.

- Emergencia sanitaria por la pandemia que se vive a nivel mundial.
- El centro comercial Condado Shopping queda cerca del local.
- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Elevación de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.
- La creciente delincuencia a raíz de la emergencia sanitaria.

2.7 Desarrollo organizacional.**2.7.1 Tipo de Estructura.*****Diferenciación.***

En ICE BOOM se manejará una comunicación de tipo vertical, se tomará en cuenta las disposiciones de mando de la cabeza y sucesivamente, esto ayudará a facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con la finalidad de brindar un excelente servicio.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

Nivel Gerencial.

- Gerente

Nivel Operativo.

- Ayudante de producción
- Cajero/Mesero

2.7.2 Formalización.

La micro empresa se basará en procesos estructurados, normas vigentes, políticas y un plan elaborado para desarrollar estrategias que ayuden al cumplimiento de la misión y visión de la heladería.

Se registrará a los cumplimientos del ordenamiento jurídico vigente, seguridad social para el propietario y sus empleados y la legislación laboral. En cuanto a su operación se seguirá todos los pasos para que conste legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, para obtener todos los permisos de funcionamiento.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

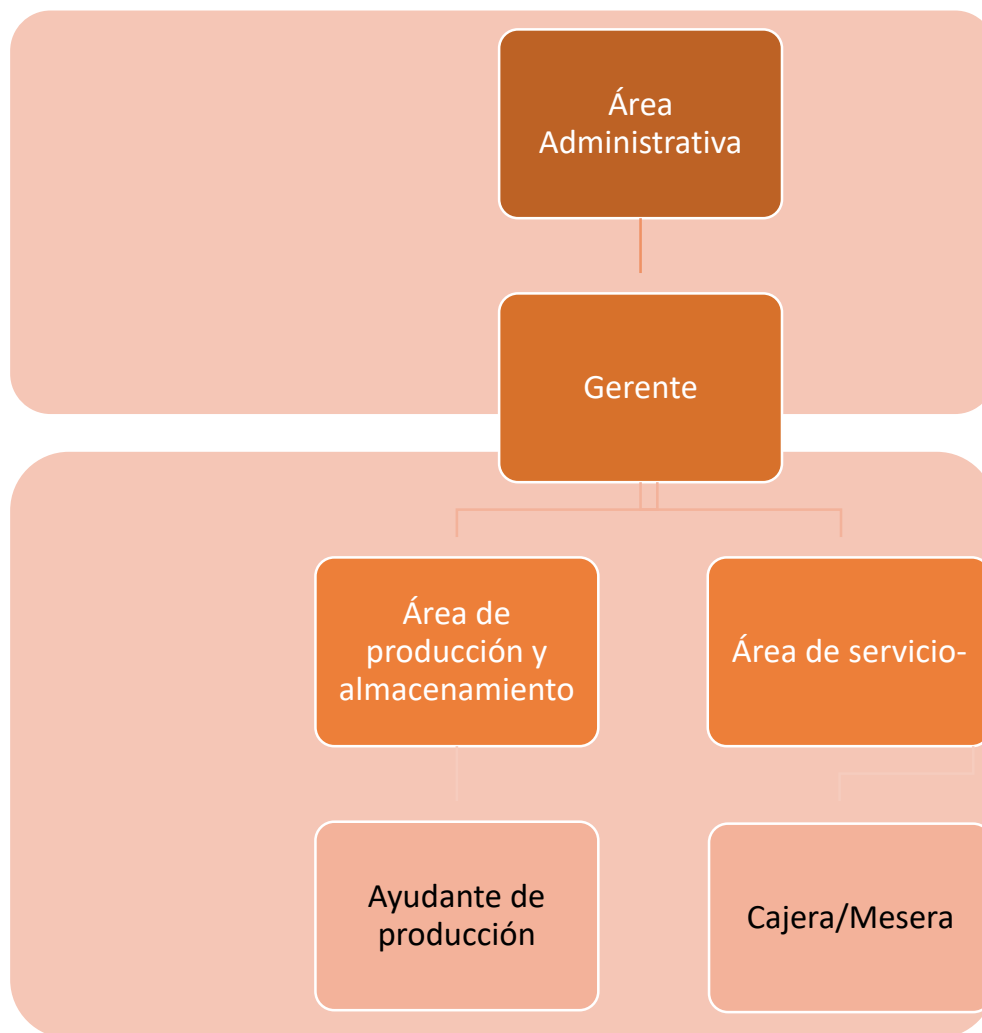
ICE BOOM centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y recreación, La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.7.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial ICE BOOM



Morales, K. (2021). *Organigrama empresarial ICE BOOM*. Quito.

2.9 Funciones del personal.

PUESTO DE GERENTE

Detalles generales del puesto de Gerente.

Empresa	ICE BOOM
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir la producción y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia y presentación del producto final antes de llegar al cliente.
Denominación del puesto	Gerente
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.
Remuneración	\$550

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior. Administrador o carreras a fines	Mínima 1 1/2 año en el cargo.	Técnicas de vanguardia e innovación. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Dominio de procesos contables,	Puntualidad Respeto Análisis de problemas. Análisis numérico. Creatividad. Comunicación Delegación. Desarrollo de subordinados. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

PUESTO DE AYUDANTE DE PRODUCCIÓN

Detalles generales del puesto ayudante de producción.

Empresa	ICE BOOM
Unidad administrativa	Área de producción y almacenamiento
Misión del puesto	
Limpiar y ordenar los elementos del área, debe realizar mise en place y desarrollar las preparaciones de los helados.	
Denominación del puesto	Ayudante de producción.
Rol del puesto	
Desarrollar las diferentes recetas de helados y almacenamiento de toda la materia prima.	
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de producción.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 1 año en el cargo de ayudante de cocina, de preferencia en pastelería y repostería.	Pre-elaboración y conservación culinaria. Administración de alimentos. Conocimiento en repostería.	Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Comunicación. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

PUESTO DE MESERO/CAJERO

Detalles generales del puesto de mesero/cajero

Empresa	ICE BOOM
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Conocer manejo de caja y atención al cliente, servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el local, tomando órdenes y servicio a la mesa.
Denominación del puesto	Mesero/cajero
Rol del puesto	Comunicación eficaz con el área de producción. Atención al cliente, toma de pedidos, servicio a la mesa y guía del cliente. Manejo de caja.
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero/cajero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo graduado en Gastronomía o carreras afines.	Al menos 1 año de experiencia.	Manejo de caja Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de comandas. Elaboración de cocteles.	Responsabilidad Adaptabilidad. Solución de problemas Proactivo Automotivación. Comunicación Compromiso Respeto. Puntualidad Capacidad de escucha. Solidaridad. Iniciativa Integridad Sociabilidad. Trabajo en equipo

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

El objetivo principal de la heladería es entregarle al consumidor un producto y servicio que satisfaga su necesidad, mediante distintas investigaciones de mercados y estudios para identificar la mejor solución. Se busca posicionar nuestra marca ICEBOOM en la mente del consumidor.

3.2 Investigación de mercado

En la actualidad, el sector de la producción de helados se encuentra en un período de expansión, que ha superado los efectos adversos. Se caracteriza por participar en un mercado altamente competitivo. Existen varios locales además de empresas nacionales e internacionales. Esta situación obliga a las empresas a utilizar estrategias para lograr la diversificación y diferenciación productiva, como agregar cada vez valor agregado a sus productos, integrar nuevos canales de comercialización y aumentar los servicios que brindan en los puntos de venta. El presente trabajo tiene como objetivo analizar el sector de elaboración de helados, partiendo de sus orígenes, reflejando su evolución histórica y destacando algunos aspectos del perfil que ha tomado el sector en los últimos años.

ICEBOOM consideró la investigación de campo y de observación para obtener información del entorno en el sector norte de Quito, y obtener resultados importantes y aplicarlos en el establecimiento.

3.2.1 Modalidad.

La recolección de datos se realizó de forma digital debido a la situación que atravesamos por la Pandemia y se aplicó a 134 personas del sector norte de Quito.

3.3 Plan de Muestreo

El presente trabajo se realizó durante la emergencia sanitaria (COVID), existe un universo definido, por tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas que viven en el sector del Condado, al norte de Quito. Se realizó el método de observación. “(Morales. K. 2021) método de observación”.

