



**CARRERA: GASTRONOMÍA**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía.”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía**

**AUTOR:**

**Selena Thalía Luzón Calderón**

**TUTOR:**

**MSc. Christian Carvajal**

**D.M. Quito, 3 de marzo 2021**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios por darme fuerza para continuar en el camino correcto y así obtener uno de mis más anhelados deseos.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio constante durante toda mi carrera, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis hermanas por ser mi apoyo incondicional y estar presentes en cada una de las etapas de mi vida.

A mis sobrinos que con su alegría y entusiasmo me alentaban a continuar luchando por lo que me apasiona.

A mi hija, que es la luz en mi vida y mi mayor fuente de inspiración día a día.

Por último quiero dedicar este trabajo a mi esposo, que con su apoyo me ayudo alcanzar y concluir esta meta. Gracias infinitas a cada uno de ellos.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida. A toda mi familia por ser el pilar fundamental en mi camino y estar siempre presentes. Agradezco a mis maestros del Instituto Tecnológico Internacional Universitario, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión. De manera especial, al master Christian Carvajal, tutor de mi proyecto de grado, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración me ha guiado, no solo en la elaboración de este trabajo, sino a lo largo de mi carrera y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

## **AUTORIA**

Yo, Selena Thalía Luzón Calderón, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Selena Thalía Luzón Calderón

D.M. Quito, 3 de marzo del 2021

**MS.c Christian Carvajal.**

**Director 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 Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 3 de marzo 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:** El **MS.c Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Director del trabajo fin de carrera; y la Srta. **Selena Thalía Luzón Calderón** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

**SEGUNDA: UNO.-** La Srta. Selena Thalía Luzón Calderón realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del MS.c Christian Carvajal.

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

**TERCERA:** Los comparecientes, MS.c Christian Carvajal en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Srta. Selena Thalía Luzón Calderón, 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: **“Proyecto de factibilidad para la Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía.”**, 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.

**MS.c Christian Carvajal**

**Selena Luzón**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>AUTORIA .....</b>	<b>iv</b>
<b>CERTIFICACIÓN.....</b>	<b>v</b>
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....</b>	<b>x</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Resumen Ejecutivo.....	1
<b>2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....</b>	<b>3</b>
2.1 Creación de la empresa .....	3
2.2 Descripción de la empresa .....	3
2.3 Tamaño de la empresa .....	4
2.4 Necesidades que satisfacer.....	5
2.5 Localización de la empresa .....	7
2.6 Filosofía empresarial .....	7
2.7 Desarrollo organizacional .....	10
2.8 Organigrama empresarial.....	12
2.9 Funciones del personal .....	13
<b>3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....</b>	<b>18</b>
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	18
3.2 Investigación de mercado.....	18
3.3 Plan de Muestreo .....	19
3.4 Análisis de las encuestas .....	21
3.5 Entorno empresarial.....	32
3.6 Producto y servicio .....	38
3.8 Plan de introducción al mercado .....	41
3.9 Fijación de Precios.....	49
3.10 Implementación del negocio .....	59
3.11 Estudio arquitectónico .....	63
<b>4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....</b>	<b>65</b>
4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI.....	65
4.2 Municipio de Mejía .....	65
4.3 Cuerpo de Bomberos .....	66
4.4 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA.....	66

4.5 Ministerio del Trabajo .....	66
4.6 Ministerio de Turismo .....	67
4.7 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS .....	67
<b>5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....</b>	<b>68</b>
5.1 Objetivo de área. ....	68
5.2 Impacto ambiental. ....	68
5.3 Impacto social. ....	69
<b>6. PROCESO FINANCIERO .....</b>	<b>71</b>
6.1. Introducción .....	71
6.2. Inversiones .....	71
6.3. Activos diferidos .....	72
6.4. Capital de trabajo.....	72
6.5. Sueldos.....	74
6.6. Depreciación activos fijos.....	75
6.7. Amortizaciones.....	75
6.8. Estructura capital.....	76
6.9. Tabla de Amortización .....	76
6.10. Punto de equilibrio.....	77
6.11 Costo de ventas.....	78
6.12. Flujo de caja .....	80
6.13. Calculo del TIR y el VAN .....	81
<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>82</b>
7.1 Conclusiones .....	82
7.2 Recomendaciones.....	83
7.3 Bibliografía .....	84
7.4 Anexos .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente chef .....	13
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Ayudante de cocina – Despachador .....	15
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, Cajero – Recepcionista.....	16
Tabla 4. ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila?.....	21
Tabla 5. ¿Con qué frecuencia consume usted helados? .....	22
Tabla 6. ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? .....	23
Tabla 7. ¿Cuál de estos sabores preferiría consumir?.....	24
Tabla 8. ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? .....	25
Tabla 9. ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? .....	26
Tabla 10. Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? .....	27
Tabla 11. ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? .....	28
Tabla 12. ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar?...29	
Tabla 13. ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? .....	30
Tabla 14. Proveedores.....	34
Tabla 15. Financiamiento Publicidad .....	48
Tabla 16. Helado de mortiño, receta estándar de costos .....	51
Tabla 17. Helado de uvilla, receta estándar de costos .....	52
Tabla 18. Helado de capulí, receta estándar de costos.....	53
Tabla 19. Helado de chocho, receta estándar de costos .....	54
Tabla 20. Helado de mortiño, receta estándar de producción .....	55
Tabla 21. Helado de uvilla, receta estándar de producción.....	56
Tabla 22. Helado de capulí, receta estándar de producción .....	57
Tabla 23. Helado de chocho, receta estándar de producción .....	58
Tabla 24. Arriendo del local .....	59
Tabla 25. Equipos industriales.....	59
Tabla 26. Equipos de computación.....	60
Tabla 27. Muebles y enseres .....	60
Tabla 28. Equipos industriales de seguridad .....	61
Tabla 29. Suministros de oficina. ....	62
Tabla 30. Servicios básicos .....	62
Tabla 31. Materiales de limpieza.....	63
Tabla 32. Inversiones .....	71
Tabla 33. Activos diferidos .....	72
Tabla 34. Capital de Trabajo .....	73
Tabla 35. Detalles de inversión .....	73
Tabla 36. Sueldos.....	74
Tabla 37. Decimos .....	74
Tabla 38. Sueldos Totales .....	74
Tabla 39. Depreciación de Activos Fijos .....	75
Tabla 40. Amortizaciones .....	75
Tabla 41. Capital.....	76
Tabla 42. Amortización.....	76
Tabla 43. Datos Puntos de Equilibrio .....	77
Tabla 44. Activos Margen de Contribución .....	77
Tabla 45. Punto de Equilibrio.....	78
Tabla 46. Ventas / Costos.....	78
Tabla 47. Costo de Ventas.....	79

Tabla 48. Flujo de Caja .....	80
Tabla 49. VAN / TIR .....	81

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Pirámide de Maslow .....	5
Ilustración 2. Parroquia de Cutuglagua .....	7
Ilustración 3. Organigrama empresarial Achachay que Helado .....	12
Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular .....	21
Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular .....	22
Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular .....	23
Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular .....	24
Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular .....	25
Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular .....	26
Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular .....	27
Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular .....	28
Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular .....	29
Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular .....	30
Ilustración 14. Esquema microentorno Achachay que Helado .....	32
Ilustración 15. Mapa referencial .....	33
Ilustración 16. Macroentorno Achachay que Helado .....	36
Ilustración 17. Diseño uniforme Gerente Chef .....	42
Ilustración 18. Diseño uniforme Ayudante de cocina y Cajero .....	43
Ilustración 19. Imagotipo Achachay que Helado .....	44
Ilustración 20. Logotipo Achachay que Helado .....	45
Ilustración 21. Anverso tarjeta de presentación .....	46
Ilustración 22. Reverso tarjeta de presentación .....	46
Ilustración 23. Hoja membretada .....	47
Ilustración 24. Plano arquitectónico Achachay que Helado .....	64

**“Proyecto de factibilidad para la Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía.”**

Selena Thalía Luzón Calderón

Ing. Christian Carvajal

D.M. Quito 3 de Marzo, 2021

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Resumen Ejecutivo**

En el presente trabajo se propone un Plan de Negocio para la implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, para lo cual se tomó en cuenta un estudio de factibilidad para demostrar la viabilidad del proyecto y así estimar el posible rendimiento económico de dicha iniciativa empresarial.

Se han identificado oportunidades muy importantes para el éxito del proyecto como la creciente demanda del producto, el consumo de productos naturales en la población y el bajo riesgo de la inversión, así también se ha identificado barreras importantes como la aparición de nuevos competidores y la falta de conocimiento por parte del consumidor.

Las principales características que se manejan en la empresa son la responsabilidad social, el mantener una constante investigación e innovación, trabajando con profesionales apasionados y capacitados, tratando de potenciar la cooperación entre trabajadores, generando un buen ambiente laboral.

El negocio buscará a través de la investigación ofrecer un helado de calidad, manejando siempre altos estándares en producción, con la finalidad de asegurar la satisfacción del cliente, y de esta forma llegar a ser reconocido a nivel local, por la calidad y el servicio ofertado. Proyectándose que en el plazo de un año cuente con la liquidez necesaria para solventar y cubrir gastos e inversiones que el negocio necesite.

Para el proyecto se ha considerado la aplicación de cuatro tipos de investigación, como es la investigación aplicada, documental, de campo y la experimental.

Al desarrollar este tipo de investigaciones se estudia las diferentes técnicas ancestrales de elaboración de helados, se recolecta información de fuentes primarias y secundarias de

aquellas recetas tradicionales, y se obtiene información del entorno en el que la heladería se desenvuelve con el objetivo de no alterar la parte esencial que mantiene viva una tradición gastronómica y garantizar la calidad del producto en su presentación final.

Como parte importante del proyecto es la creación de una marca para el producto que sea fácilmente identificable y que sea recordada por el consumidor, para lo cual se ha empleado una frase típica ecuatoriana “Achachay que frío”, que se desprende de un término quechua Achakáw que significa ¡Que frío!, dando como resultado la combinación de dicho termino con el producto a ofertarse en el nombre de la empresa Achachay que Helado.

El negocio se regirá a las políticas y estrategias encaminadas en la misión, cumpliendo con el ordenamiento jurídico vigente, respetando lo estipulado en el Código de Trabajo y en la Constitución de la República del Ecuador. Para lo cual desde un inicio se procede a obtener todos los permisos pertinentes y requeridos para poder realizar actividades económicas de forma legal.

Se procederá a un estudio de impacto ambiental y social con el objetivo de prevenir, mitigar y restaurar el daño que se pueda causar al medio ambiente y a los miembros de la comunidad. Una de las prioridades del negocio es la mitigación de la contaminación ambiental, y lo hará por medio de la utilización de productos amigables con el medio ambiente, empaques y fundas biodegradables y manejo de contenedores apropiados para la separación de residuos dentro y fuera de las instalaciones de la heladería.

En el estudio económico-financiero del proyecto se ha realizado un plan de inversiones con todo aquello que se invertirá en el año cero, un plan de ventas que ha permitido realizar la proyección de ventas en litros y el porcentaje de participación deseada del negocio y se han realizado los flujos de caja correspondientes, en un inicio con el 46% de capital propio y un 54% de capital financiado con deuda.

Se han tomado en cuenta todos aquellos gastos y costos en los que se incurrirán para el funcionamiento del negocio, tales como los sueldos, las materias primas a utilizarse, los servicios básicos, el equipo y maquinaria requerida para la producción y todo aquello que la empresa ha visto necesario para comenzar sus actividades.

Las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$14.831,95 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$18.326,29.

Con esto resultando en un VAN de \$ 10.319,22 y una TIR del 23,66%, lo cual indica que el proyecto es rentable, y que se podría invertir en él, gracias a estos indicadores de rentabilidad.

## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **2.1 Creación de la empresa**

Achachay que Helado, nace de la necesidad de satisfacer a un determinado grupo poblacional, con helados elaborados artesanalmente a base de frutas propias del callejón Andino, como son mortiño, uvilla, chocho y capulí. Lo que se busca con la implementación de este negocio es recuperar técnicas ancestrales de elaboración de helados, tratando de conservar la mayor cantidad de nutrientes de la fruta y evitando la añadidura de conservantes que alteran el sabor natural del helado. El negocio busca ofrecer un producto de alta calidad, con precios accesibles y de una presentación llamativa hacia el cliente.

### **2.2 Descripción de la empresa**

- **Importancia**

Las elaboraciones de helado en la mayor parte del territorio ecuatoriano se vienen dando de forma industrializada, debido a la gran demanda de productos y a la necesidad de obtener mayores beneficios en un corto plazo y con poco esfuerzo. Por lo que el recuperar técnicas ancestrales de elaboración de helado, beneficia a la comunidad al conservar el patrimonio gastronómico del país y así mantener viva la memoria de nuestros pueblos. Además de esto, es importante la creación de este tipo de negocios, ya que aporta en la economía del sector donde se localiza, dando realce a los productos utilizados en la elaboración del helado y que son ofertados en los mercados del cantón. También se busca generar fuentes de empleo al contratar personal que habita en lugares aledaños al negocio.

- **Características**

Responsabilidad social: Achachay que Helado, comprende que al trabajar dentro de una sociedad tiene una responsabilidad social con sus trabajadores, clientes y población en general del Cantón Mejía.

Investigación e innovación: Achachay que Helado, se basa en la recuperación de técnicas ancestrales para la elaboración de helado, por lo que se ve inmerso en la investigación del origen, métodos, técnicas e ingredientes utilizados tradicionalmente, para de esta forma poder innovar en los mismos, sin alterar su esencia y naturalidad.

Profesionales apasionados y con amor por el servicio: Entendiendo que para obtener un producto de calidad no solo basta con la materia prima o los procesos empleados, si no el amor y la pasión que se le añade al elaborarlos, ya que son fundamentales para crear experiencias únicas e inolvidables en el cliente.

- **Actividad**

Achachay que Helado es un establecimiento de alimentos y bebidas, específicamente una heladería en donde se ofrecerán helados artesanales a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí, añadiendo la innovación en sus presentaciones y dándole un toque moderno al mismo. Achachay que helado está dirigido a un target medio.

### **2.3 Tamaño de la empresa**

Achachay que Helado es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente Chef
- Ayudante de cocina- Despachador
- Recepcionista- Cajero

## 2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow



Luzón, S. (2020). Pirámide de Maslow. [Gráfico]. Recuperado de:  
<https://www.formacionparaprofesionales.es/la-piramide-de-maslow-aplicada-a-los-profesionales/>

### a. Necesidad Fisiológica

Al ser una empresa de alimentos y bebidas la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa.

### b. Necesidad de Seguridad

Inicialmente la seguridad alimentaria es fundamental para obtener un producto inocuo, por lo que en Achachay que Helado se maneja buenas prácticas de manufactura, manteniendo un estricto control en la cadena de producción, como en la materia prima utilizada en la misma. Buscando de esta manera que el producto final llegue al cliente en óptimas condiciones y de forma segura.

También es muy importante la seguridad física del cliente, en especial en medio de la crisis mundial que se está viviendo a causa de la pandemia por COVID-19, por lo

que en Achachay que Helado se manejan todas las medidas de bioseguridad para garantizar que el ambiente en donde el cliente se desenvuelve este sanitizado y libre de virus que puedan atentar contra su salud, y que de esta manera se sienta tranquilo y a gusto dentro de las instalaciones de la empresa.

Finalmente, pero no menos importante se encuentra la seguridad hacia el personal de la empresa, que viene dada por el cumplimiento del Código de Trabajo vigente en el Ecuador, con esto respetando sus deberes y no vulnerando sus derechos en la empresa.

#### **c. Necesidad Social- Afiliación**

Para satisfacer la necesidad de afiliación en Achachay que Helado se potencia la cooperación entre trabajadores, de esta forma aumentando el rendimiento y generando un buen ambiente laboral.

Se mantiene una constante comunicación a la hora de gestionar los proyectos de la empresa, haciendo sentir a sus colaboradores parte fundamental de la misma.

#### **d. Necesidad de Reconocimiento**

Por medio de la investigación de tradiciones gastronómicas en el territorio ecuatoriano, se busca entregar al consumidor un producto de excelente calidad a un precio cómodo y accesible.

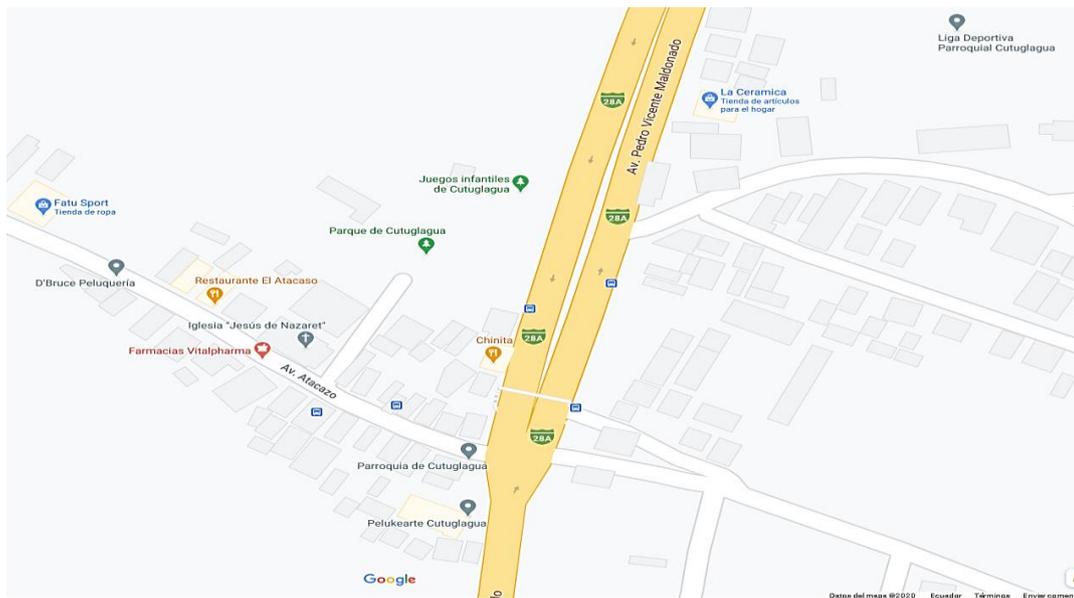
#### **e. Necesidad de Autorrealización**

Que Achachay que Helado llegue a ser una empresa reconocida primero a nivel local y luego a nivel nacional, no únicamente por sus sabores y precios, sino por la calidad de sus productos y servicios.

## 2.5 Localización de la empresa

Achachay que Helado estará ubicada en la provincia de Pichincha – Ecuador, cantón Mejía, Parroquia Cutuglagua, Barrio Central, Av. Atacazo y Av. Pedro Vicente Maldonado.

Ilustración 2. Parroquia de Cutuglagua



Google Maps. (2020). Parroquia de Cutuglagua. [Mapa satelital]. Recuperado de:  
<https://www.google.com.ec/maps/@-0.3652635,-78.5509174,19z>

## 2.6 Filosofía empresarial

### 2.6.1 Misión

Achachay que Helado, será una heladería que a través de la investigación de técnicas ancestrales gastronómicas ofrezca un helado de calidad, cuidando los protocolos de seguridad y de calidad del producto, trabajando con personal altamente calificado, con experiencia en el servicio, a un precio justo y a través de esto asegurar la satisfacción del cliente.

### **2.6.2 Visión 2023**

Ser reconocidos a nivel local, por la calidad, el servicio y la variedad de productos ofertados, siendo este 100% natural y tradicional del pueblo ecuatoriano.

- **Objetivos**

- ✓ Incentivar la conservación y revalorización de técnicas ancestrales gastronómicas en la elaboración de helados.
- ✓ Brindar al consumidor una carta variada de sabores y a precios accesibles.
- ✓ Contar con personal altamente calificado y veraz, con amplios conocimientos del área de la heladería.

- **Meta**

Tener una heladería que en el plazo de un año cuente con la liquidez necesaria para solventar y cubrir gastos e inversiones que la empresa realice en este tiempo, para de esta forma lograr una rentabilidad estable.

- **Estrategias**

- ✓ Promover el consumo de helados artesanales, con el fin de incrementar su conocimiento y comercialización.
- ✓ Conocer los gustos y preferencias en sabores de la población local.
- ✓ Brindar diferentes opciones de servicio requeridas por el consumidor, con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

- **Políticas**

### **Los trabajadores**

- Mantener siempre una actitud amable y ética en la atención al cliente.

- Procurar mantener siempre el respeto a sus compañeros y superiores.
- Cuidar su uniforme, manteniendo siempre una buena presentación personal.
- Ser puntuales al ingreso de sus actividades.
- Ser responsables al cumplir con las tareas designadas, procurando realizarlas según lo establecido.

### **La empresa**

- Es responsable de tratar a sus trabajadores con la debida consideración, no infringiéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Brindar una constante capacitación al personal, para entregar un servicio de calidad a los consumidores.
- Mantener altos estándares de calidad en sus productos, mediante controles periódicos en el proceso productivo.
- Cumplir con los derechos y obligaciones según lo establecido por el Código de Trabajo y la Constitución del Ecuador.
- **FODA**

### **Fortalezas**

- \* Productos innovadores en el sector de Cutuglagua.
- \* Precios económicos, accesibles al consumidor.
- \* Producto natural, libre de compuestos químicos
- \* Personal capacitado y comprometido con la calidad y el servicio.

### **Oportunidades**

- \* Incremento de la demanda de consumo de productos naturales libres de colorantes y preservantes.
- \* Diversidad de frutas que produce el territorio ecuatoriano.

- \* Nula competencia referente a heladerías artesanales en el sector.
- \* Expandir y mejorar las instalaciones de la empresa.

### **Debilidades**

- \* Falta de conocimiento sobre el consumo y beneficios de algunas frutas exóticas del Ecuador.
- \* La fruta se la consigue por temporada.
- \* Conocimiento nulo sobre la existencia de la marca.
- \* Bajo capital de trabajo.

### **Amenazas**

- \* Escasez de la fruta.
- \* Déficit político, social y económico en el Ecuador.
- \* Ingreso de nuevos competidores.
- \* Desinterés de los posibles consumidores.
- \* Pandemia Mundial

## **2.7 Desarrollo organizacional**

- **Tipo de Estructura**

### **Diferenciación**

En Achachay que Helado la comunicación será de tipo vertical, iniciando en los niveles superiores de la cadena de mando, hasta llegar a los niveles inferiores de la misma, esto hará que sea más sencillo el manejo y supervisión de procesos.

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

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

#### **Nivel Gerencial**

- Chef Propietario

#### **Nivel Operativo**

- Ayudante de cocina – Despachador
- Recepcionista – Cajero

#### **Formalización**

La empresa se regirá a las políticas y estrategias encaminadas en la misión, cumpliendo con el ordenamiento jurídico vigente, respetando lo estipulado en el Código de Trabajo y en la Constitución de la República del Ecuador.

#### **Centralización – Descentralización**

Achachay que Helado centrará sus actividades en las áreas de producción y distribución, ya que depende de ellas para lograr la satisfacción y el reconocimiento de la empresa.

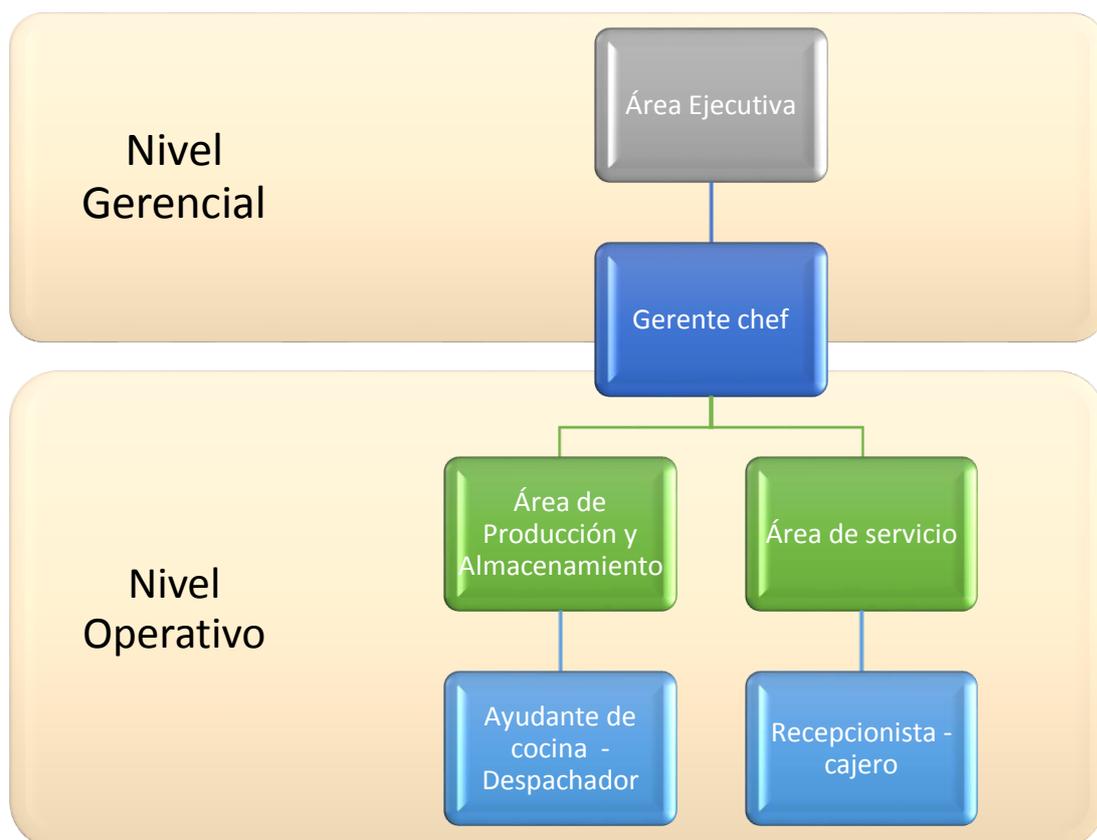
La descentralización se realizará mediante la delegación de funciones, desde la cabeza de mando hacia el personal de los niveles inferiores, todo esto con el fin de ejecutar acciones con mayor rapidez, mejorar la toma de decisiones y lograr que los empleados se sientan motivados e incluidos en las decisiones de la empresa.

## Integración

La integración organizacional se apoyará en el método de gestión por medio de las etapas de producción, este método permitirá manejar un control completo de las actividades de cada una de las áreas, reconociendo la interacción entre ellas y a su vez teniendo en cuenta que se debe llevar un control de actividades, en las cuales intervengan los distintos niveles de la empresa.

### 2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial Achachay que Helado



Luzón, S. (2020). Organigrama empresarial Achachay que Helado. [Gráfico].

## 2.9 Funciones del personal

### PUESTO DE GERENTE CHEF

#### Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

<b>Empresa</b>	Achachay que Helado
<b>Unidad administrativa</b>	Área ejecutiva
<b>Misión del puesto</b>	Planificar, organizar, direccionar y controlar las actividades de la empresa, así como coordinar y tomar decisiones sobre la producción, comercialización y el personal. Dirigir el área de cocina, las preparaciones y la adquisición de materia prima.
<b>Denominación del puesto</b>	Gerente Chef.
<b>Rol del puesto</b>	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.
<b>Remuneración</b>	\$400

#### Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<b>Tecnólogo en Gastronomía o superior.</b>	Mínimo 1 año en el cargo de Gerente-Chef	Administración de empresas de alimentos y bebidas.	Liderazgo. Creatividad.
<b>Nivel medio de un idioma diferente al nativo.</b>		Conocimiento y dominio de técnicas de elaboración de helados artesanales.	Capacidad para trabajar bajo presión. Trabajo en equipo.

		Procesamiento de alimentos.  Conocimiento de protocolo y servicio.	Organización y toma de decisiones.  Visión.  Habilidades comunicativas.  Responsabilidad.  Habilidad numérica.  Habilidades interpersonales.
--	--	--	--

Luzón, S. (2020). Méritos aspectos a considerar, gerente chef. [Tabla].

## PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA - DESPACHADOR

### Detalles generales del puesto de Ayudante de cocina – Despachador.

<b>Empresa</b>	Achachay que Helado
<b>Unidad administrativa</b>	Área de Producción y almacenamiento.
<b>Misión del puesto</b>	Mantener la limpieza y el orden de los utensilios de cocina. Ayudar en el proceso productivo al gerente chef. Despachar los productos ya terminados.
<b>Denominación del puesto</b>	Ayudante de cocina – Despachador.
<b>Rol del puesto</b>	Ayudar al gerente chef en el proceso de producción, almacenamiento, y despacho de productos.
<b>Remuneración</b>	\$400

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Ayudante de cocina – Despachador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínimo 1 año en el cargo de Ayudante de cocina – Despachador.	<p>Conocimiento en Técnicas de almacenamiento, conservación y empaque de alimentos.</p> <p>Conocimiento de técnicas de elaboración de helados artesanales.</p> <p>Manejo de Normas de higiene y presentación personal.</p> <p>Procesamiento de alimentos.</p>	<p>Creatividad.</p> <p>Capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Capacidad de escucha.</p> <p>Responsabilidad.</p> <p>Iniciativa.</p>

Luzón, S. (2020). Méritos aspectos a considerar, Ayudante de cocina - Despachador. [Tabla].

## PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA

### Detalles generales del puesto de Cajero – Recepcionista.

<b>Empresa</b>	Achachay que Helado
<b>Unidad administrativa</b>	Área de Servicio.
<b>Misión del puesto</b>	Encargado del manejo de caja, ayuda a la preparación de presupuestos y formulación de declaraciones e impuestos.
<b>Denominación del puesto</b>	Cajero – Recepcionista.
<b>Rol del puesto</b>	Atención al cliente, manejo de caja, realización de reservas.
<b>Remuneración</b>	\$400

### Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, Cajero – Recepcionista

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración o Contabilidad.  Nivel medio de un idioma diferente al nativo.	Mínimo 1 año en el cargo de Cajero o Recepcionista.	Atención al cliente.  Manejo de programas básicos de office.  Herramientas de control contable y financiero.  Conocimiento en Leyes y normas que rigen en el país.	Atención al cliente.  Creatividad.  Capacidad para trabajar bajo presión.  Trabajo en equipo.  Capacidad de escucha.  Responsabilidad.

			<p>Iniciativa.</p> <p>Organización y toma de decisiones.</p> <p>Habilidad numérica.</p> <p>Habilidades interpersonales.</p> <p>Habilidades comunicativas.</p>
--	--	--	---

Luzón, S. (2020). Méritos aspectos a considerar, Cajero - Recepcionista. [Tabla].

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **3.1 Objetivo de mercadotecnia**

Conocer al consumidor y al mercado en el que Achachay que Helado está inmerso con el fin de posicionar la marca y que la gente conozca sus productos y el servicio que ofrece el negocio.

#### **3.2 Investigación de mercado**

Se ha considerado para el presente proyecto la aplicación de cuatro tipos de investigación, como es la investigación aplicada, documental, de campo y la experimental. Para el desarrollo de la investigación aplicada se llevó a cabo el estudio de las diferentes técnicas ancestrales de elaboración de helados de paila con el objetivo de no alterar la parte esencial que mantiene viva esta tradición gastronómica.

La investigación documental parte de la recolección de información de fuentes primarias y secundarias, de aquellas recetas y técnicas tradicionales empleadas en la elaboración de helados artesanales de paila.

Por otro lado se realizó la investigación de campo para obtener información del entorno en el que Achachay que Helado se desenvolverá, aplicando la técnica de obtención de información por medio de una encuesta.

Finalmente se recurrió a la investigación experimental con la finalidad de probar las recetas a emplearse, conociendo sus sabores, colores, texturas y aromas, para de esta forma garantizar la calidad del producto en su presentación final.

### 3.2.1 Modalidad.

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de encuestas a través de la herramienta de Google Forms, la cual consta de 10 preguntas cerradas con el fin de obtener datos sencillos de cuantificar.

### 3.3 Plan de Muestreo

En este proyecto no se ha definido un universo para realizar este estudio, ya que el realizarlo al aire libre conlleva un riesgo bastante alto para la salud debido a la pandemia que se atraviesa por COVID-19, por lo tanto se ha considerado como sujetos de estudio a personas económicamente activas del cantón Quito y Mejía, debido a que la localización del negocio se encuentra ubicado en los límites de dichos cantones. Para discernir el número 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

$$n = \frac{80 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (80 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{76.832}{1.1579}$$

$$n = 66$$

### 3.4 Análisis de las encuestas

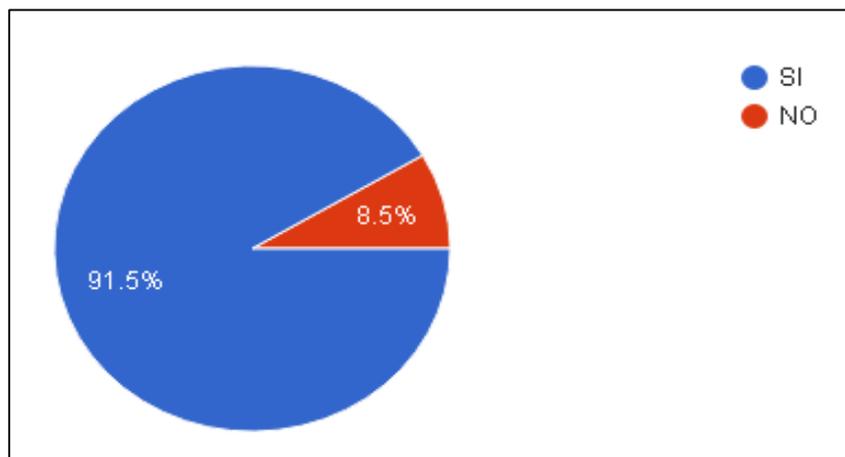
#### Pregunta 1.

Tabla 4. ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila?

¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	60	91.5
No	6	8.5
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila? [Tabla].

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 1, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** Los encuestados mencionaron en su mayoría que han probado los helados artesanales de paila, apenas un 8.5% dicen que no lo han probado, lo que representa una clara ventaja puesto que el producto no es desconocido para el cliente.

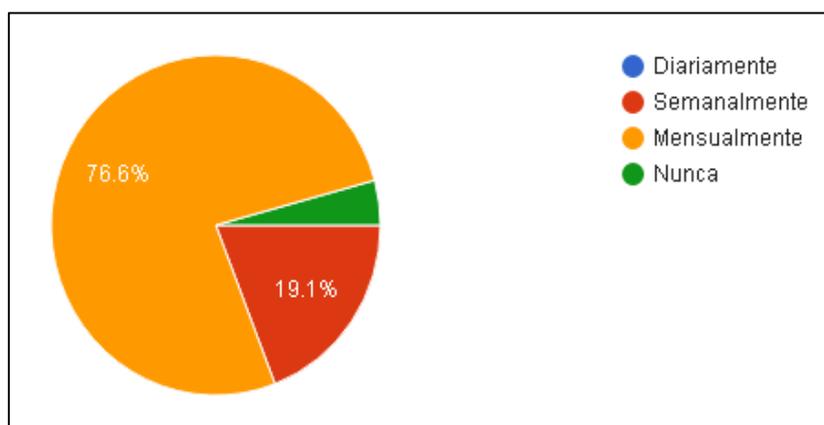
## Pregunta 2.

Tabla 5. ¿Con qué frecuencia consume usted helados?

¿Con qué frecuencia consume usted helados?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diariamente	0	0
Semanalmente	51	19.1
Mensualmente	13	76.6
Nunca	2	4.3
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Con qué frecuencia consume usted helados? [Tabla].

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 2, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** De los 66 encuestados un 76.6% mencionaron que consumen mensualmente helados, por lo que se puede analizar la cantidad de flujo de clientes que podrían recurrir al negocio durante el mes.

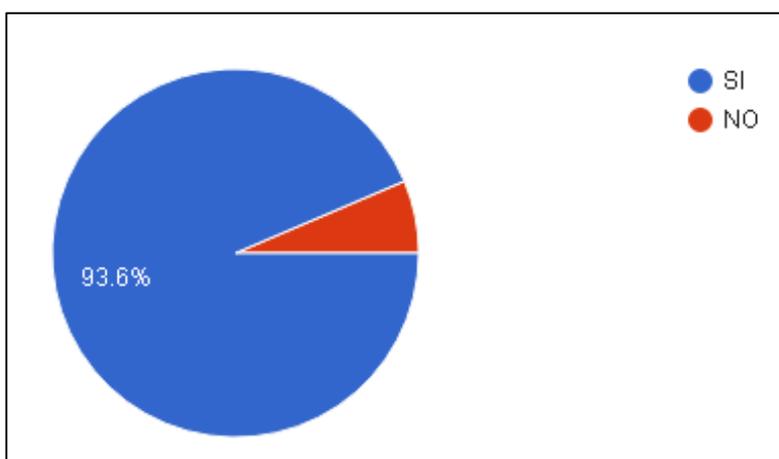
### Pregunta 3.

Tabla 6. ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí?

<b>¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	62	93.6
No	4	6.4
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? [Tabla].

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 3, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** Se puede evidenciar que en gran medida los encuestados les gustaría consumir un helado a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí. Gracias a esto sabemos que es bastante viable la creación de estos 4 sabores dentro de la oferta de la heladería.

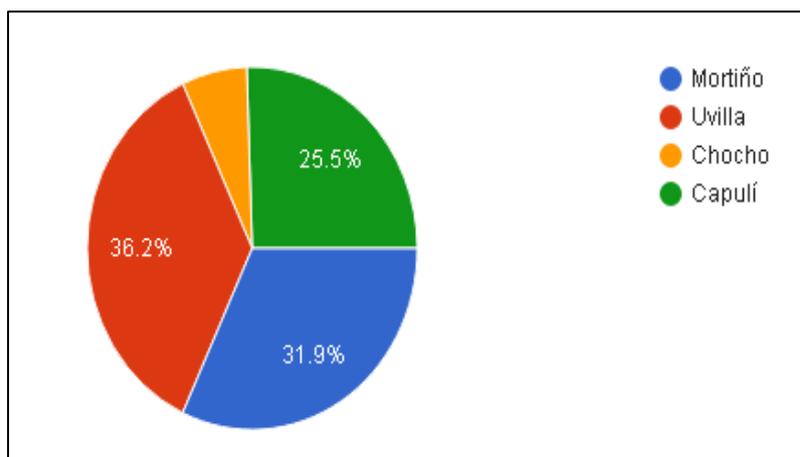
#### Pregunta 4.

Tabla 7. ¿Cuál de estos sabores preferiría consumir?

¿Cuál de estos sabores preferiría consumir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Mortiño	21	31.9
Uvilla	24	36.2
Chocho	4	6.4
Capulí	17	25.5
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Cuál de estos sabores preferiría consumir? [Tabla].

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 4, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** Mediante esta pregunta podemos percatarnos que uno de los sabores que más atrae al cliente es el de uvilla, seguido por el mortiño, los mismos que serán considerados como uno de nuestros productos estrella. De igual forma se puede notar que el helado de chocho es el menos apetecido por el público por lo que debemos buscar estrategias para hacer sobresalir este producto.

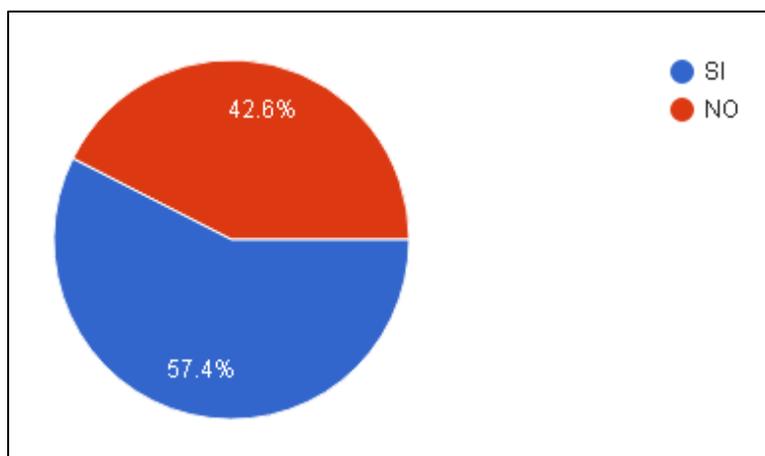
### Pregunta 5.

Tabla 8. ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas?

¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	38	57.4
No	28	42.6
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? [Tabla].

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 5, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** De acuerdo a los resultados notamos que más de la mitad de los encuestados, conocen los beneficios que aportan hacia su salud las frutas utilizadas en los helados. Como de la misma forma el otro porcentaje desconoce estos beneficios, de tal forma que esta será la población en la que debemos poner mayor énfasis en dar a conocer este aporte que recibe al consumir el producto.

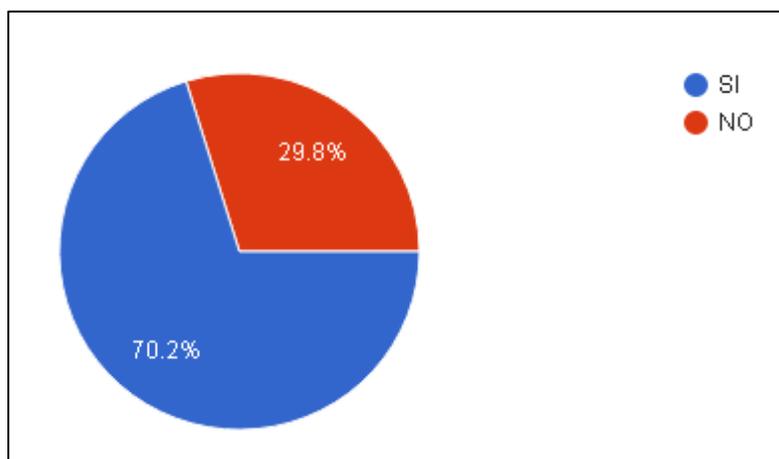
### Pregunta 6.

Tabla 9. ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas?

¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	46	70.2
No	20	29.8
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? [Tabla].