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{205 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (205 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{197}{1,4794}$$

$$n = 133,90$$

3.4 Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

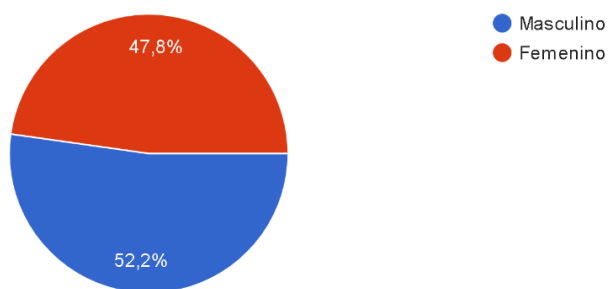
Tabla 4. *Pregunta 1*

Género		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Masculino	71	52,2
Femenino	63	47,6
TOTAL	134	100%

Morales, K. (2021). Género. Quito

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular

1. Género
134 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 1, gráfico circular. Quito.

Análisis: El 47.6% de personas que respondieron a la encuesta pertenecen al grupo femenino y por otro lado el 52.4% al grupo masculino.

Pregunta 2.

Tabla 5. Pregunta 2.

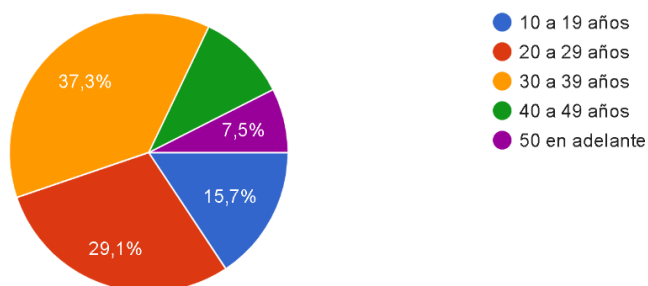
Edad		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
10 a 19 años	21	15,7
20 a 29 años	39	29,1
30 a 39 años	50	37,3
40 a 49 años	14	10,40
50 en adelante	10	7,5
TOTAL	134	100%

Morales, K. (2021). Edad. Quito

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.

2. Edad

134 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

Análisis: Podemos ver que el rango de edad que más consumiría son las personas de 30 a 39 años, con un porcentaje de 37,3%, seguido del rango de edad de 20 a 29 serían las personas que visitarían a nuestro establecimiento, también tenemos un mercado del rango de edad de 10 a 19 años, que da un porcentaje del 15,7% y por último tenemos a nuestro segmento de los 50 años en adelante, con un porcentaje del 7,5%.

Pregunta 3.

Tabla 6. Pregunta 3

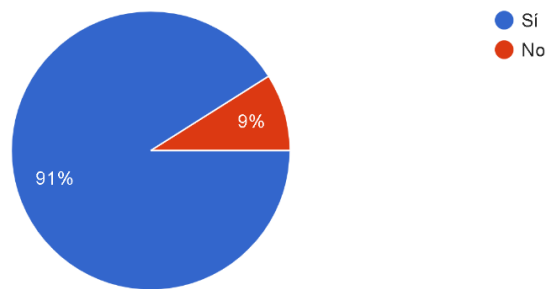
¿Consume helados?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	122	91
No	12	9
TOTAL	134	100%

Morales, K. (2021). ¿Consume helados? Quito

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.

3. ¿Consume helados?

134 respuestas



Morales, K. (2020). Pregunta 3, gráfico circular. Quito.

Análisis: De las 134 personas, el 91% consume helado, eso quiere decir que tenemos un amplio mercado, y el 9% no le gusta consumir helados.

Pregunta 4.

Tabla 7. Pregunta 4

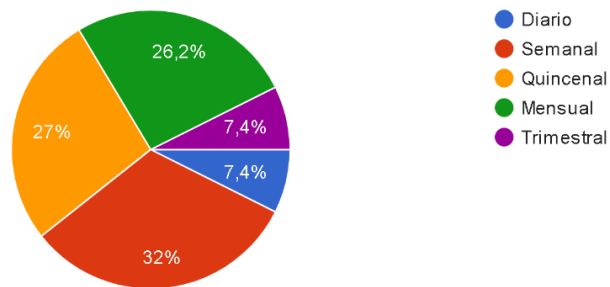
¿Con qué frecuencia consume helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diario	9,9	7,4
Semanal	42	32
Quincenal	36	27
Mensual	35	26,2
Trimestral	9,9	7,4
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). ¿Con qué frecuencia consume helado? Quito

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.

4. ¿Con qué frecuencia consume helado?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

Análisis: Podemos ver que un alto porcentaje de personas consume helado semanalmente, es decir el 32%, el 27% le gusta consumir helado quincenalmente, el 26,2 de personas consumen helado mensualmente y trimestralmente consumen el 7,4%.

Pregunta 5.

Tabla 8. Pregunta 5

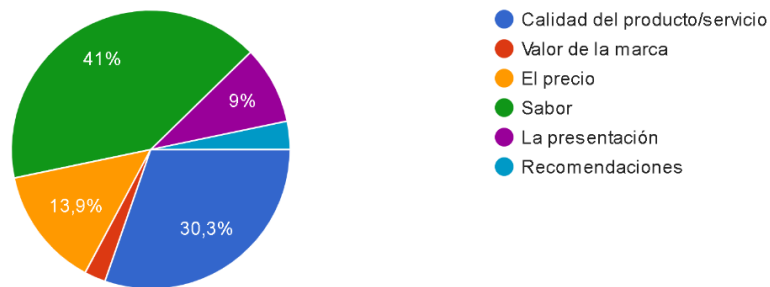
Al momento de comprar un helado ¿Qué es lo primero que considera?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Calidad del producto	40,6	30,3
Valor de la marca	4	3
Precio	18,6	13,9
Sabor	55	41
Presentación	12	9
Recomendación	6,7	5
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). Al momento de comprar un helado ¿Qué es lo primero que considera? Quito

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.

5. Al momento de comprar un helado. ¿Qué es lo primero que considera?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.

Análisis: Vemos que el 41% de personas encuestadas optan por la calidad del producto, es decir analiza el sabor el momento de comprar un helado, seguido con el 30,3% de personas analiza la calidad del producto y posteriormente le sigue el precio, con el 13,9%.

Pregunta 6.

Tabla 9. Pregunta 6

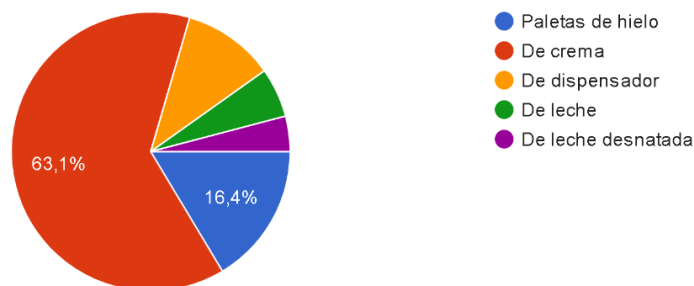
¿Qué tipo de helado prefiere?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Paletas de hielo	21,9	16,4
De crema	84	63,1
De dispensador	17,46	13,2
De leche	9,38	7
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). ¿Qué tipo de helado prefiere? Quito

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.

6. ¿Qué tipo de helado prefiere consumir?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. Quito.

Análisis: Podemos ver que el 63,1 de los encuestados prefieren helados de crema, seguido con el 16,4 le gustaría helados de hielo y el 13,2 prefiere helados de dispensador.

Pregunta 7.

Tabla 10. Pregunta 7

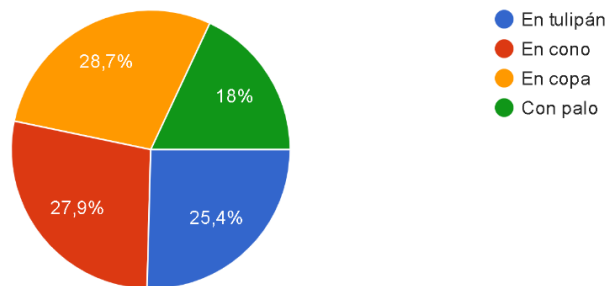
¿En qué presentación le gustaría su helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Tulipán	30,5	25,4
Cono	34	27,9
Copa	35	28,7
Con palo	21,96	18
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). ¿En qué presentación le gustaría su helado? Quito

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.

7. ¿En qué presentación le gustaría su helado?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 7, gráfico circular. Quito.

Análisis: De las personas encuestadas, al 28,7 le gustaría sus helados en copa, al 27,9 le gustaría en cono y al 25,4 le gustaría su helado en tulipán.

Pregunta 8.