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 6, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** De los 66 encuestados un 70.2% mencionaron que si conocen que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas, y el 29.8% no sabía dicha información. Gracias a esto comprendemos que el consumidor esta consiente que al adquirir este producto está ayudando a mejorar su salud.

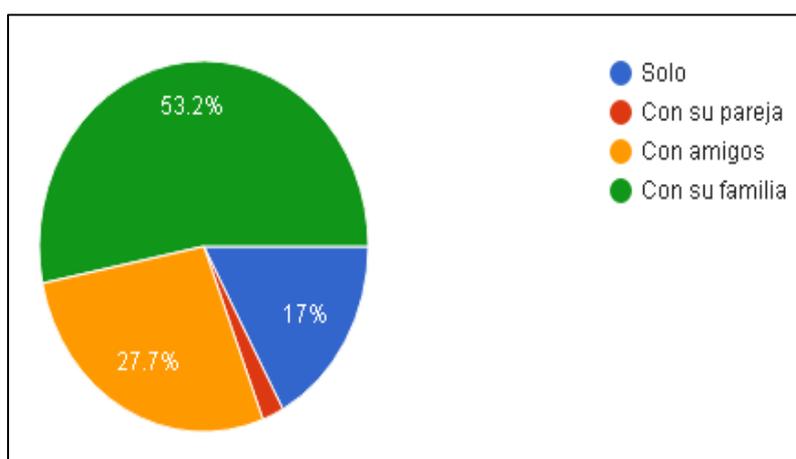
### Pregunta 7.

Tabla 10. Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace?

Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Solo	11	17
Con su pareja	2	2.1
Con amigos	18	27.7
Con su familia	35	53.2
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? [Tabla].

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 7, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** En base a los resultados obtenidos mediante esta pregunta, se puede apreciar que en gran medida el consumidor acude a este tipo de negocios en grupos, ya sea este familiar o de amigos. Con lo que comprendemos que la estructura de la heladería debe estar acorde a esta necesidad del cliente.

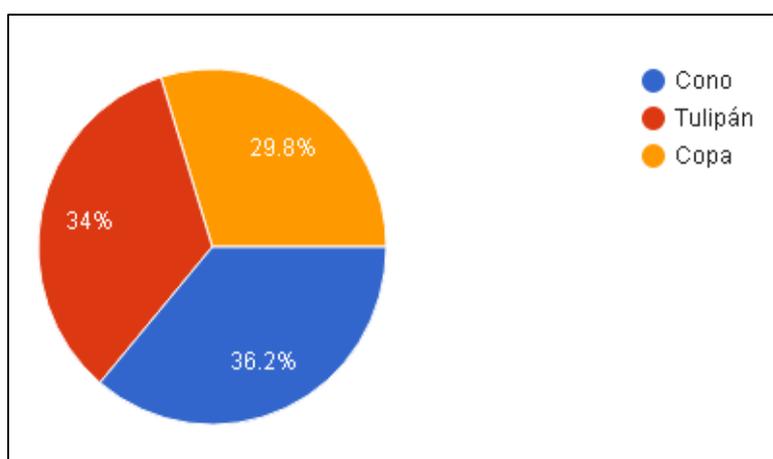
### Pregunta 8.

Tabla 11. ¿Cómo le gustaría la presentación del helado?

¿Cómo le gustaría la presentación del helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cono	24	36.2
Tulipán	22	34
Copa	20	29.8
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? [Tabla].

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 8, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** Los datos obtenidos reflejan que, en casi igual cantidad de personas les gustaría que el helado sea servido ya sea en cono, tulipán o copa, por lo que estas opciones de presentación serán las que más se ofrezcan en el negocio.

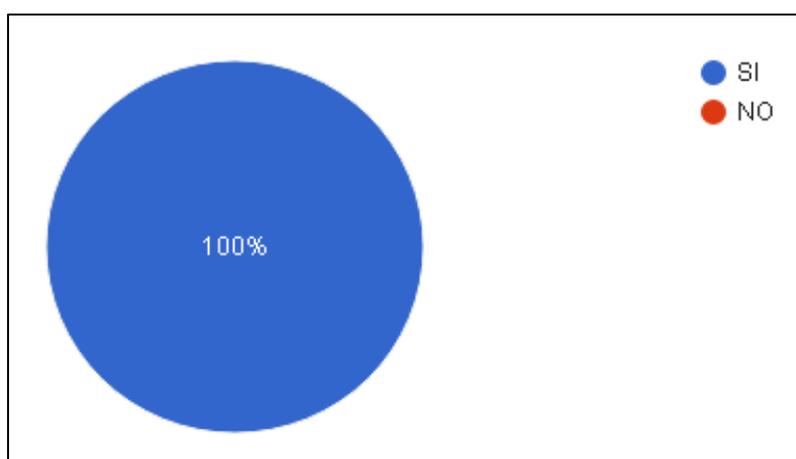
### Pregunta 9.

Tabla 12. ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar?

¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	66	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar? [Tabla].

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 9, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** Los encuestados mencionaron en su totalidad que si les agradaría que el negocio cuente con servicio a domicilio o para llevar, el mismo que si está considerado en el presente proyecto.

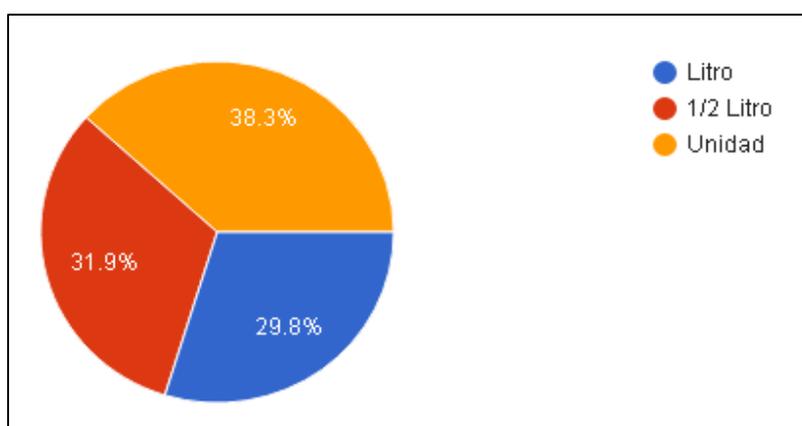
### Pregunta 10.

Tabla 13. ¿Cómo le gustaría el helado para llevar?

¿Cómo le gustaría el helado para llevar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Litro	20	29.8
½ litro	21	31.9
Unidad	25	38.3
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Luzón, S. (2020). ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? [Tabla].

Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular



Luzón, S. (2020). Pregunta 10, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:** A raíz de esta pregunta se puede obtener que en porcentajes bastante similares, la población encuestada le agrada las presentaciones del producto, por lo que la forma de ofertar el helado es bastante viable.

### **3.4.1 Análisis General.**

Inicialmente se puede evidenciar que la mayoría de la población encuestada conoce y ha probado los helados de paila, por lo que entendemos que no es un producto ajeno al consumidor y que si va a ser ubicado al ser ofrecido en el establecimiento. De igual forma se pudo comprender que gran parte de encuestados, consume helados de forma mensual, lo que nos daría un aproximado de la afluencia que se tendría al mes en el negocio.

Así mismo el 93.6% de personas manifestaron que les gustaría consumir un helado a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí, también dieron a conocer la preferencia en sabores de los que la heladería ofrece, siendo el helado de uvilla el más aceptado, seguido por el helado de mortiño, capulí y chocho. Por lo que con este estudio se puede concretar que el producto estrella en el establecimiento sería el helado de uvilla.

En cuanto al conocimiento de los encuestados, en referencia a los beneficios que estas frutas utilizadas en los helados aportan a su salud, el 42.6% menciono no conocer dichos beneficios, por lo tanto este porcentaje de población nos da la pauta para que dentro del plan de marketing se considere mecanismos de información, que den a conocer el producto y los beneficios que el mismo le ofrece al cliente.

Sobre la forma en la que el público acude a las heladerías, los datos nos arrojan que en gran cantidad lo hace en grupo de personas, ya sea con amigos o familiares, dándonos como conclusión el tipo de infraestructura que se debe tener en el negocio, para poder satisfacer esta necesidad del consumidor.

Cabe mencionar que en su totalidad los encuestados manifestaron que les gustaría que el negocio cuente con servicio a domicilio y para llevar, ya que esto sería un plus que la heladería ofrece, dándoles la opción de llevar el producto ya sea en cono, litro y ½ litro.

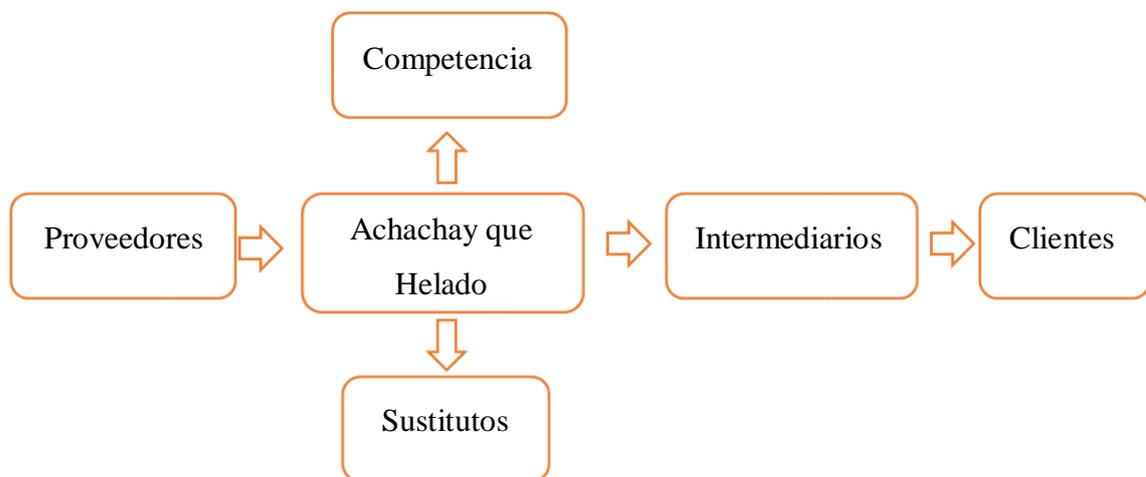
En conclusión, luego de analizar los datos obtenidos se determina que Achachay que Helado es un negocio viable, gracias a que tiene una buena aceptación por parte de la población estudiada.

### 3.5 Entorno empresarial

#### 3.5.1 Microentorno.

Achachay que Helado considera su microentorno a todo lo que le rodea y sobre lo cual posee un control eficaz.

Ilustración 14. Esquema microentorno Achachay que Helado



Luzón, S. (2020). Esquema microentorno Achachay que Helado. [Gráfico].

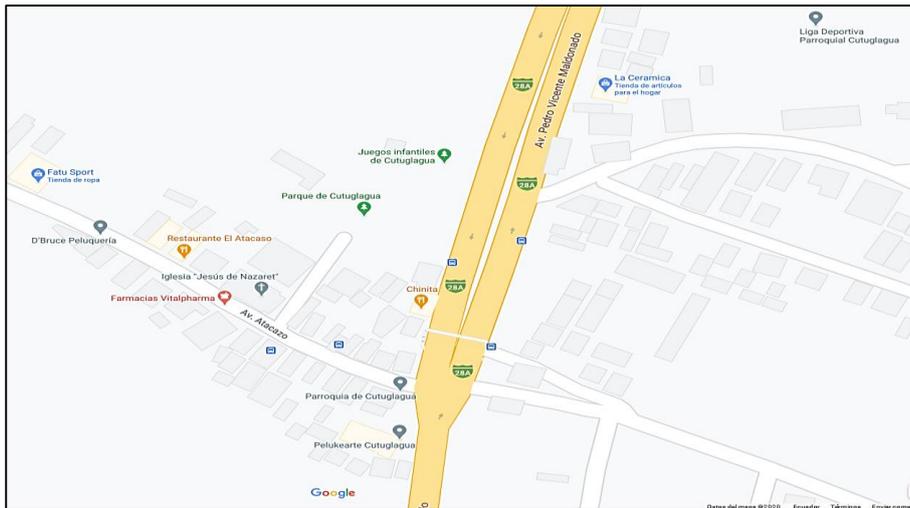
- **Competencia directa.**

Después de realizar un recorrido en el lugar donde se ubicara la heladería, no se evidencia presencia de competencia directa. Las directrices que se usaron para valorar a la competencia directa fueron: El tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se ofrecían.

- **Competencia indirecta.**

Podemos encontrar varios establecimientos considerados competencia indirecta dentro del sector en donde se ubicara el negocio.

Ilustración 15. Mapa referencial



Google Maps. (2020). Parroquia de Cutuglagua. [Mapa satelital]. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.3652635,-78.5509174,19z>

En la Av. Maldonado y Av. Atacazo se puede encontrar 6 establecimientos de alimentos y bebidas:

- \* La Papa Crispy: venta de comida rápida.
- \* Chelo's Asados: venta de asados, pinchos y mollejas.
- \* Los Encebollados de Cutuglagua: venta de encebollados, ceviches, cazuelas y mariscos en general.
- \* Los sabores de mi Tía: venta de desayunos, almuerzos, meriendas y batidos.
- \* Los D' Deberas: venta de encebollados y ceviches.
- \* Chees Asadero: venta de pollos al carbón y comida rápida.

- *Sustitutos.*

Luego de recorrer el sector se encontró a dos sustitutos, el primero es una tienda de víveres que ofrece helados empaquetados de la marca Pingüino y el segundo es una bodega de abastos que ofrece helados Topsy y helados de Salcedo. Estos establecimientos se encuentran en la Av. Atacazo a pocos metros de donde se ubicará el negocio.

- *Proveedores.*

Tomando en cuenta que la responsabilidad social es una parte fundamental de Achachay que Helado, se ha considerado a proveedores locales para trabajar con el establecimiento.

Tabla 14. Proveedores

**Tabla de proveedores**

<b>Materia prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y beneficios</b>	<b>Producto</b>
Mercado central de Machachi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios accesibles</li> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Variedad de productos</li> <li>• Productos locales</li> </ul>	Frutas
Ronald's Supermercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos</li> <li>• Entrega al establecimiento</li> <li>• Facilidades de pago</li> </ul>	Abastos (Azúcar, Sal en grano, leche)
Floryarte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos</li> </ul>	Insumos de pastelería y repostería

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Facilidades de pago</li> </ul>	
<b>Insumos de limpieza</b>		
DIMABRU Cía. Ltda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa con varios años de experiencia</li> <li>• Facilidades de pago</li> <li>• Entrega al establecimiento</li> <li>• Productos de calidad</li> </ul>	Insumos de limpieza y desinfección

Luzón, S. (2020). Proveedores. [Tabla].

- ***Intermediarios.***

Achachay que Helado ofertara sus productos de forma directa, por tal motivo no contará con intermediarios que realicen esta actividad.

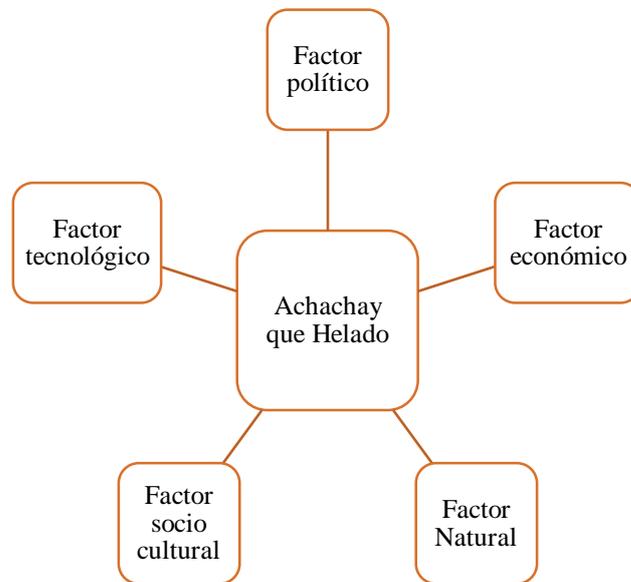
- ***Clientes.***

Achachay que Helado es una empresa dirigida a la población de la parroquia de Cutuglagua, al igual que a los habitantes de los cantones de Quito y Mejía, sin olvidar a turistas y visitantes que lleguen a la parroquia, con el fin de degustar el sabor de un producto elaborado artesanalmente y que conserve las tradiciones del pueblo ecuatoriano.

### **3.5.2 Macroentorno**

Esta dado por aquellos factores sobre los que Achachay que Helado no posee control directo y que puede influir en el normal funcionamiento del negocio.

Ilustración 16. Macroentorno Achachay que Helado



Luzón, S. (2020). Esquema macroentorno Achachay que Helado. [Gráfico].

- ***Factor Político.***

Dentro del territorio ecuatoriano los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y bajo lo establecido en el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Mientras que el ARCSA y el Ministerio de Salud Pública se encargan de la regulación y control en cuanto a la inocuidad alimentaria y a la correcta aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura. Actualmente los establecimientos de alimentos y bebidas están estrictamente vigilados por el MINTUR, ARSCA y el MSP debido a la Pandemia por COVID-19, que ha afectado de forma directa a los establecimientos restauranteros.

Achachay que Helado llevará a cabo sus actividades dentro de los parámetros legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador y las normas y reglamentos que ha establecido el gobierno local del cantón Mejía, para la constitución y funcionamiento de restaurantes.

- ***Factor Económico.***

El turismo juega un papel crucial en la creación de empleo, la generación de divisas y la actividad económica en general. Sin embargo, desde abril de 2020 esta actividad se ha detenido drásticamente a nivel mundial como resultado de la pandemia del COVID-19. Ecuador y demás países de América Latina y el Caribe han hecho esfuerzos para iniciar la reactivación económica de la actividad turística frente a los retos y desafíos de un escenario post pandemia (Grupo FARO, 2020).

Luego de analizar la situación por la que se está atravesando, Achachay que Helado se ve sujeto al actual desarrollo económico del país, tomando en cuenta la tasa inflacionaria anual vigente en el Ecuador para la fijación de los precios en sus productos y servicios.

- ***Factor Natural.***

En la actualidad el Ecuador y todo el mundo está atravesando duros momentos debido a la pandemia por COVID-19, que ha afectado a todos los sectores productivos de los distintos países. En Ecuador se puede notar una gran caída de muchos establecimientos de alimentos y bebidas, al igual que establecimientos hoteleros, los mismos que se han visto obligados a cerrar sus operaciones debido a las medidas de seguridad adoptadas por el gobierno nacional, con el fin de frenar la ola de contagios existente en el país.

- ***Factor Sociocultural.***

Cutuglagua es una de las parroquias más poblada del cantón Mejía, cuenta con diversas tradiciones, siendo una de las más importantes la celebración de su tradicional carnaval y sus fiestas de parroquialización, las mismas que se desarrollan los primeros meses del año y atraen a gran cantidad de visitantes locales y extranjeros. Achachay que Helado se

basa en estas tradiciones para ofrecer sus productos a base de frutas propias de la región y así darle mayor relevancia a su gastronomía en dichas fiestas que se realizan en el lugar.

- ***Factor Tecnológico.***

Actualmente las plataformas de reservas digitales y de opiniones online, redes sociales y tecnologías más especializadas, permiten registrar datos como los platos más pedidos, los horarios más estratégicos, los tipos de menú más reservados, el gasto medio de los comensales por temporadas, las preferencias en aumento, las variaciones en el consumo general etc. Una información que permite tomar mejores decisiones de negocio, invertir más o menos en ciertos productos, acciones de marketing, organizar mejor los servicios y tener un pronóstico más acertado de la ocupación diaria.

Los softwares de gestión por su parte también tienen como objetivo ayudar a los gastronómicos a ahorrar tiempo en la organización de las mesas y los servicios y a responder de forma más eficaz a los cambios diarios (TheFork, 2020).

### **3.6 Producto y servicio**

Achachay que helado es una heladería orientada a la conservación de técnicas ancestrales de elaboración de helados de paila, considerando a las mismas como un elemento importante de identidad y cultura. La empresa se enfoca en la elaboración de helados de paila, mediante rigurosos procesos de producción, aplicando de manera adecuada todas las medidas de seguridad alimentaria y bioseguridad. En relación a sus servicios, Achachay que Helado realiza actividades dirigidas a la actividad de la heladería, ofreciendo servicio en mesa, para llevar y a domicilio, estos dos últimos con el plus adicional de que los empaques utilizados son amigables con el medio ambiente y no causan contaminación.

### **3.6.1 Producto Esencial.**

Actualmente el consumidor no solamente busca satisfacer su necesidad fisiológica de alimentación, sino también la necesidad de generar nuevas experiencias. En Achachay que Helado el producto esencial es el helado elaborado en paila, aplicando técnicas ancestrales con ingredientes propios de la región Andina, dándole al consumidor calidad y seguridad al ingerir el producto.

### **3.6.2 Producto real.**

Achachay que Helado ofrece un producto de calidad, elaborado con frutas existentes en la serranía ecuatoriana, las mismas que ofrecen al consumidor grandes beneficios para su salud, de esta forma se puede evidenciar que no es solamente un helado sin un aporte en concreto, puesto que al adquirirlo obtiene la garantía de que es un producto único con excelente sabor, presentación y un servicio de calidad.

### **3.6.3 Características.**

Para la elaboración de helados de paila, en Achachay que Helado se realiza una constante investigación de tradiciones que se llevan a cabo en los procesos de fabricación del producto, manteniendo siempre un correcto manejo de Buenas Prácticas de Manufactura y altos estándares de calidad en el servicio, contando con personal profesional y eficaz a la hora de relacionarse con el cliente en el establecimiento.

### **3.6.4 Calidad.**

Achachay que Helado se basa en manuales de BPM's para tener siempre un control constante dentro de las etapas de producción, al igual que maneja normas y protocolos en el área del servicio, tomando en cuenta los indicadores tales como:

#### En el Producto

- Manejo de Normas de Calidad
- Manejo de BPM's
- Estandarización de la inocuidad en las operaciones
- Cadena de valor de la materia prima
- Control en el almacenamiento y producción
- Higienización de las áreas del establecimiento
- Análisis de puntos críticos de control
- ETAS ( Enfermedades Transmitidas por Alimentos)
- Medios de contaminación de los alimentos

#### En el Servicio

- Personal profesional y capacitado
- Control de la higiene del personal
- Personal proactivo
- Atención personalizada
- Buena presentación personal
- Personal con habilidades comunicativas

#### **3.6.5 Estilo.**

Achachay que Helado maneja un estilo vintage, buscando traer a la actualidad la riqueza gastronómica de los pueblos ancestrales de nuestro territorio. El producto se basa en la aplicación de técnicas ancestrales de elaboración de helados en paila. El tipo de servicio que se emplea es americano, por lo que los productos se sirven ya emplatados directamente en la mesa o listo para ser consumido.

### **3.7 Marca.**

Achachay que Helado es un nombre que se origina a partir de la frase típica ecuatoriana “Achachay que frío”. Esta palabra proviene del quechua Achakáw que significa ¡Que frío!, aunque suene redundante, la población de Ecuador la utiliza de esta forma. Con este nombre se busca que la heladería Achachay que Helado recuerde las tradiciones del territorio ecuatoriano a sus clientes.

#### **3.7.1 Producto aumentado.**

Lo que diferencia a Achachay que Helado de su competencia es la garantía que se le ofrece al consumidor de estar adquiriendo un producto saludable, de calidad y con un excelente servicio. Además se ofrece servicio para llevar y a domicilio tratando de cuidar el medio ambiente, mediante el uso de empaques biodegradables y amigables con la naturaleza.

### **3.8 Plan de introducción al mercado**

#### **3.8.1 Distintivos y Uniformes**

##### *Área de Cocina.*

El gerente chef utilizara el uniforme proporcionado por el establecimiento, el cual tendrá los distintivos y colores relacionados al negocio, los mismos que constaran de:

- ***Gerente chef***

- \* Chaqueta fucsia de mangas cortas con detalles en color negro y los sellos distintivos de la empresa.
- \* Delantal con peto color negro y sellos distintivos de la empresa.
- \* Pantalón negro de cocina.
- \* Zapatos negros de cocina.
- \* Bandana de cocina.

Ilustración 17. Diseño uniforme Gerente Chef



Luzón, S. (2020). Diseño uniforme Gerente chef. [Ilustración].

***Ayudante de cocina y personal de servicio.***

- ***Ayudante de cocina y Cajero***

- \* Camiseta fucsia con detalles en color negro y los sellos distintivos de la empresa.
- \* Delantal con peto color marrón y sellos distintivos de la empresa.
- \* Pantalón negro de cocina.
- \* Zapatos negros de cocina.
- \* Bandana de cocina.

Ilustración 18. Diseño uniforme Ayudante de cocina y Cajero



Luzón, S. (2020). Diseño uniforme Ayudante de cocina y cajero. [Ilustración].

### 3.8.2 Materiales de identificación.

#### *Imagotipo.*

Ilustración 19. Imagotipo Achachay que Helado



Luzón, S. (2020). Achachay que Helado. [Ilustración].

Elementos a destacar:

- Una paila de bronce que hace referencia a la tradición de la elaboración de helado en este elemento.
- Cuchara de madera que es utilizada para batir la mezcla.
- Circunferencias sobre la paila que hace referencia a la porción de helado.
- El logotipo de la heladería “Achachay que Helado”.

Colores usados:

- \* Tonos marrón y beige para la paila, la cuchara y la circunferencia principal.
- \* Tono fucsia y cian en dos circunferencias.
- \* Logotipo en color blanco.

### ***Logotipo.***

Ilustración 20. Logotipo Achachay que Helado



Luzón, S. (2020). Logotipo Achachay que Helado. [Ilustración].

### Elementos a destacar:

- Tipo de letra: Waltograph. Se eligió esta fuente por lo llamativo que resulta visualmente, dando un aspecto acogedor y jovial.
- Colores usados: El relleno del logotipo tiene un color blanco que hace referencia al hielo utilizado en la elaboración de helados de paila. El borde es marrón y sirve simplemente para marcar la forma de la letra.

### ***Isotipo.***

Achachay que Helado no contará con isotipo, ya que su imago tipo es bastante claro y llamativo para una fácil identificación de la marca.

### ***Tarjetas de presentación.***

En el anverso pueden apreciarse elementos como el imagotipo del negocio.

Ilustración 21. Anverso tarjeta de presentación



Luzón, S. (2020). Anverso tarjeta de presentación. [Ilustración].

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, y se pueden observar elementos como el imagotipo de la empresa.

Ilustración 22. Reverso tarjeta de presentación



Luzón, S. (2020). Reverso tarjeta de presentación. [Ilustración].

### ***Hoja membretada.***

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada.

Ilustración 23. Hoja membretada



Luzón, S. (2020). Hoja membretada. [Ilustración].

### **3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas**

El canal de distribución y punto de venta físico de Achachay que Helado es su establecimiento ubicado en el cantón Mejía, en la parroquia de Cutuglagua, entre la Av. Maldonado y la Av. Atacazo.

- **Promoción.**

- \* Los principales canales de promoción serán las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
- \* Cuando el establecimiento cuente con una mayor liquidez se optará por una promoción a través de radio, prensa y televisión.

- **Contacto.**

- \* Tarjetas de presentación.
- \* E-mail.
- \* WhatsApp.
- \* Facebook.
- \* Twitter.
- \* Instagram.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento Publicidad

Tarjetas de presentación	1000 unidades	\$20.00
Publicidad Facebook	2 veces por semana	\$10.00
Publicidad Instagram	2 veces por semana	\$10.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$40.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$480.00</b>

Luzón, S. (2020). Financiamiento Publicidad. [Tabla].

### **3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio**

Uno de los riesgos más importantes para Achachay que Helado actualmente es la emergencia sanitaria por COVID-19, que ha afectado en gran medida al sector turístico y restaurantero del país. Por ello los negocios de alimentos y bebidas han adoptado medidas de bioseguridad con especial cuidado en los procesos productivos y en el momento del servicio, ya que de esta forma evitan que los contagios se propaguen en su establecimiento.