Tabla 11. Pregunta 8

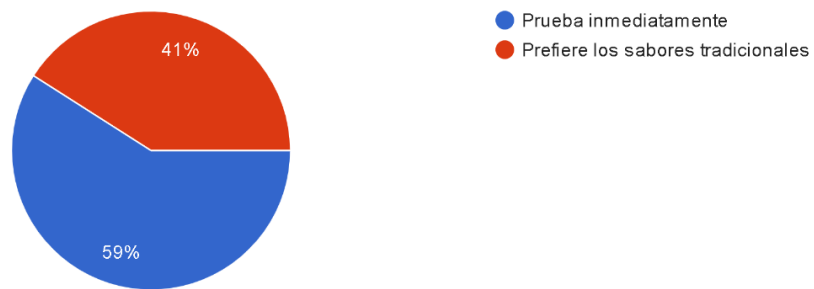
¿Cuándo sale un nuevo sabor de helado al mercado cuál es su reacción?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Prueba inmediatamente	72	59
Prefiere los sabores tradicionales	50	41
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). ¿Cuándo sale un nuevo sabor de helado al mercado cuál es su reacción? Quito

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.

8. ¿Cuándo sale un nuevo sabor al mercado, qué reacción tiene?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 8, gráfico circular. Quito.

Análisis: El 59% de las personas encuestadas prueba inmediatamente los sabores que salen al mercado, mientras que el 41% prefiere los sabores tradicionales.

Pregunta 9.

Tabla 12. Pregunta 9

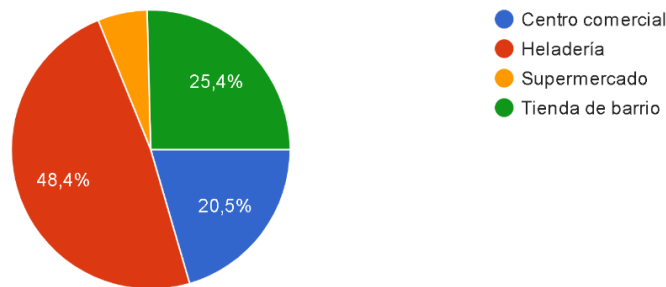
¿En dónde prefiere comprar sus helados?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Centro comercial	25	20,5
Heladería	59	48,4
Supermercado	25	20,5
Tienda de barrio	13,42	11
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). ¿En dónde prefiere comprar sus helados? Quito

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.

9. ¿En dónde prefiere comprar sus helados?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Quito.

Análisis: El 48,4 de los encuestados prefiere comprar sus helados en heladería, el 20,5 de personas prefiere un centro comercial y el 25,4 va a comprar en tiendas de barrio.

Pregunta 10.

Tabla13. Pregunta 10

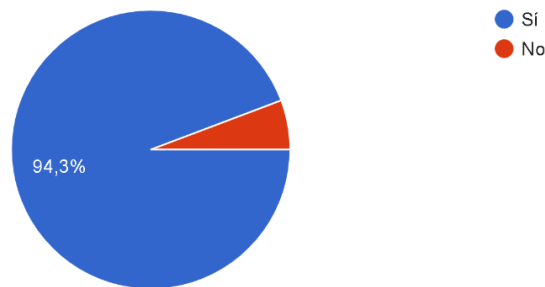
¿Visitaría un local donde usted tenga una nueva experiencia de elaborar su propio helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	115	94,3
No	6	5,7
TOTAL	122	100%

Morales, K. (2021). ¿Visitaría un local donde usted tenga una nueva experiencia de elaborar su propio helado? Quito

Ilustración 134. Pregunta 10, gráfico circular.

10. ¿Visitaría un local dónde usted tenga una nueva experiencia de elaborar su propio helado?

122 respuestas



Morales, K. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

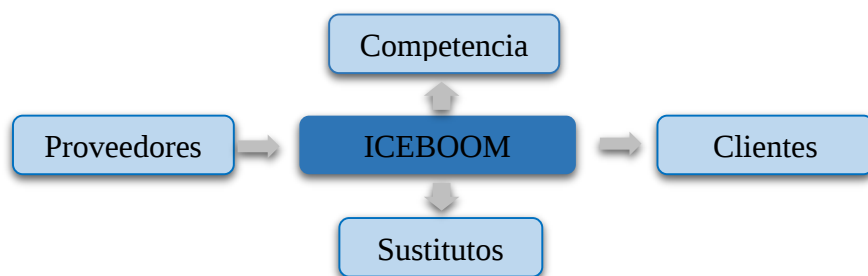
Análisis: El 94,3 de personas les gustaría tener la experiencia de realizar su helado, es nuestro segmento de mercado muy importante, y el 5,7 no está dispuesto a realizar su propio helado.

3.5 Entorno empresarial.

3.5.1 Microentorno.

ICEBOOM considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 13. Esquema microentorno ICEBOOM.



Morales, K. (2021). Esquema microentorno ICEBOOM. Quito

- **Competencia directa.**

Al realizar un previo análisis y recorrido del lugar donde se va a encontrar la heladería ICEBOOM, se encontró un establecimiento como competencia directa. Se tomó en cuenta varios parámetros para poder evaluar la competencia, los cuales fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que expenden.

En la competencia directa venden variedad de helados, sus productos se sirven en cono y en tulipán, pero no cuentan con suficiente espacio para recibir a los clientes. Este local se encuentra a tres cuerdas de la heladería ICEBOOM.

Dentro del centro comercial Condado Shopping existen establecimientos que expenden variedad de helados como: Baskin Robbins, Crepes & Waffles, Corfu, los cuales son competencia directa.

- **Competencia indirecta.**

Dentro del centro comercial Condado Shopping existe un establecimiento a considerarse competencia indirecta, que es Yogurt Amazonas, donde venden batidos de frutas, yogurt, pan de yuca, etc.

- **Sustitutos.**

En el sector del Condado se encuentran establecimientos que venden toda clase de confiterías y pastelería, estos establecimientos son considerados como sustitos, en la mayoría de ocasiones las personas pueden optar por postres, dulces, etc, sin embargo, no se los considera competencia directa.

- **Proveedores.**

Tomando en cuenta todos los productos de calidad que ofrecerá ICEBOOM es importante trabajar directamente con proveedores reconocidos de confianza para un correcto proceso interno.

Tabla 14. Proveedores.

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Supermercado Santa María	• Variedad de productos. • Productos de calidad. • Establecimientos extensos.	Crema de leche, azúcar, huevos, leche.
Distribuidora de Conos Emanuel	• Productos de calidad • Entrega al establecimiento.	Conos, tulipanes, paletas de helado, barquillos, suspiros.
Confitería Cotocollao	• Calidad de productos. • Entrega al establecimiento. • Facilidad de pago. • Responsables.	Maní, pasas, chocolate, granola, grajeas, galletas.
Mercado de la Ofelia	• Productos locales • Precios bajos	Variedad de frutas.

Morales, K. (2021). *Tabla de proveedores*. Quito.

- **Intermediarios.**

ICEBOOM se encargará de comercializar todos sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

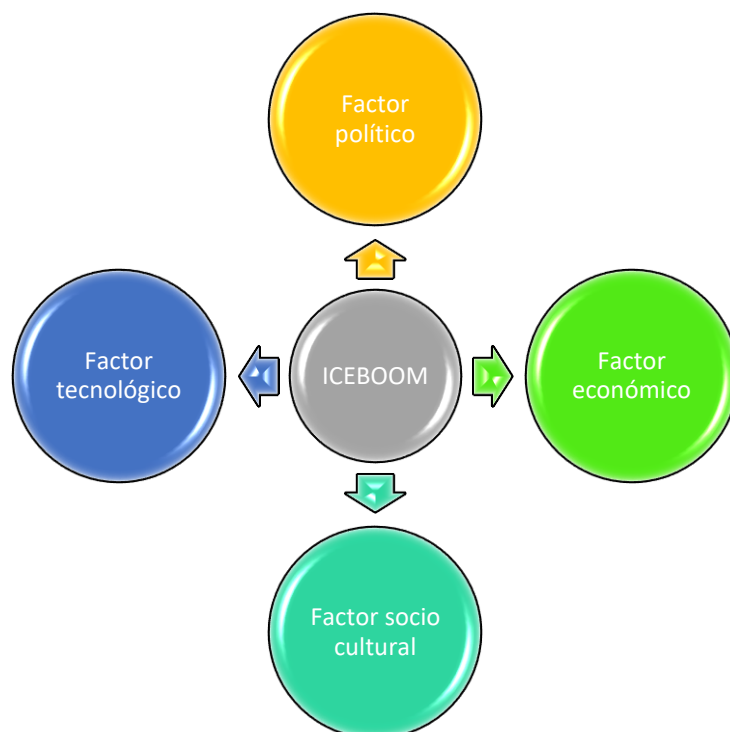
- **Clientes.**

ICEBOOM es una heladería dirigida a hombres, mujeres y niños de todas las edades, con gusto por los helados. Con el fin de satisfacer algunas necesidades básicas como son la sed, el apetito, refrescar la boca y sobre todo que los clientes que visiten la heladería puedan aprovechar una experiencia diferente y divertida.