La oportunidad más grande para Achachay que Helado es poder posicionarse en el ámbito digital, mediante la utilización de nuevas tecnologías que se han venido aplicando en establecimientos de alimentos y bebidas, pudiendo ser estas la toma de comandas por medios digitales, el poder recibir pedidos a través de aplicaciones de delivery y en el establecimiento contar con wifi gratuito, que cada vez más esto se ve aplicado en los locales comerciales con el fin de consentir al cliente en su necesidad de reconocimiento.

## **3.9 Fijación de Precios**

### **3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.**

Los precios en las recetas que se presentan a continuación han sido calculados para un solo producto (Litro de helado). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el helado y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos

- Utilidad
- IVA

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 producto.

A continuación, se presentan los costos de 4 recetas:

- Helado de mortiño
- Helado de uvilla
- Helado de capulí
- Helado de chocho

- *Helado de mortiño*

Tabla 16. Helado de mortiño, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Helado de mortiño (Litro)			Codigo: 001
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	24-dic-20			Chef: Selena Luzón
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Mortiño	g	2,00	280	0,56
Azúcar	g	1,80	300	0,54
Agua	ml	0,00	500	0,00
				0,00
<b>Total Bruto</b>				<b>1,10</b>
<b>10 % Imprevisto</b>				0,11
<b>Costo Neto</b>				<b>1,21</b>
<b>Gasto de fabr. 15%</b>				0,18
<b>Factor Costo 33,33%</b>				0,40
<b>M.O. 45%</b>				0,54
<b>G. Adm. 12%</b>				0,15
<b>45 % Utilidad</b>				0,54
<b>Sub total</b>				<b>3,03</b>
<b>12 % I.V.A.</b>				0,36
<b>10 % Servicio</b>				0,00
<b>Total</b>				<b>3,39</b>



Luzón, S. (2020). Helado de mortiño, receta estándar de costos. [Tabla].

- *Helado de uvilla*

Tabla 17. Helado de uvilla, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Helado de uvilla (Litro)			<b>Codigo: 002</b>
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	24-dic-20			<b>Chef: Selena Luzón</b>
<b>DETALLE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (Kg)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
Uvilla	g	3,00	200	0,60
Azúcar	g	1,80	250	0,45
Agua	ml	0,00	500	0,00
				0,00
			<b>Total Bruto</b>	<b>1,05</b>
			<b>10 % Imprevisto</b>	0,11
			<b>Costo Neto</b>	<b>1,16</b>
			<b>Gasto de fabr. 15%</b>	0,17
			<b>Factor Costo 33,33%</b>	0,38
			<b>M.O. 45%</b>	0,52
			<b>G. Adm. 12%</b>	0,14
			<b>45 % Utilidad</b>	0,52
			<b>Sub total</b>	<b>2,89</b>
			<b>12 % I.V.A.</b>	0,35
			<b>10 % Servicio</b>	0,00
			<b>Total</b>	<b>3,24</b>



Luzón, S. (2020). Helado de uvilla, receta estándar de costos. [Tabla].

- *Helado de capulí*

Tabla 18. Helado de capulí, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Helado de capulí (Litro)			<b>Codigo: 003</b>
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	24-dic-20			<b>Chef: Selena Luzón</b>
<b>DETALLE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (Kg)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
Capulí	g	1,50	350	0,53
Azúcar	g	1,80	300	0,54
Agua	ml	0,00	500	0,00
				0,00
			<b>Total Bruto</b>	<b>1,07</b>
			<b>10 % Imprevisto</b>	0,11
			<b>Costo Neto</b>	<b>1,17</b>
			<b>Gasto de fabr. 15%</b>	0,18
			<b>Factor Costo 33,33%</b>	0,39
			<b>M.O. 45%</b>	0,53
			<b>G. Adm. 12%</b>	0,14
			<b>45 % Utilidad</b>	0,53
			<b>Sub total</b>	<b>2,93</b>
			<b>12 % I.V.A.</b>	0,35
<b>10 % Servicio</b>	0,00			
<b>Total</b>	<b>3,28</b>			

Luzón, S. (2020). Helado de capulí, receta estándar de costos. [Tabla].

- *Helado de chocho*

Tabla 19. Helado de chocho, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Helado de chocho (Litro)			<b>Codigo: 004</b>
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	24-dic-20			<b>Chef: Selena Luzón</b>
<b>DETALLE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (Kg)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
<b>Chocho</b>	g	1,50	200	0,30
<b>Azúcar</b>	g	1,80	250	0,45
<b>Leche</b>	ml	0,70	500	0,35
				0,00
			<b>Total Bruto</b>	<b>1,10</b>
			<b>10 % Imprevisto</b>	0,11
			<b>Costo Neto</b>	<b>1,21</b>
			<b>Gasto de fabr. 15%</b>	0,18
			<b>Factor Costo 33,33%</b>	0,40
			<b>M.O. 45%</b>	0,54
			<b>G. Adm. 12%</b>	0,15
			<b>45 % Utilidad</b>	0,54
			<b>Sub total</b>	<b>3,03</b>
			<b>12 % I.V.A.</b>	0,36
			<b>10 % Servicio</b>	0,00
			<b>Total</b>	<b>3,39</b>

Luzón, S. (2020). Helado de chocho, receta estándar de costos. [Tabla].

- **Helado de mortiño.**

Tabla 20. Helado de mortiño, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Helado de mortiño						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
280	g	Mortiño	Lavado		-			
300	g	Azúcar	Temperatura ambiente		-			
500	ml	Agua	Temperatura ambiente		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Colocar en el vaso de la licuadora el mortiño, el azúcar y el agua						
		2. Licuar hasta obtener una mezcla homogénea						
		3. Tamizar en un recipiente profundo						
		4. Colocar la anterior preparación en una paila de bronce la misma que debe estar sobre hielo y sal en grano, mezclar constantemente con una cuchara de madera hasta obtener el helado						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	1362	2,82	2,24	2,24	347,98	-	-	8,12

Luzón, S. (2020). Helado de mortiño, receta estándar de producción. [Tabla].

- **Helado de uvilla.**

Tabla 21. Helado de uvilla, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Helado de uvilla						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
200	g	Uvilla	Lavado		-			
250	g	Azúcar	Temperatura ambiente		-			
500	ml	Agua	Temperatura ambiente		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Colocar en el vaso de la licuadora la uvilla, el azúcar y el agua						
		2. Licuar hasta obtener una mezcla homogénea						
		3. Tamizar en un recipiente profundo						
		4. Colocar la anterior preparación en una paila de bronce la misma que debe estar sobre hielo y sal en grano, mezclar constantemente con una cuchara de madera hasta obtener el helado						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	1118	3,65	0,6	2,6	269,75	-	4	10,2

Luzón, S. (2020). Helado de uvilla, receta estándar de producción. [Tabla].

- *Helado de capulí.*

Tabla 22. Helado de capulí, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Helado de capulí						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
350	g	Capulí	Lavado		Sin pepa			
300	g	Azúcar	Temperatura ambiente		-			
500	ml	Agua	Temperatura ambiente		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Colocar en el vaso de la licuadora el capulí, el azúcar y el agua						
		2. Licuar hasta obtener una mezcla homogénea						
		3. Tamizar en un recipiente profundo						
		4. Colocar la anterior preparación en una paila de bronce la misma que debe estar sobre hielo y sal en grano, mezclar constantemente con una cuchara de madera hasta obtener el helado						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	1470,5	4,5	8,05	7,35	359,95	-	-	-

Luzón, S. (2020). Helado de capulí, receta estándar de producción. [Tabla].

- **Helado de chocho.**

Tabla 23. Helado de chocho, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Helado de chocho						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
200	g	Chocho	Lavado		-			
250	g	Azúcar	Temperatura ambiente		-			
500	ml	Leche	Pasteurizada		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Colocar en el vaso de la licuadora el chocho, el azúcar y la leche						
		2. Licuar hasta obtener una mezcla homogénea						
		3. Colocar la anterior preparación en una paila de bronce la misma que debe estar sobre hielo y sal en grano, mezclar constantemente con una cuchara de madera hasta obtener el helado						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	2098	11,4	46,25	98,5	330,15	50	200	17,6

Luzón, S. (2020). Helado de chocho, receta estándar de producción. [Tabla].

### 3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 24. Arriendo del local

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>		
<b>Pago Mensual</b>	<b>Pago Semestral</b>	<b>Pago Anual</b>
\$250	\$1500	\$3000

Luzón, S. (2020). Arriendo del local. [Tabla].

- **Equipos industriales.**

Tabla 25. Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Licadora industrial Hornipan	1	\$520	\$520
Congelador para helados con bandejas	1	\$400	\$400
Conera Oster	1	\$170	\$170
Refrigeradora Industrial Exhibidor Fritega	1	\$800	\$800
Exhibidor para helados 8 bandejas	1	\$1330	\$1330
Balanza Digital Canry	1	\$45	\$45
Batidora Industrial Dynosty	1	\$600	\$600
<b>TOTAL</b>			<b>\$3865</b>

Luzón, S. (2020). Equipos Industriales. [Tabla].

- **Equipos de computación.**

Tabla 26. Equipos de computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Caja registradora	1	\$379	\$379
Impresora CANON Pixma	1	\$110	\$110
Computadora de escritorio DELL Core 2 dúo	1	\$130	\$130
<b>TOTAL</b>			<b>\$619</b>

Luzón, S. (2020). Equipos de computación. [Tabla].

- **Muebles y enseres.**

Tabla 27. Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Modular para caja	1	\$150	\$150
Lavadero industrial 2 pozos con base	1	\$240	\$240
Mesa de trabajo para heladería	1	\$75	\$75
Sifón de cocina	1	\$83	\$83
Juego de mesas y sillas 4 puestos	5	\$155	\$775
Tazones para batir	6	\$7.00	\$42
Cucharas metálicas para porciones de helado	6	\$2.00	\$12
Paila de Bronce 50cm	1	\$250	\$250
Set de Espátulas de madera 3 piezas	2	\$3	\$6
Set cuchillos Tramontina	1	\$20	\$20
Batea plástica Rey plástico	2	\$6	\$12
Tabla de picar polietileno	2	\$23.30	\$46.60
Set de Copas de vidrio para helado (6 unidades)	2	\$15	\$30
Set Tamiz de acero inoxidable 3 piezas	1	\$10	\$10

Set Bowls acero inoxidable 5 piezas	2	\$15	\$30
Gaveta plástica	3	\$5	\$15
Envases para helado por litro con tapa (100 u.)	1	\$22	\$22
Envases para helado por ½ litro con tapa (100 u.)	1	\$16	\$16
Archivador tipo L	1	\$105	\$105
Silla para oficina	1	\$45	\$45
Taburete para modular de caja	1	\$15	\$15
Dispensador para papel de cocina	1	\$14	\$14
<b>TOTAL</b>			<b>\$2013.60</b>

Luzón, S. (2020). Muebles y enseres. [Tabla].

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 28. Equipos industriales de seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor ( polvo seco) 10 libras	2	\$20	\$40
Dispensador de jabón líquido	3	\$8	\$24
Dispensador de alcohol gel	2	\$8	\$16
Detector de humo	1	\$5	\$5
Rótulos de señalética (baño hombre y mujer, baño personal, salida, precaución, extintor, aforo)	7	\$2	\$14
<b>TOTAL</b>			<b>\$99</b>

Luzón, S. (2020). Equipos industriales de seguridad. [Tabla].

- **Suministros de oficina.**

Tabla 29. Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond resma	2	\$3	\$6
Grapadora	1	\$8.49	\$8.49
Grapas (caja)	2	\$1.10	\$2.20
Esferos BIC caja 24 unidades (rojo, azul, negro)	3	\$5.65	\$16.95
Perforadora	1	\$2.81	\$2.81
Libreta	1	\$2	\$2
Carpeta de cartón 100 unidades	1	\$16.99	\$16.99
Tijera	1	\$1.90	\$1.90
<b>TOTAL</b>			\$57.31
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$687.72

Luzón, S. (2020). Suministros de oficina. [Tabla].

- **Servicios básicos.**

Tabla 30. Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$30
Luz	\$50
Teléfono	\$10
Internet	\$30
<b>TOTAL</b>	\$120
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$1440

Luzón, S. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 31. Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	2	\$2	\$4
Trapeador giratorio	2	\$12	\$24
Cloro 1 Gal	1	\$3	\$3
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$5	\$5
Fibra/lustre	5	\$1	\$5
Esponja lavaplatos	5	\$0.50	\$2.50
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1	\$1
Lavavajillas 500g	2	\$0.90	\$1.80
Pala	2	\$1.25	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	2	\$4	\$8
Papel higiénico jumbo 200 metros	3	\$1.50	\$4.50
Toalla de papel	2	\$2	\$4
Rollo papel para cocina	2	\$3.50	\$3.50
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	2	\$8	\$16
<b>TOTAL</b>			\$84.80
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$1017.60

Luzón, S. (2020). Materiales de limpieza. [Tabla].

### 3.11 Estudio arquitectónico

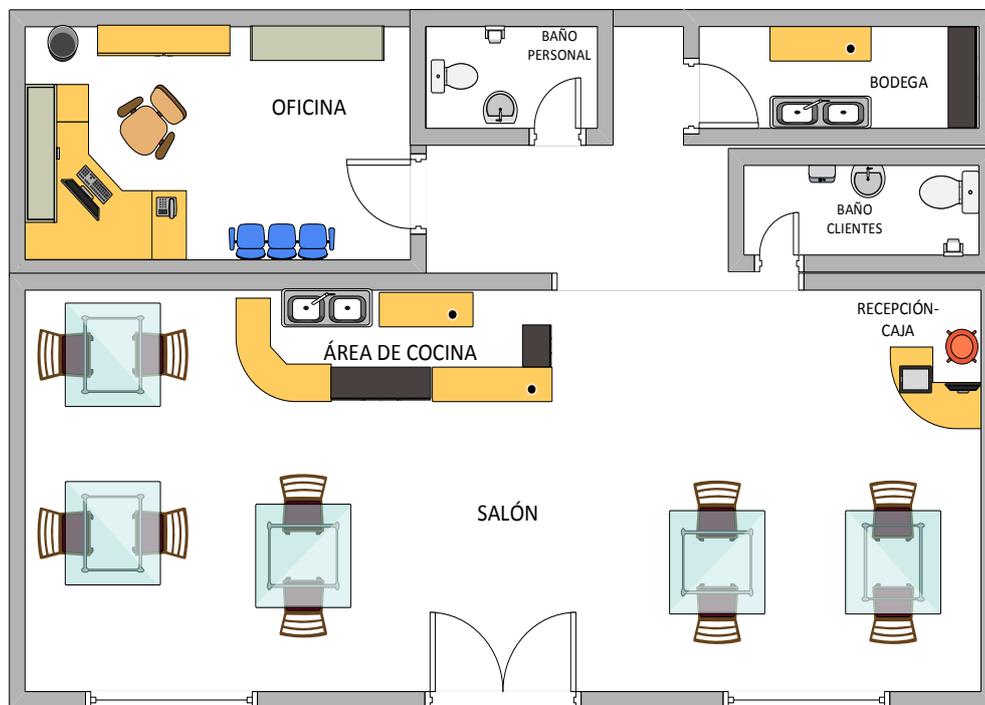
Se ha tomado en cuenta para la infraestructura de la heladería, el número de trabajadores y el aforo permitido (10 personas). En el área de cocina se ha manejado el espacio adecuado, para colocar los exhibidores de helado en forma de mostrador en donde los empleados puedan colocarse tras este y servir el producto, al igual que cuentan con espacios donde se encuentran mesas y lavaderos para la producción. Se ha agregado el espacio de una bodega en donde se almacenará la materia prima y los congeladores. La heladería cuenta con oficina, baño para el personal, baño para los clientes y el área de caja.

Se maneja un amplio salón en donde se ubicarán las mesas y sillas para los clientes en la entrada principal.

### Estructura interna del establecimiento.

- *Plano arquitectónico del establecimiento.*

Ilustración 24. Plano arquitectónico Achachay que Helado



Luzón, S. (2020). Plano arquitectónico Achachay que Helado. [Ilustración].

## 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para mantener la formalidad de la empresa, esta requiere ajustarse a su lugar de ubicación por lo que se necesita tener los siguientes documentos:

### 4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI

#### 4.1.1 RUC (Registro Único de Contribuyente)

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas

Se necesita:

- \* Original y copia de la cédula de identidad.
- \* Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- \* Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio del contribuyente.
- \* Formulario de la actividad a la que vamos a pertenecer.

### 4.2 Municipio de Mejía

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

- \* **Patente Municipal:** Copia de cédula de identidad, copia de certificado de votación, copia del RUC, copia Impuesto predial del local de arriendo.
- \* **Línea de fábrica:** documento que informa mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno.
- \* **Permiso de suelo:** permiso que garantiza que la infraestructura del local comercial es segura para la actividad a realizarse.

### **4.3 Cuerpo de Bomberos**

- \* Solicitud de inspección
- \* Declaración
- \* Formato de inspección de locales comerciales
- \* Factura de la compra o mantenimiento del extintor
- \* Detector de gas
- \* Instalaciones de gas
- \* Instalaciones Eléctricas
- \* Documentos para la recaudación
- \* Carta del pago del impuesto predial
- \* Copia de cédula
- \* Copia del RUC

### **4.4 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA**

- \* Ingresar al sistema informático de la ARCSA
- \* Llenar formulario
- \* Comprobante de pago
- \* Número de cédula
- \* Papeleta de votación
- \* RUC
- \* Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad
- \* Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo
- \* Permiso de Bomberos (cantón Mejía)
- \* Certificado Salud Ocupacional (centro de salud)

### **4.5 Ministerio del Trabajo**

- \* Registro información del empleador
- \* Registro dirección del empleador

- \* Ingresar datos del representante legal

#### **4.6 Ministerio de Turismo**

- \* Copia del RUC
- \* Detalle del inventario valorado de activos fijos de la empresa o persona natural para el ejercicio de la actividad económica.
- \* Declaración del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales.
- \* Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable del uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado.
- \* Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

#### **4.7 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS**

- \* Solicitud de entrega de clave (Impreso)
- \* Copia del RUC
- \* Copia de cédula de identidad
- \* Copia papeleta de votación
- \* Copia pago de servicio básico
- \* Calificación artesanal

## 5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### 5.1 Objetivo de área.

El objetivo principal del estudio de los impactos ambientales es el prevenir, mitigar y restaurar el daño que se pueda causar al medio ambiente, de esta forma contribuir en la prevención de la contaminación ambiental haciendo uso de buenas prácticas que mitiguen los impactos negativos al ambiente que pueda producir la heladería.

El impacto social estará dado dentro de la comunidad en donde se encuentra ubicada la heladería, obteniendo como resultado aspectos tanto positivos como negativos, debido a los efectos que produce la heladería al realizar sus actividades comerciales.

Achachay que Helado mantendrá como unas de sus prioridades la mitigación de la contaminación ambiental, por medio de la utilización de productos amigables con el medio ambiente, como lo son empaques y fundas biodegradables en la comercialización de sus productos y el manejo de contenedores apropiados para la separación de residuos de acuerdo a su categorización dentro y fuera de las instalaciones de la heladería.

### 5.2 Impacto ambiental.

#### Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación del agua:** La utilización de productos químicos para la limpieza, desinfección y sanitización del establecimiento provocará la contaminación del agua.
- **Desperdicio de agua:** Al no tener un control eficiente del consumo de agua dentro de la heladería, puede provocar un desperdicio de agua de forma inadecuada.
- **Contaminación por basura:** Esta dada por los desechos que se generan por la comercialización de los productos de la heladería, y que los clientes desechan dentro o fuera del negocio.
- **Contaminación por desechos del área de producción:** El mal manejo de los desechos generados dentro del proceso de producción, pueden promover la aparición de plagas y bacterias patógenas dentro de esta área.

- **Consumo de electricidad:** El equipo y la maquinaria utilizada dentro del establecimiento, puede llegar a consumir demasiada electricidad si no tienen un mantenimiento constante e inspecciones periódicas de su funcionamiento.

### **Medidas para contrarrestar impactos encontrados.**

- Utilización de envases y fundas biodegradables.
- Correcto manejo de los residuos generados por productos químicos de limpieza, asegurándose de que al ingresar a las tuberías no existan fugas que puedan llegar a contaminar el agua.
- Revisiones periódicas del manejo de materias primas y de desechos dentro del área de producción.
- Colocación de contenedores diferenciados para la clasificación de basura y desechos producidos.
- Realización de mantenimiento semestral a la maquinaria y equipos del establecimiento.
- Capacitación al personal de la correcta utilización de maquinaria y equipos.

### **5.3 Impacto social.**

#### **Bajo normas legales**

La heladería está constituida bajo normas legales vigentes en el país, por lo que se garantiza que las actividades económicas realizadas por el establecimiento son lícitas y amparadas por el Código de Trabajo y la Constitución de la República del Ecuador.

#### **Generar fuentes de trabajo.**

La heladería busca generar fuentes de empleo para los pobladores del sector en donde se encuentra ubicada, sin discriminación ya sea de género, edad, cultura u origen. Trabajará con proveedores propios del lugar, al igual que se adquirirá materia prima de los mercados del sector, de esta forma beneficiando a los habitantes del cantón Mejía.

### **Mejoramiento de nivel de ingresos.**

Achachay que Helado al crear fuentes de empleo para los pobladores del sector y para sus negocios, mejora el ingreso de los mismos dándoles mayor impulso para continuar con sus actividades y promover sus productos. Cabe destacar que también se aportará a la generación de impuestos y contribuciones al cantón, adicionalmente que dependiendo de su éxito podrá expandirse a otros sectores del país.

### **Igualdad de género.**

La heladería acogerá a empleados de distintos géneros y edades, siempre y cuando cumplan con los requerimientos dados por la heladería. Al igual que se tomará en cuenta y se apoyará a personas con discapacidad calificadas para desenvolverse en el puesto de trabajo.

Cada uno de los trabajadores se beneficiara de los mismos derechos y se someterá a las mismas obligaciones dadas por el negocio y las leyes del Ecuador. Se contará con capacitaciones constantes con el fin de fomentar que el ambiente laboral sea el idóneo para la realización de sus actividades.

### **Satisfacción de una necesidad social prioritaria.**

La heladería cubrirá la necesidad fisiológica de alimentación, entregando al consumidor un establecimiento seguro y confortable, en el cual se manejan buenas prácticas de manufactura y se entrega un producto final inocuo y saludable con un servicio de calidad.

Las instalaciones del establecimiento contarán con todas las medidas de bioseguridad para que el cliente se sienta seguro y confiado al estar dentro del lugar y al consumir los productos de la heladería.

Se capacitará y motivará al personal con el fin de que se sientan comprometidos en realizar un buen trabajo y en mantener un excelente ambiente laboral, lo cual se verá reflejado en la aceptación del consumidor hacia el negocio.

## 6. PROCESO FINANCIERO

### 6.1. Introducción

En el presente capítulo se procede a detallar el análisis financiero del proyecto, en donde se permitirá determinar la factibilidad del mismo desde una perspectiva económica, dando de esta forma la pauta de inicio.

### 6.2. Inversiones

La inversión es el empleo de ciertos bienes en cualquier actividad legal con el objetivo de obtener ingresos, rentas o beneficios y a su vez incrementarlos.

Se encuentra una Inversión que consta de **Activos Fijos:** que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$6.596,60

Tabla 32. Inversiones

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind./ seguridad	3964
Equipos de Computación	619
Muebles - enseres	2013,6
<b>TOTAL</b>	<b>6596,6</b>

Luzón, S. (2020). Inversiones. [Tabla].

### 6.3. Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación del negocio.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$500, lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, patentes municipales, abogado, traslado, etc.

Tabla 33. Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	500

Luzón, S. (2020). Activos diferidos. [Tabla].

### 6.4. Capital de trabajo

Son aquellos recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, material de oficina y limpieza, alquiler de local, adquisición de materia prima, gastos financieros, etc.

En lo referente al negocio, en el periodo de un año cuenta en sueldos con \$17.188,80, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) con un valor de \$1.440, material de oficina con \$687,72, material de limpieza \$1.017,60, el alquiler del local por \$3.000, publicidad con \$480, para la adquisición de materia prima \$3000, gastos financieros \$2.800, dando un total de inversión de \$29.614,12.

Tabla 34. Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldos	17188,80
Servicios Básicos	1440
Material oficina	687,72
Material limpieza	1017,6
Servicio auto	0
Alquiler local	3000
Publicidad	480
Adquisición de materia prima	3000
Gastos financieros	2.800,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>29614,12</b>

Luzón, S. (2020). Capital de Trabajo. [Tabla].

Tabla 35. Detalles de inversión

Activos Fijos	6596,6
Activo Diferido	500
Capital de Trabajo	29614,12
<b>Total Inversión</b>	<b>36710,72</b>

Luzón, S. (2020). Detalles de inversión. [Tabla].

Inversión total Tomando en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$36.710,72.

## 6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 36. Sueldos

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Gerente chef	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
<b>TOTAL</b>	<b>1200</b>	<b>14400</b>	<b>1360,8</b>	<b>1749,6</b>	<b>14788,8</b>

Luzón, S. (2020). Sueldos. [Tabla].

Tabla 37. Decimos

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>DECIMO 4°</b>	<b>DECIMO 3°</b>	<b>TOTAL DECIMOS</b>
Gerente chef	400	400	400	800
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Cajero	400	400	400	800
<b>TOTAL</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>	<b>2400</b>

Luzón, S. (2020). Decimos. [Tabla].

Tabla 38. Sueldos Totales

<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>TOT. DECIMOS</b>	<b>TOT ANUAL</b>
14788,8	2400	17188,8

Luzón, S. (2020). Sueldos Totales. [Tabla].

El valor total de sueldos a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$17.188,80 anual, mientras que mensual será de \$1.432,40.

## 6.6. Depreciación activos fijos.

Se puede apreciar a continuación la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el negocio son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$804,07.

Tabla 39. Depreciación de Activos Fijos

<b>DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS</b>			
		<b>% DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION</b>
Equipos Ind.	3964	10%	396,4
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	619	33,33%	206,3127
Muebles y Enseres	2013,6	10%	201,36
<b>TOTAL DEPRECIACION</b>			<b>804,07</b>

Luzón, S. (2020). Depreciación de Activos Fijos. [Tabla].

## 6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por la constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$100, ya que el monto por constitución equivale a \$500.

Tabla 40. Amortizaciones

<b>AMORTIZACIONES</b>			
		<b>PORCENTAJE AMORTIZACION</b>	
Gastos de Constitución	500	20%	100

Luzón, S. (2020). Amortizaciones. [Tabla].

## 6.8. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** la cantidad de \$16.710,72, con una estructura del 46%, el costo del 13% que otorga una tasa de descuento del 5.9%. **Capital Financiero** de \$20.000, con una estructura del 54%, el costo de 14% y una tasa de descuento del 7.6%, dando como resultado un **Total de Inversión** de \$36.710,72 con un total de estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) de un total de 13.5% valor que es el indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 41. Capital

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	16710,72	46%	13%	5,9%	
Capital Financiero	20000	54%	14%	7,6%	
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>36710,72</b>	<b>100%</b>		<b>13,5%</b>	<b>TMAR</b>

Luzón, S. (2020). Capital. [Tabla].

## 6.9. Tabla de Amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 42. Amortización

MONTO	20000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	20000
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90

4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00
		9.128,35		
2912,84		<b>INTERES ANUAL</b>		2.800,00
		<b>INTERES SEMESTRAL</b>		1400,00

Luzón, S. (2020). Amortización. [Tabla].

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$20.000 en un plazo de 5 años; lo que conlleva un pago de interés de \$ 9.128,35, y a su vez el pago del capital de \$20.000 que al final del periodo acordado da un saldo de \$0,00.

#### 6.10. Punto de equilibrio

Tabla 43. Datos Puntos de Equilibrio

Materia Prima	250
Arriendo	250
Sueldos	1432,4
Serv. Básicos	120
<b>TOTAL</b>	<b>2052,4</b>

Luzón, S. (2020). Datos Punto de Equilibrio. [Tabla].

Tabla 44. Activos Margen de Contribución

Precio	2,89	
Costo	1,05	
<b>Ganancia</b>	<b>1,84</b>	<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>

Luzón, S. (2020). Margen de Contribución. [Tabla].