3.5.2 Macroentorno.

Son aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización y van a influir en el funcionamiento del establecimiento, por tanto, ICEBOOM no tiene control directo sobre estos factores.

Ilustración 15. Esquema macroentorno ICEBOOM.



Morales, K. (2021). *Esquema Macroentorno*. Quito.

- **Factor Político.**

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. Por otro lado, están bajo el control de ARCSA (La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia

Sanitaria) y del Ministerio de Salud Pública que emiten regulaciones sobre seguridad alimentaria y las BPM. Debido a la pandemia que, el MINTUR, ARCSA y MSP han emitidos manuales de emergencia sanitaria, los cuales deben ser adoptados en todos los establecimientos que expenden alimentos y bebidas. ICEBOOM realizará sus actividades dentro del alcance legal establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar en futuros meses.

- **Factor Económico.**

Actualmente, Ecuador atraviesa una recesión económica debido a la reciente pandemia que ha arrasado al mundo, La pandemia dejó una secuela muy fuerte en el país y la industria del turismo ha sido la más afectada, hubo el despido masivo de muchas personas, por otro lado, algunas empresas ahora están operando a la capacidad más baja y sus ingresos han caído drásticamente.

Es por ello que ICEBOOM ofrecerá sus productos y servicios dependerán de la tasa de inflación anual de Ecuador y de todos los cambios en los precios de los diferentes materiales.

- **Factor Sociocultural.**

En este factor, ICEBOOM ofrecerá variedad de helados de crema preparados con diferentes frutas de la región, además, todos los clientes podrán disfrutar con su familia o amigos de un ambiente cómodo, tranquilo y divertido, ya que los clientes que gusten podrán vivir la experiencia de realizar su propio helado.

El Ecuador cuenta con varias tradiciones gastronómicas, una de ellas los helados. La elaboración de los helados refleja un lugar, una época y una cultura dentro de nuestro país multicultural. La tradición de los ecuatorianos es salir en familia o con amigos a saciar las ganas y deleitarse de un helado.

- **Factor Tecnológico.**

En la actualidad la tecnología se ha desarrollado de manera sorprendente a nivel mundial y son aprovechados de manera positiva de los diferentes avances. Las ventajas en la tecnología se concentran en todos los aspectos, en lo que respecta al campo de restauración la tecnología se ha desarrollado en aplicaciones mecánicas y móviles, las cuales pueden ayudar a un establecimiento a publicitar y encontrar la ubicación de manera rápida.

La tecnología ha avanzado tanto que hoy existen aplicaciones donde se puede realizar reservas, visualizar el menú o productos que brinde el establecimiento y aceptar los pedidos de los clientes. ICEBOOM ofrecerá aplicaciones de tecnología que brinden servicios dentro del local y a domicilio.

3.6 Producto y servicio.

ICEBOOM es una heladería artesanal, se enfoca básicamente a la producción de variedad de helados de frutas a base de crema, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas, seguridad alimentaria y bioseguridad.

En cuanto a sus servicios, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen: servicio a la mesa y reservas, producción de los diferentes helados por los clientes, además, ICEBOOM ofrece servicio a domicilio.

3.6.1 Producto Esencial.

En la actualidad los clientes no buscan únicamente satisfacer la necesidad fisiológica, sino que también buscan un lugar donde sentirse cómodos, estar relajados y disfrutar de un momento ameno con familia o con sus amigos.

En ICEBOOM, el servicio esencial es brindar la experiencia de poder realizar su propio helado junto a su familia o amigos, es una actividad que no lleva mucho tiempo y es divertido ya que pueden participar todas las personas que vayan. El helado lo realizarían en recipientes de bronce con hielo seco, el ambiente sería totalmente seguro, con manejo de las BPM y con todas las medidas de bioseguridad.

Por otra parte, los clientes que no deseen realizar su helado en el establecimiento pueden solicitarlo su pedido en caja y sus productos serán servidos en la mesa.

3.6.2 Producto real.

- ICEBOOM maneja variedad de helados en cuanto a su presentación, cabe recalcar que todos los helados que ofrece el establecimiento son totalmente de crema.
- Se ofrece los helados en conos, tulipanes, en palo, en copas, lo atractivo de los diferentes productos es la presentación creativa y las técnicas usadas.
- El producto estrella de ICEBOOM es un rollo de helado, dónde el cliente puede elegir 5 variedades de los diferentes sabores.
- Ofrece variedad de bebidas, agua, batidos de frutas, café, té.
- Ofrece una línea de postres.

3.6.3 Características.

Para la elaboración de los diferentes productos de ICEBOOM se encuentra total coordinación, innovación, creación y compromiso de cada uno de los colaboradores del establecimiento. En la heladería, los productos son preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera calidad, además, en el área de servicio se encuentran a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y asegurar que tengan una buena estadía.

3.6.4 Calidad.

- Es importante tomar en cuenta los manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) para la elaboración de los productos adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:
- Cadena de frío de la materia prima.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Control de aseo personal de los empleados.
- Desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro del área de producción.
- Control de puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).

3.6.5 Estilo.

ICEBOOM maneja un estilo relajado donde la temática del establecimiento es la naturaleza, donde los clientes sientan tranquilidad y armonía, todos los utensilios, servilletas tendrán impreso el logo empresarial es importante que los clientes se familiaricen con la marca.

Es importante la técnica y emplatado que se maneje para cada servicio de helado, es importante buscar ese factor diferenciador, en cada uno de los helados se servirá una figura de chocolate de un animal y lo más importante, a cada momento cuidar el trato al cliente, para que se sienta a gusto.

3.7 Marca.

ICEBOOM tiene un nombre fácil de recordar, se encuentra formado por dos términos, ICE que hace referencia al hielo y BOOM hace referencia a una sorpresa o estallido, que se le asemeja por la mezcla de sabores.

Si bien es cierto existen un sinnúmero de heladerías, pero ICEBOOM quiere brindar otro tipo de experiencia, donde puedan realizar su propio helado, el establecimiento recibe a todas las personas que deseen experimentar y amen degustar un helado.

3.7.1 Producto aumentado.

Un valor agregado con el que cuenta ICEBOOM es el que los clientes pueden disfrutar de la experiencia de realizar su propio helado, en base a los estudios realizados a las personas les gustaría vivir esta experiencia.

Por otro lado, el concepto que tiene la heladería es innovador y confortable, donde los clientes podrán deleitar su paladar con productos de calidad. Los más pequeños podrá disfrutar de juegos mientras pasan en la heladería.

El establecimiento ofrece precios accesibles y un establecimiento para la tranquilidad de las personas que lo visiten.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Gerente

- El gerente portará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos empresariales, el uniforme consta de:
- Camiseta turquesa y blanca con logo de la empresa.
- Pantalón negro.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes)

Ilustración 165. Diseño uniforme de gerencia



Morales, K. (2021). Uniforme Gerencia. Quito

Ayudante de producción

- Chaqueta blanca de mangas largas.
- Faldón turquesa con logo empresarial.
- Pantalón blanco de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).

Ilustración 17. Diseño uniforme ayudante de producción.



Morales, K. (2021). *Uniforme ayudante de producción*. Quito

Personal del área de servicio.

El mesero-cajero usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dicho uniforme constará de:

Mesero y cajero.

- Chaqueta blanca de mangas largas.
- Delantal turquesa con logo empresarial.
- Pantalón blanco de cocina.
- Zapatos negros

Ilustración 6. Diseño uniforme personal del área de servicio.



Morales, K. (2021). Uniforme personal área de servicio. Quito

3.8.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 19. Imagotipo ICEBOOM.



Morales, K. (2021). Imagotipo ICEBOOM. Quito

Elementos a destacar:

- Las figuras rosadas representan el boom que van a encontrar en los sabores de los helados.
- Las bolas de colores representan la variedad de sabores de helado en el establecimiento.
- El logotipo del establecimiento “ICEBOOM”
- Los colores usados:
 - Color negro de fondo.
 - Los colores turquesa, rosado, tomate y verde son llamativos al consumidor.
 - Las letras del nombre empresarial son blancas para resaltar.
- El Isotipo resalta la variedad sabores, donde destacan la imagen de los helados.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 20. Tarjeta de presentación.



Morales, K. (2021). Tarjeta de presentación. Quito

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del gerente de la empresa, se observa también la dirección de la página web, la dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación

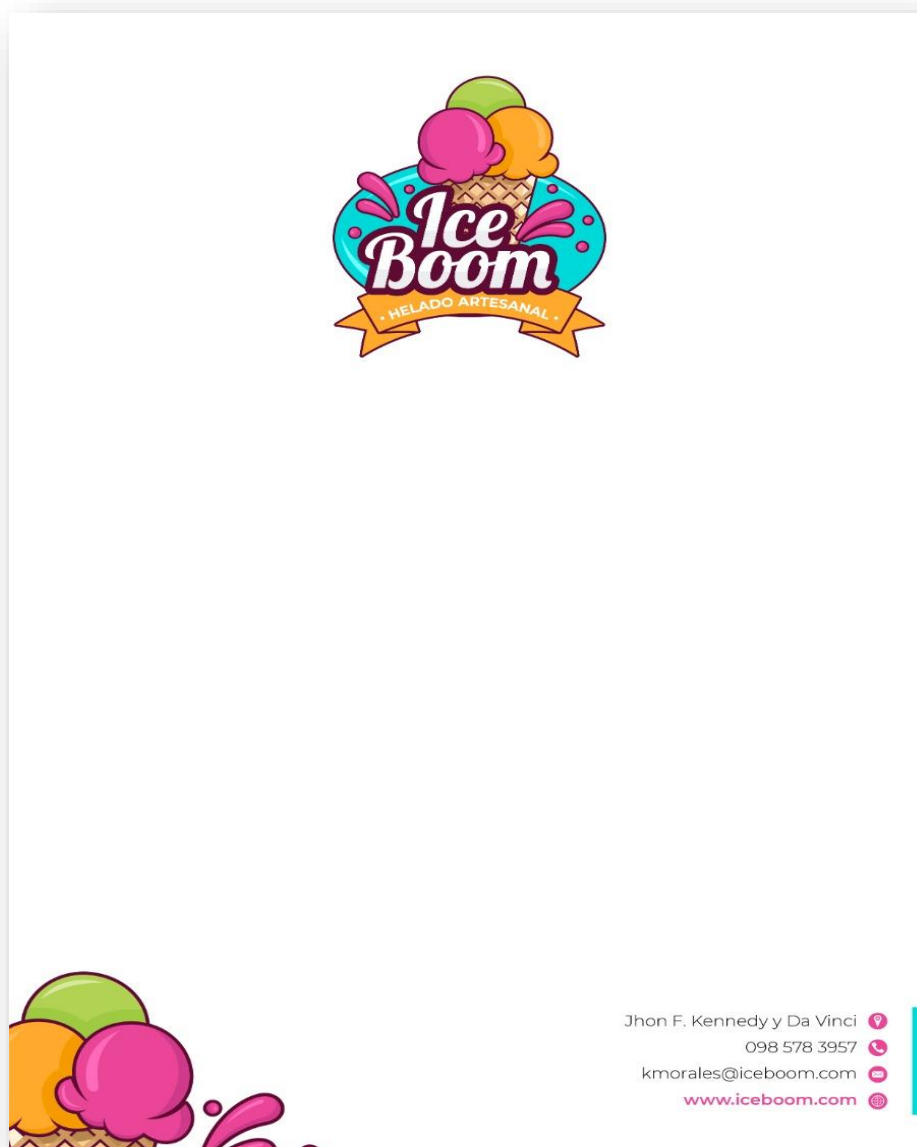


Morales, K. (2021). Reverso tarjeta de presentación. Quito

Hoja membretada.

Otro elemento importante a considerar es la hoja membretada, la cual se usará para redactar oficios, cotizaciones, declaraciones formales a otras empresas o clientes, a continuación, el diseño:

Ilustración 22. Hoja membretada



Morales, K. (2021). Hoja Membretada. Quito

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El principal punto de distribución es el establecimiento ICEBOOM, que se encuentra ubicado en la Av. Jhon F. Kennedy y Da Vinci.

- **Promoción.**
 - El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
 - Realizar en vivos explicando los beneficios de los helados
 - Se realizarán degustaciones.
- **Contacto.**
 - Tarjetas de presentación.
 - Correo empresarial.
 - WhatsApp.
 - Facebook.
- **Correspondencia.**
 - A través del correo empresarial.
- **Negociación.**
 - Directa en el establecimiento con cita previa.
 - A través de videoconferencia. (Zoom).
 - Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$4.33
Publicidad Facebook	2 campañas	\$60.00
TOTAL		\$64.33
TOTAL ANUAL		\$771.96

Morales, K. (2021). Financiamiento publicidad. Quito

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo que hoy en día se atraviesa a nivel turístico y gastronómico es muy fuerte debido a la emergencia sanitaria provocada por el COVID 19. Todos los sitios deben cumplir con medidas necesarias de bioseguridad, especialmente durante el proceso de producción. Esto implica la compra de materia prima, la elaboración de los platos y por último la entrega del producto final.

La mayor oportunidad de ICEBOOM es posicionarse en el mercado que viene decayendo por la emergencia, es importante tomar medidas preventivas para atraer clientes y así poder expandir el establecimiento. Por otra parte, se implementará herramientas que hagan sentir bien y tranquilos a los clientes, que la gestión de sus pedidos sea ágil y rápida, también, usar las diferentes redes sociales para realizar reservas y poder ofrecer un mejor servicio.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.

El costo detallado en la receta estándar se encuentra realizado el cálculo para un comensal (PAX). Se toma en consideración todos los costos de los diferentes productos usados para nuestro producto estrella, la referencia es el costo por kilogramo del producto.

Al costo total bruto se le suma varios porcentajes que se toman en cuenta en el transcurso de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se detalla la receta estándar del plato estrella

- **Rollo de helado**

Tabla 16. Rollo de helado, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Rollo de helado		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	15/12/2021		Chef: Karola Morales	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (G)	CANTIDAD	TOTAL
Mora	g	\$0,25	100	\$0.25
Crema de leche	ml	\$0,50	40	\$0.20
Azúcar	g	\$0.20	30	\$0.008
huevos	g	\$0,20	15	\$0.15
Leche	ml	\$0,45	40	\$0.018
Chocolate	g	\$0,60	35	\$0.21
nueces	g	\$0.50	10	\$0.05
grajeas	g	\$0,09	10	\$0.009
caramelo	g	\$0,12	15	\$0.12
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$1.015
			10% imprevistos	\$0.081
			Total neto	\$1.096
			Gasto de fab. 15%	\$0.127
			Factor costo 33,33%	\$0.226
			M.O. 45%	\$0.480
			G. Admin 12%	\$0.161
			45% utilidad	\$0.580
			Subtotal	\$2,67
			12% IVA	\$0.654
			10% servicio	\$0.545
			Total	\$3,869

3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla17. Arriendo del local.

Arriendo		
Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
400	2400	4800

- **Equipos industriales.**

Tabla 18. Equipos industriales

Equipos Industriales			
	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Refrigerador	1	\$1109	\$1109
Cubetas	24	\$14	\$336
Congelador	2	\$599	\$1.198
Cocina	1	\$399	\$399
Cuchara para helados	4	\$1,20	\$5
Batidora industrial	2	\$68,99	\$137,98
Espátulas	4	\$2,10	\$8
Total			\$3.192,98

- **Equipos de computación.**

Tabla 19. Equipos de computación

Equipos de Computación			
	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadora	2	\$573	\$1146
Caja registradora	1	\$675	\$675
Impresora Epson	1	\$299	\$299
Celular	3	\$145	\$435
Total			\$2.555

- **Muebles y enseres.**

Tabla 20. Muebles y enseres

Muebles y Enseres			
	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Mesas redondas	6	\$110	\$660
Sillas	24	\$25	\$600
Escritorio	2	\$578	\$1156
Silla ejecutiva	2	\$161	\$322
Archivador	1	\$85	\$85
Cajoneras	2	\$69	\$138
Estanterías	2	\$552,50	\$1105
Total			\$2.201

- **Suministros de oficina.**

Tabla 21. Suministros de oficina.