Tabla 45. Punto de Equilibrio

<b>PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION</b>			
PE=	1115		
Venta de helado	1115		
Venta diaria	37,2		
<b>VENTA</b>	1115	2,89	3223,6
<b>COSTO</b>	1115	1,05	1171,2
<b>GASTO</b>			2052,4
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

Luzón, S. (2020). Punto de Equilibrio. [Tabla].

Tabla 46. Ventas / Costos

2300	6647	79764	<b>ventas</b>
2300	2415	28980	<b>costo</b>

Luzón, S. (2020). Ventas / Costos. [Tabla].

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de helado a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta  $37,2 = 37$  helados para no llegar a la quiebra, mientras que si se vende  $76,6 = 77$  helados diarios, es decir \$2.300 al mes se logrará tener buena rentabilidad.

### 6.11 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.

Tabla 47. Costo de Ventas

<b>COSTO DE VENTAS</b>	0	1	2	3	4	5
VENTAS		79764,00	82164,90	84638,06	87185,67	89809,95
COSTO DE VENTAS		28980,00	29852,30	30750,85	31676,45	32629,91
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		50784,00	52312,60	53887,21	55509,21	57180,04
GASTOS ADMINISTRATIVOS		17188,80	17706,18	18239,14	18788,14	19353,66
SERVICIOS BASICOS		1440,00	1483,34	1527,99	1573,99	1621,36
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1705,32	1756,65	1809,53	1863,99	1920,10
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3000,00	3090,30	3183,32	3279,14	3377,84
PUBLICIDAD		480,00	494,45	509,33	524,66	540,45
DEPRECIACIONES		804,07	804,07	804,07	804,07	804,07
AMORTIZACIONES		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
UTILIDAD OPERATIVA		26065,81	26877,60	27713,83	28575,23	29462,55
GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		23265,81	24501,19	25820,32	27232,22	28747,12
BASE IMPOSITIVA		8433,86	8881,68	9359,87	9871,68	10420,83
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>14831,95</b>	<b>15619,51</b>	<b>16460,45</b>	<b>17360,54</b>	<b>18326,29</b>

Luzón, S. (2020). Costo de Ventas. [Tabla].

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 \$14.831,95 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$18.326,29.

## 6.12. Flujo de caja

El flujo de caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado. Permitiendo saber si una empresa está transformando sus utilidades en efectivo y, por tanto, si es solvente.

Tabla 48. Flujo de Caja

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		26065,81	26877,60	27713,83	28575,23	29462,55
DEPRECIACION		804,07	804,07	804,07	804,07	804,07
AMORTIZACION		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- BASE IMPOSITIVA		8433,86	8881,68	9359,87	9871,68	10420,83
- GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
- PAGO CAPITAL		3.025,67	3.449,26	3.932,16	4.482,66	5.110,24
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
<b>= FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>- 36710,72</b>	<b>12.710,35</b>	<b>13.074,32</b>	<b>13.432,36</b>	<b>13.781,95</b>	<b>14.120,13</b>

Luzón, S. (2020). Flujo de Caja. [Tabla].

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$12.710,35, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$14.120,13.

### 6.13. Cálculo del TIR y el VAN

Para la culminación de este análisis financiero tenemos el cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

#### 6.13.1. 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, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando el descuento de la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$10.319,22.

#### 6.13.2. 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) de una inversión es igual a cero ( $VAN = 0$ ). 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 23,66% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 10,12% con el TMAR.

Tabla 49. VAN / TIR

VAN	10.319,22
TIR	23,66%
TMAR	13,54%

Luzón, S. (2020). VAN / TIR. [Tabla].

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- El realizar una investigación de mercado es fundamental, ya que es una guía para la toma de decisiones, brindando información sobre el mercado en el que se desenvuelve el negocio, al igual que los competidores, productos, marketing y clientes. También ayuda a reducir los riesgos, permitiendo determinar los productos, precios y promociones desde un inicio.
- Una buena administración es fundamental en un negocio, ya que de ella dependerá que todos los objetivos propuestos se cumplan de acuerdo a lo planificado. La administración de un negocio debe estar basada en una excelente relación entre los clientes internos y externos del mismo, de modo que se logre que los miembros de la organización se empoderen de las metas propuestas, y cuenten con un clima laboral apropiado.
- El crear políticas de incentivo, logra estimular a los trabajadores a realizar un trabajo de excelente calidad, el cual se verá reflejado en el cumplimiento de las metas del negocio, y permitirá llegar a cumplirlas de manera más sencilla y en el tiempo establecido.
- Es importante que un negocio se maneje bajo el ámbito legal, ya que de esta forma se garantiza que las actividades económicas que se realizan dentro del mismo son legales y están amparadas por la ley. Garantizándose que más adelante no se tendrá inconveniente con las autoridades encargadas de la regulación y control de este tipo de negocios, debido a que se cuenta con la documentación necesaria para funcionar de forma correcta.

## 7.2 Recomendaciones

- Mantener los estándares de calidad desde el inicio del negocio, tanto en la producción como en la atención al cliente, debido a que estos aspectos serán quienes garanticen la competitividad y permanencia en el mercado.
- El aplicar la tecnología puede brindar oportunidades de crecimiento, ya que facilita los procesos y logra reducir los tiempos y costos de producción, al igual que al estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos en el ámbito de la restauración, es llamativo al consumidor, ya que se le brinda nuevas herramientas que satisfacen su necesidad de reconocimiento.
- Realizar capacitaciones permanentes a todos los miembros de la organización, con el objetivo de conservar un alto nivel competitivo dentro del mercado en el que se desenvuelve el negocio.
- Desarrollar métodos publicitarios que permitan llegar al consumidor y de esta forma dar a conocer los beneficios que le ofrece el producto, al igual que ayudaría a determinar mejor los gustos y necesidades del cliente con el fin de ofrecerle un servicio de calidad.

### 7.3 Bibliografía

- ARCSA. (2021). *Consulta requisitos para permisos de funcionamiento*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [controlsanitario.gob.ec:](http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/) <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Arturo, K. (2019, 9 de junio). *¿Qué es un flujo de caja y cómo hacer uno? (incluye estructura y ejemplo)*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [crecenegocios.com:](https://www.crecenegocios.com/) <https://www.crecenegocios.com/flujo-de-caja/>
- Cuerpo de Bomberos del Cantón MEJÍA. (2021). *Permisos de Funcionamiento*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [bomberosmejia.gob.ec:](https://www.bomberosmejia.gob.ec/) <https://www.bomberosmejia.gob.ec/inicio/servicios>
- Editores Grupo FARO. (2020, 17 de agosto). *Sector Turismo en Ecuador Retos Después del COVID-19*. Grupo FARO. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [Grupofaro.org:](https://grupofaro.org/) <https://grupofaro.org/sector-turismo-en-ecuador-retos-despues-del-covid-19/>
- GOB.EC. (2021). *Otorgamiento de permisos de funcionamiento para locales y establecimientos que no se encuentran categorizados como turísticos*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [www.gob.ec:](https://www.gob.ec/) <https://www.gob.ec/cgreg/tramites/otorgamiento-permiso-funcionamiento-locales-establecimientos-no-se-encuentran-categorizados-turisticos>
- Google Maps. (2020). *Parroquia de Cutuglagua*. [Mapa satelital]. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.3652635,-78.5509174,19z>
- IESS. (2021). *Registro de Nuevo Empleador*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- Lexico. (2021). *Significado de jachachay!* Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [Lexico.com:](https://www.lexico.com/es/definicion/%C2%A1achachay!) <https://www.lexico.com/es/definicion/%C2%A1achachay!>
- Municipio de Mejía. (2021). *Servicios*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [municipiodemejia.gob.ec:](https://municipiodemejia.gob.ec/) <https://municipiodemejia.gob.ec/index.php/servicios/listado>
- Puga, M. (2009). *VAN y TIR*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web [Accioneduca.org:](http://accioneduca.org/) [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir\\_1563977885.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf)

- SRI. (2021). *Requisitos personas naturales*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web sri.gob.ec: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-personas-naturales>
- TheFork Manager. (2020, 3 de febrero). *Cómo las nuevas tecnologías impactan a los restaurantes*. Recuperado el 25 de enero de 2021 del sitio web theforkmanager.com: <https://www.theforkmanager.com/es-cl/blog/market-trends/como-las-nuevas-tecnologias-impactan-los-restaurantes>

## 7.4 Anexos

### Anexo 1 Proformas





**Juego de sillas y mesas  
restaurantes 🍷🥗, comida  
rápida 🍔, heladería 🍦,  
cafetería ☕**  
\$155



**COMPUTADORA DE  
ESCRITORIO**  
\$130  
Publicado hace más de una semana en Quito,  
Pichincha



**Registradora SAM ER 350II**  
\$379



### Lavadero industrial 2 pozos

\$240

Publicado hace más de una semana en Conocoto, Pichincha

**BALANZA DIGITAL CAMRY**

Peso máximo  
30 kilos - 66 libras

**SPECIALS**  
\$50

 **Domicilio gratis**

**COMPRA AHORA**  **0958913980**

### Balanzas Digitales

\$45

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha



### Batidora industrial

\$600

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

## Anexo 2

### Encuestas

#### Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental delimitar y evaluar el mercado regional, el perfil del cliente y la amplitud del plan de negocio "Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía".

**\*Obligatorio**

Dirección de correo electrónico \*

wladymix88@gmail.com

1.- ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila? \*

SI

NO

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted helados? \*

Diariamente

**Semanalmente**

Mensualmente

Nunca

3.- ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? \*

SI

NO

4.-¿Cuál de estos sabores preferiría consumir? \*

Mortiño

Uvilla

Chocho

**Capulí**

5.- ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? \*

SI

NO

6.- ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? \*

SI

NO

7.- Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? \*

Solo

Con su pareja

Con amigos

**Con su familia**

8.- ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? \*

**Cono**

Tulipán

Copa

9.- ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar? \*

SI

NO

10.- ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? \*

**Litro**

1/2 Litro

Unidad

## Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental delimitar y evaluar el mercado regional, el perfil del cliente y la amplitud del plan de negocio "Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía".

**\*Obligatorio**

Dirección de correo electrónico \*

melc.311984@gmail.com

1.- ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila? \*

SI  
NO

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted helados? \*

Diariamente  
**Semanalmente**  
Mensualmente  
Nunca

3.- ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? \*

SI  
NO

4.-¿Cuál de estos sabores preferiría consumir? \*

Mortiño  
**Uvilla**  
Chocho  
Capulí

5.- ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? \*

SI  
NO

6.- ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? \*

SI  
NO

7.- Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? \*

Solo  
Con su pareja  
Con amigos  
**Con su familia**

8.- ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? \*

Cono  
Tulipán  
**Copa**

9.- ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar? \*

SI  
NO

10.- ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? \*

Litro  
**1/2 Litro**  
Unidad

## Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental delimitar y evaluar el mercado regional, el perfil del cliente y la amplitud del plan de negocio "Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía".

**\*Obligatorio**

Dirección de correo electrónico \*

lenin777@hotmail.es

1.- ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila? \*

SI  
NO

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted helados? \*

Diariamente  
Semanalmente  
**Mensualmente**  
Nunca

3.- ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? \*

SI  
NO

4.-¿Cuál de estos sabores preferiría consumir? \*

Mortiño  
**Uvilla**  
Chocho  
Capulí

5.- ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? \*

SI  
NO

6.- ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? \*

SI  
NO

7.- Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? \*

Solo  
Con su pareja  
Con amigos  
**Con su familia**

8.- ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? \*

Cono  
**Tulipán**  
Copa

9.- ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar? \*

SI  
NO

10.- ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? \*

Litro  
1/2 Litro  
**Unidad**

## Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental delimitar y evaluar el mercado regional, el perfil del cliente y la amplitud del plan de negocio "Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía".

**\*Obligatorio**

Dirección de correo electrónico \*

brandoandrade@hotmail.com

1.- ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila? \*

SI  
NO

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted helados? \*

Diariamente  
Semanalmente  
**Mensualmente**  
Nunca

3.- ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? \*

SI  
NO

4.- ¿Cuál de estos sabores preferiría consumir? \*

Mortiño  
Uvilla  
Chocho  
**Capulí**

5.- ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? \*

SI  
NO

6.- ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? \*

SI  
NO

7.- Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? \*

Solo  
Con su pareja  
Con amigos  
**Con su familia**

8.- ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? \*

Cono  
**Tulipán**  
Copa

9.- ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar? \*

SI  
NO

10.- ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? \*

Litro  
**1/2 Litro**  
Unidad

## Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental delimitar y evaluar el mercado regional, el perfil del cliente y la amplitud del plan de negocio "Implementación de una empresa que elabore helados artesanales a base de mortiño, uvilla, chocho y capulí en el sector de Cutuglagua, Cantón Mejía".

**\*Obligatorio**

Dirección de correo electrónico \*

luzkami98@hotmail.com

1.- ¿Ha probado usted los helados artesanales elaborados en paila? \*

SI  
NO

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted helados? \*

Diariamente  
Semanalmente  
**Mensualmente**  
Nunca

3.- ¿Le gustaría consumir un helado artesanal a base de frutas como mortiño, uvilla, chocho y capulí? \*

SI  
NO

4.-¿Cuál de estos sabores preferiría consumir? \*

**Mortiño**  
Uvilla  
Chocho  
Capulí

5.- ¿Conoce los beneficios que aporta a la salud dichas frutas? \*

SI  
**NO**

6.- ¿Sabía usted que el consumir estas frutas eleva sus defensas inmunológicas? \*

SI  
**NO**

7.- Cuando acude a una heladería. ¿Lo hace? \*

Solo  
Con su pareja  
**Con amigos**  
Con su familia

8.- ¿Cómo le gustaría la presentación del helado? \*

Cono  
**Tulipán**  
Copa

9.- ¿Le gustaría que esta heladería cuente con servicio a domicilio o para llevar? \*

SI  
NO

10.- ¿Cómo le gustaría el helado para llevar? \*

**Litro**  
1/2 Litro  
Unidad

**Anexo 3**  
**Plano Arquitectónico**