Suministros de Oficina			
Materiales	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total Mensual
Resma papel	3	3,5	10,5
Esferos	10	0,35	3,5
Carpetas	10	0,94	9,40
Tinta	6	5	30
Engrapadora	1	4	4
Perforadora	1	1,87	1,87
Resaltador	3	0,93	2,79
		Total	64,4
		Mensual	64,4
		Semestral	386,4
		Anual	772,8

- **Servicios básicos.**

Tabla 22. Servicios básicos

Servicios Básicos			
Descripción	Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
Luz	\$80	480	960
Agua	\$45	270	540
Internet	\$26,50	159	318
Total	151,5	909	1818

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 23. Materiales de limpieza

Material de limpieza			
Materiales	Cantidad	Precio unit.	Precio total mensual
Escoba	3	4,5	13,5
Trapeador	2	6	12
Balde	3	3,5	10,5
Recogedor	2	2,5	5
Desengrasantes	3	7	21
Cloro	3	3,5	10,5
Papel toalla	5	3,5	17,5
Viledas	8	2,5	20
		Total	110
		Mensual	110
		Semestral	660
		Anual	1320

3.11 Estudio arquitectónico.

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (20 personas). En el área de producción, se ha considerado el espacio que necesitarán para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades.

3.11.1 Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 23. Estructura del establecimiento.



Morales, K. (2021). Estructura del establecimiento. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para formalizar el establecimiento es importante realizar varios trámites y permiso que permitirán el correcto funcionamiento.

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes), no tiene ningún tipo de costo para el que lo esté solicitando y necesita los siguientes requisitos para realizar el trámite:

- Cédula de identidad del representante legal
- Certificado de votación del representante legal
- Poder otorgado donde se autoriza el establecimiento de la empresa extranjera en el Ecuador y la persona responsable en el país
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Morales. K. (2021). Registro Único de Contribuyentes. Servicio de Rentas Internas. www.sri.gob.ec.

Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria / ARCSA

La normativa técnica que emite la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria tiene un valor de \$96 por tasas de registro sanitario, para ello, se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

Morales. K. (2021). Agencia de Regulación, Control y Vigilancia. ARCSA. www.controlsanitario.gob.ec

Patente Municipal

Este proceso se cancela una vez por año, para inscribir la RAET o Patente Municipal, se deben tener los siguientes requisitos:

- Formulario Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Formulario de Inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas. Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Contribuyente o Apoderado.
- Número de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica.
- Copia de la cédula, de ambos lados.
- Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
- Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
- Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica).
- Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica).
- En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

Morales. K. (2021). Patente Municipal. Municipio de Quito. www.pam.quito.gob.ec

Permiso de bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento del CBDMQ (El Cuerpo de Bomberos de Distrito Metropolitano de Quito) no tiene ningún costo y se necesita los siguientes requisitos:

- Solicitud de inspección del edificio: puede ser descargada en la página: Solicitud de Servicios
- RUC escaneado en formato PDF
- Cédula de identidad del representante legal escaneado en formato PDF

Morales. K. (2021). Permiso de bomberos. Municipio de Quito. www.quito.gob.ec

LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)

La licencia única de Actividades Económicas, lo deben obtener todos los establecimientos que tienen locales comerciales, oficinas, plantas o demás, que son sujetos de control por el Municipio, y el Cuerpo de Bomberos.

Los requisitos para obtener la licencia única de Actividades Económicas (LUAE) son los siguientes:

- Formulario de Solicitud LUAE
- Formulario de Solicitud de LUAE.
Lo puede encontrar en este
link: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleForm.aspx?Grupo=LUAE#info>
- Formulario Reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para LUAE
Lo puede encontrar en este
link: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleForm.aspx?Grupo=LUAE#info>
- Pago de la patente municipal.
- Copia de la cédula, de ambos lados.
- Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
- Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
- Foto del Rótulo, medidas y materiales del mismo.
- Autorización del dueño del predio, en el que le permite colocar el rótulo.
- En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

Morales. K. (2021). Licencia Única de Actividades Económicas. Municipio de Quito. www.quito.gob.ec

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se realiza en el IESS y no tiene ningún costo.

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

Morales. K. (2021). Registro Patronal de historial laboral. IESS. www.iess.gob.ec

IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)

Con el Decreto 356, de 03 de abril del 2018, el ex presidente Lenín Moreno transforma al INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI) en el SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES (SENADI), otorgándole nuevas responsabilidades y promoviendo la defensa de los derechos intelectuales.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. Se debe seguir el siguiente proceso:

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL

- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción PAGOS
- Opción TRAMITES NO EN LINEA
- Opción GENERAR COMPROBANTE
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- Imprima el comprobante
- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa o realice el pago en línea (Manual de uso)
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del SENADI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Morales. K. (2021). Registro de inscripción. SENADI. [www. derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

El sector de la industria alimentaria tiene alto impacto con el medio ambiente, ya que, se trabaja con productos tanto orgánicos y químicos donde a lo largo se puede causar algún tipo de daño en los procesos que realizaría el establecimiento.

Uno de los objetivos principales de ICEBOOM es prevenir los daños al medio ambiente en la elaboración de los helados, al momento de la producción de los helados se utilizará la materia prima necesaria, no se utilizará ningún tipo de químico para evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.

Se colocarán botes de basura, clasificando tanto desechos orgánicos e inorgánicos, para que todos los clientes puedan colocar los desechos en cada uno de ellos.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la heladería.

- **Contaminación de la basura:** todos los residuos ocasionarían problemas tanto para el medio ambiente, personal y a los clientes, se controlará el proceso de clasificación de basura para evitar enfermedades, contaminación con los alimentos y productos.
- **Contaminación al momento de limpiar la heladería:** es importante evacuar correctamente los residuos con productos químicos que se utiliza para realizar la limpieza de los pisos, la cocina, los utensilios, etc. y así evitar una contaminación con el medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** los frigoríficos donde se congelan los helados consumen mucha energía.

- **Consumo de agua:** se debe cuidar mucho el consumo del agua l realizar la limpieza, lavar los utensilios de esta manera se evita el desperdicio de manera irresponsable de este líquido vital.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por la heladería.

- Se colocará en lugares estratégicos los botes de basura con señalética para que los clientes los usen correctamente.
- Controlar y verificar que todas las tuberías se encuentren en buen estado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente, como: bolsas y tarrinas biodegradables.
- Adaptar todos los electrodomésticos a un adaptador de consumo de energía.
- Utilizar focos ahorradores en todo el establecimiento.
- Se evitará el uso de contenedores de plásticos, toda la vajilla será de loza.

5.3 Impacto social

Igualdad de género

ICE BOOM aceptará colaboradores de ambos sexos y desarrollará una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional.

Generar empleo

ICE BOOM dará oportunidad de empleo a personas del sector, así se podrá cumplir el ingreso al establecimiento de una manera más efectiva y podrán realizar el retorno a sus hogares de manera más rápida.

Atracción de empleados

Es importante tomar en cuenta varios aspectos para la fidelización de los colaboradores, como primer punto se debe ofrecer salarios competitivos, realizar incentivos, crear un buen ambiente laboral, transmitir un liderazgo consciente, generar todo tipo de formación continua y plan de desarrollo profesional, de esta manera se incentivará a los empleados para un mejor desempeño en el establecimiento.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el presente capítulo se encuentra detallado todo el análisis financiero del proyecto ICEBOOM, en el cual se indica la perspectiva del punto de vista económico y donde se estudia cada arista financiera para poder evidenciar la inversión total que se requiere para poder plasmar la heladería artesanal en el mercado.

6.2. Inversiones

La inversión determina cada uno de los recursos con la finalidad de obtener un beneficio de creación de activos o de capital, por tanto, es importante destinarlos para satisfacer necesidades a futuro.

6.3 Activos Fijos

Engloba todos los equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando un total de activos fijos de \$8.028,00.

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0,00
Vehículo	0,00
Equipos Ind./ seguridad	3.799,00
Equipos de Computación	2.028,00
Muebles - enseres	2.201,00
Total Activos Fijos	8.028,00

Tabla 24. Activos Fijos. (2021). Elaborado por Karola Morales

6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$304 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, transporte, etc.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	304,00

Tabla 25. Activos diferidos (2021). Elaborado por Karola Morales.

6.5. Capital de trabajo

Se toma en cuenta todos los recursos que se van a utilizar de manera anual. En el lapso de un año, el establecimiento se dispone a pagar un total en sueldos con diecinueve mil ciento ochenta y siete con cuarenta centavos, también se encuentra los servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) con el valor de mil ochocientos dieciocho, en cuanto al material de oficina se consideró un valor de setecientos setenta y dos con ochenta centavos. También tenemos el material de limpieza (trapeador, escobas, baldes, etc) con mil trescientos veinte.

En el alquiler de local anual está contemplado un valor de cuatro mil ochocientos, por otro lado, tenemos el valor de setecientos setenta y uno con noventa y seis que se considera para el valor anual de la publicidad, en el costo de materia prima se tomó en cuenta el valor de dos mil quinientos y por último, para los gastos financieros con un valor de dos mil cien dólares.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	19.187,40
Servicios Básicos	1.818,00
Material oficina	772,80
Material limpieza	1.320,00
Servicio auto	0,00
Alquiler local	4.800,00
Publicidad	771,96
Adquisición de materia prima	2.500,00
Gastos financieros	2.100,00
TOTAL INVERS	31.170,16

Tabla 26. Capital de trabajo (2021). Elaborado por Karola Morales.

DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	8.028,00
Total Activos Diferidos	304,00
Total Capital de Trabajo	31.170,16
TOTAL INVERSIÓN	39.502,16

Tabla 27. Detalles de inversión (2021). Karola Morales.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$39.502,16.

6.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios que determina la ley.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente	550,00	6.600,00	623,70	801,90	6.778,20
Ayudante de producción	400,00	4.800,00	453,60	583,20	4.929,60
Mesero y cajero	400,00	4.800,00	453,60	583,20	4.929,60
TOTAL	1.350,00	16.200,00	1.530,90	1.968,30	16.637,40

Tabla 28. Sueldos. (2021). Elaborado por Karola Morales

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Gerente	550,00	400,00	550,00	950,00
Ayudante de producción	400,00	400,00	400,00	800,00,00
Mesero y cajero	400,00	400,00	400,00	800
TOTAL	1.350,00	1.200,00	1.350,00	2.550,00

Tabla 29. Décimos (2021). Elaborado por Karola Morales.

TOTAL SUELDOS	TOTAL DÉCIMOS	TOTAL ANUAL
16.637,40	2.550,00	19.187,40

Tabla 30. Sueldos totales (2021). Elaborado por Karola Morales.

El total anual de los sueldos incluido todos los beneficios legales son de \$19.187,40.

6.7. Depreciación activos fijos.

En la siguiente tabla se detalla la cuantificación económica del desgaste que tienen los bienes al paso del tiempo. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, edificio tiene un 20%, el vehículo tiene un 5%, los equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1.275,93.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	3.799,00	10%	379,90
Edificio	0,00	20%	0,00
Vehículos	0,00	5%	0,00
Equipos de Computación	2.028,00	33,33%	675,93
Muebles y Enseres	2.201,00	10%	220,10
TOTAL DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			1.275,93

Tabla 31. Depreciación de activos fijos (2021). Elaborado por Karola Morales.

6.8. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que equivale a sesenta con ochenta centavos y el monto por constitución equivale a trescientos cuatro dólares.

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	304,00	20%	60,80

Tabla 32. Amortizaciones (2021). Elaborado por Karola Morales.

6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra detallada de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$16.1700,16 que equivale a una estructura del 52%; con un costo del 12% con una tasa de descuento de 6,2 %; por tanto, el Capital Financiero es de \$15.000 con una estructura del 48% , siendo su costo del 14 % que refleja el 6,7% de tasa de descuento; teniendo un Total de Inversión de \$31.170,16 que en la suma

total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,0% valor indicador que nos indica la factibilidad de la empresa.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	16170,16	52%	12%	6,2%	
Capital Financiero	15.000,00	48%	14%	6,7%	
TOTAL ESTRUCTURA CAPITAL	31170,16	100%		13,0%	TMAR

Tabla 33. Capital (2021). Elaborado por Karola Morales

6.10. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	15.000,0			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	15.000,00
1	4369,25	2.100,00	2.269,25	12.730,75
2	4369,25	1.782,30	2.586,95	10.143,80
3	4369,25	1.420,13	2.949,12	7.194,68
4	4369,25	1.007,25	3.362,00	3.832,68
5	4369,25	536,57	3.832,68	0,00

Tabla 34. Amortización (2021). Elaborado por Karola Morales.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 15.000,00 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; teniendo un interés de \$2.100,00 y con un pago capital de 2.269,25 dando un saldo de cero dólares al final del periodo establecido.

6.11. Punto de equilibrio

Costos fijos	
Materia prima	208,33
Arriendo	400,00
Sueldos	1598,95
Servicios básicos	151,50
TOTAL	2358,78

Tabla 35. Datos punto de equilibrio (2021). Elaborado por Karola Morales.

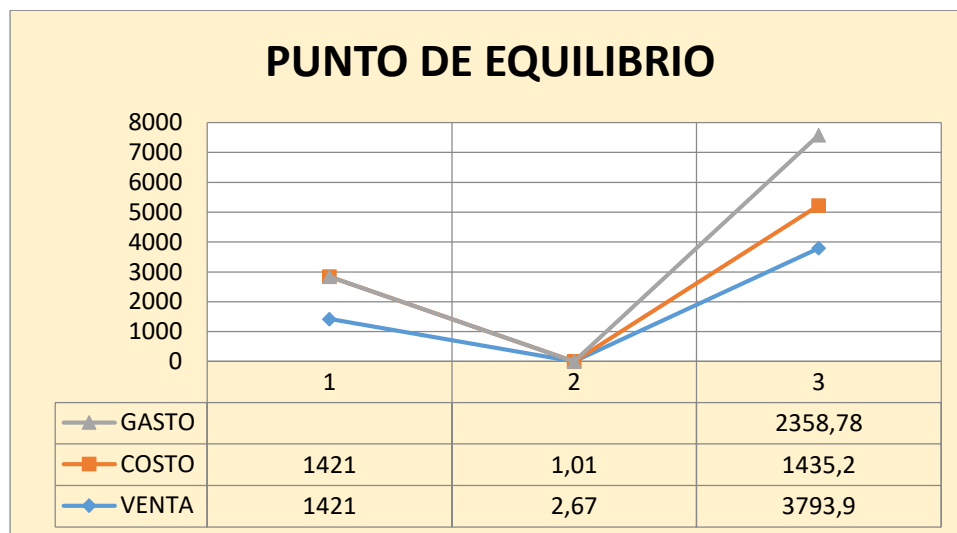
Receta Estándar			
Precio	2,67		
Costo	1,01		
Ganancia	1,66	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	

Tabla 36. Margen de contribución (2021). Elaborado por Karola Morales.

VENTA	1.421,00	2,67	3793,90
COSTO	1.421,00	1,01	1435,20
GASTO			2358,78
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 37. Punto de equilibrio (2021). Elaborado por Karola Morales.

Ilustración 23. Punto de Equilibrio.



Morales, K. (2021). Punto de Equilibrio. Quito.

Ventas Proyectadas			
2.700,00	7.209,00	86.508,00	ventas
2.700,00	2.727,00	32.724,00	costo

Tabla 38. Ventas /costos (2021). Elaborado por Karola Morales.

En el punto de equilibrio se establece con una cantidad de \$86.508,00 anual de helados a vender para poder tener una rentabilidad.

6.12 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		86508,00	89111,89	91794,16	94557,16	97403,33
COSTO DE VENTAS		32724,00	33708,99	34723,63	35768,81	36845,46
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		53784,00	55402,90	57070,53	58788,35	60557,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS		19187,40	19764,94	20359,87	20972,70	21603,98
SERVICIOS BÁSICOS		1818,00	1872,72	1929,09	1987,16	2046,97
MATERIAL OFICINA Y LIMPIEA		2092,80	2155,79	2220,68	2287,53	2356,38
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		4800,00	4944,48	5093,31	5246,62	5404,54
PUBLICIDAD		771,96	795,20	819,13	843,79	869,19
DEPRECIACIONES		1275,93	1275,93	1275,93	1275,93	1275,93
AMORTIZACIONES		60,80	60,80	60,80	60,80	60,80
UTILIDAD OPERATIVA		23777,11	24533,03	25311,71	26113,83	26940,09
GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21677,11	22750,73	23891,58	25106,58	26403,52
BASE IMPOSITIVA		7857,95	8247,14	8660,70	9101,13	9571,28
UTILIDAD NETA		13819,16	14503,59	15230,88	16005,44	16832,24

Tabla 39. Costo de ventas. (2021). Elaborado por Karola Morales

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$13.819,16 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$16.832,24.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		23777,11	24533,03	25311,71	26113,83	26940,09
DEPRECIACIÓN		1275,93	1275,93	1275,93	1275,93	1275,93
AMORTIZACIÓN		60,80	60,80	60,80	60,80	60,80
- BASE IMPOSITIVA		7857,95	8247,14	8660,70	9101,13	9571,28
- GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
- PAGO CAPITAL		2.269,25	2.586,95	2.949,12	3.362,00	3.832,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-39502,16	12.886,64	13.253,37	13.618,49	13.980,18	14.336,30

Tabla 40. Flujo de caja (2021). Elaborado por Karola Morales

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$12.886,64, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$14.336,30.

6.14. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, se tomó en cuenta todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el

flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$8.193,59.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 20,63 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 12,96% con el TMAR.

VAN	8.193,59
TIR	20,93%
TMAR	12,96%

Tabla 41. VAN/ TIR (2021). Elaborado por Karola Morales.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Recomendaciones

- Una de las principales recomendaciones es ejecutar el proyecto detallado y analizar todas las mejoras y ajustes que en el transcurso del tiempo se vayan generando, tomando en cuenta el análisis financiero para futuras proyecciones.
- Es importante aplicar un correcto plan de marketing de contenidos, de esta manera se puede desarrollar campañas y estrategias que den a conocer la marca, producto o servicio de la organización y así poder potencializar y posicionarse en el mercado.
- Las organizaciones deben contar con una organización empresarial estructurada, donde se tome en cuenta las actividades direccionadas y planificadas para que los colaboradores puedan desempeñar y realizar un correcto trabajo.
- Para el correcto funcionamiento de los establecimientos u organizaciones, se debe tomar en cuenta y gestionar todos los permisos que los entes de regularización los establecen.

7.2 Conclusiones

- Para llegar a nuestro punto de equilibrio, las ventas anuales deben ser de \$806.508, dichas ventas nos ayudarán a cubrir los costes fijos y variables de la organización para tener una buena rentabilidad.

- El desarrollo de un estudio financiero nos ayuda a determinar si un proyecto será viable, en ese te caso podemos evidenciar que nuestro TIR posee un valor de 20,93% por tanto es rentable y nos brindará rentabilidad ya que es mayor a nuestro TMAR con un valor de 12,96%.

7.3 Anexos

¿Cómo Comprar en el sitio?

artefacta.com

Qué es lo que buscas...

Q

Tiendas

Mi Cuenta

0 artículos \$0.00

Contáctanos

Chatea con nosotros

PRODUCTOS

Televisores

Muebles

Línea blanca

Nuestras marcas

Ofertas

Paga tu cuota aquí

SOLICITA TU CRÉDITO DIRECTO

Inicio > HP Computadora All in one / 21-B0005LA / Intel® Pentium® J5040

⚠ Por favor, especifica la(s) opción(es) requeridas del producto

Oferta Contado/Tarjeta



Escríbale a un Experto HP

TrustedSite

AGREGAR AL CARRITO

COTIZAR A CRÉDITO

~~\$654.39~~
\$573.00
(incluido IVA)


HP Computadora All in one / 21-B0005LA / Intel® Pentium® J5040
SKU: 124259
Se el primero en comentar este producto

Compartir

Ayuda

¿Cómo Comprar en el sitio?

artefacta.com

Qué es lo que buscas...

Q

Tiendas

Mi Cuenta

0 artículos

Contáctanos

Chatea con nosotros

PRODUCTOS

Televisores

Muebles

Línea blanca

Nuestras marcas

Ofertas

Paga tu cuota aquí

SOLICITA TU CRÉDITO DIRECTO

⚠ Por favor, especifica la(s) opción(es) requeridas del producto

Ofertón



CARGANDO...

~~\$366.93~~
\$299.00
(incluido IVA)

Epson Impresora / L3150 / Multifunción
SKU: 108866
Se el primero en comentar este producto

Compartir

Garantía Adicional

Oferta Contado/Tarjeta



Realme
 Realme Celular Dual SIM / C11
 RMX3231 / 32GB
~~\$184.00~~
\$145.00
 (Incluido IVA)



Oferta Contado/Tarjeta



Realme
 Realme Celular Dual SIM / C11
 RMX3231 GRIS / 32GB
~~\$184.00~~
\$145.00
 (Incluido IVA)



Por favor, especifica la(s) opción(es) requeridas del producto



CARGANDO...



\$1,109.00
 (Incluido IVA)

MASTERTEGH

Mastertech Refrigeradora Syde by
 Syde / MTSB527D1AS / 20 pies

SKU: 112007

Se el primero en comentar este producto

Compartir

Por favor, especifica la(s) opción(es) requeridas del producto

Ofertón



CARGANDO...



~~\$759.00~~
\$599.00
(incluido IVA)



Indurama Congelador / CI-300 / 12
Pies cúbicos

SKU: 87077

Se el primero en comentar este producto

Compartir

Por favor, especifica la(s) opción(es) requeridas del producto



CARGANDO...



\$399.00
(incluido IVA)

MASTERTECH

Mastertech Cocina / CAROLINA / 5
Quemadores

SKU: 121133

Se el primero en comentar este producto

Compartir

Inicio > Electrolux Batidora / ESM30 / 300 W

Por favor, especifica la(s) opción(es) requeridas del producto



CARGANDO...



\$68.99
(incluido IVA)

Electrolux

Electrolux Batidora / ESM30 / 300 W

SKU: 111695

Se el primero en comentar este producto

Compartir

Garantía Adicional

Ayuda

Esperando a www.artefacta.com...

Por favor, seleccione







Teléfono: (593) – 2 2403946
 Email: online@dilipa.com.ec

CATEGORÍAS

[INICIO](#)
[NOSOTROS](#)
[CLIENTES CORPORATIVOS](#)
[CLIENTES MAYORISTAS](#)
[BLOG](#)
[CONTÁCTANOS](#)


INICIO

RESULTADOS DE LA BÚSQUEDA




Ordenar por: Relevancia



PAPEL BOND HAMMERMILL 75GR...

En Stock!

\$3.41

PAPEL A4 HAMMERMILL 75GR







Teléfono: (593) – 2 2403946
 Email: online@dilipa.com.ec

CATEGORÍAS

[INICIO](#)
[NOSOTROS](#)
[CLIENTES CORPORATIVOS](#)
[CLIENTES MAYORISTAS](#)
[BLOG](#)
[CONTÁCTANOS](#)


INICIO

RESULTADOS DE LA BÚSQUEDA




Ordenar por: Relevancia



BOLIGRAFO BIC PUNTA FINA NEGRO

En Stock!

\$0.33

BOLIGRAFO BIC NEGRO

INICIO

RESULTADOS DE LA BÚSQUEDA



Ordenar por: Relevancia



PERFORADORA KW TRIO 9880...

En Stock!

\$1.87

PERFORADORA KW 9880 PEQ 10H

INICIO

RESULTADOS DE LA BÚSQUEDA



Ordenar por: Relevancia



DESTACADOR BIC TANQUE NARANJA

En Stock!

\$0.93

DESTACADOR BIC TANQUE NARANJ



Iniciar Sesión / Crear
Mi Carrito de Com
ECUAD

INICIO *CyberDay* SALAS COMEDORES DORMITORIOS COLCHONES OFICINA EXTERIOR ACCESORIOS HOGAR OUTLET

Tips e Ideas

- Electrodomésticos >
- Movilidad >
- Fitness >
- Belleza >
- Ropa Infantil >
- Limpieza >

Inicio » Sillas de Oficina » Silla Calypso Giratoria



Silla Calypso Giratoria

SKU: OCV10500CY790T37705

*Tiempo estimado de entrega: 20 días laborables en muebles y 15 días laborables para accesorios.

\$161.50 ~~\$190.00~~

Colores



Cantidad



Iniciar Sesión / Crear C
Mi Carrito de Compr
ECUADOR

INICIO *CyberDay* SALAS COMEDORES DORMITORIOS COLCHONES OFICINA EXTERIOR ACCESORIOS HOGAR OUTLET

Tips e Ideas

Inicio » Bibliotecas » BIBLIOTECA REPISAS ITALIA MUEBLES COLINEAL

15%



Biblioteca Repisas Italia

SKU: COL105S0IT930

*Tiempo estimado de entrega: 20 días laborables en muebles y 15 días laborables para accesorios.

\$552.50 ~~\$650.00~~

Cantidad

- 1 +

Agregar al carrito

