



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una heladería con temática de sabores de crema de fruta exótica y sal en el barrio Quitumbe, en Quito.”

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

AUTOR:

Nicole Alejandra Guerrero Villarreal

TUTOR:

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti.

D.M. Quito, 02 de marzo de 2022

DEDICATORIA

Este proyecto dedico con todo mi amor y cariño a mi esposo Cristian quien me ha apoyado desde el primer día que nos conocimos y que a pesar de tantos obstáculos jamás se rindió ni dudo en ayudarme, por su sacrificio y esfuerzo que entrego en todo lo que necesité, tu haz sido mi mayor motivación para nunca rendirme y ahora sé que vas a estar más orgulloso de mi porque pude salir adelante ante todos las adversidades que se presentaron en nuestro camino esposo mío, por haber sido incondicional y no haberme dejado sola en este camino.

A mis amados padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, sé que desde el cielo están festejando conmigo este gran triunfo, han aportado su granito de arena a este gran logro.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios por permitirme tener esta excelente experiencia dentro de este prestigioso Instituto, gracias a mi esposo por siempre estar conmigo en todo momento, gracias a mi tutor por haberme guiado en las cosas que se me hicieron difícil y por la paciencia prestada.

AUTORIA

Yo, Nicole Alejandra Guerrero Villarreal autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Nicole Alejandra Guerrero Villarreal

D.M. Quito, 02 de marzo de 2022

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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



Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti.

D.M. Quito, 02 de marzo de 2022

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 **Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra. Nicole Alejandra Guerrero Villarreal por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Sra. Nicole Alejandra Guerrero Villarreal realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la creación de una heladería con temática de sabores de crema de fruta exótica y sal en el barrio Quitumbe, en Quito.”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti.

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

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Nicole Alejandra Guerrero Villarreal, como autor 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 creación de una heladería con temática de sabores de crema de fruta exótica y sal en el barrio Quitumbe, en Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti
D.M. Quito, 02 de marzo de 2022

Nicole Alejandra Guerrero Villarreal

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
TABLA DE ILUSTRACIONES.....	xiv
RESUMEN	xvi
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	1
2.1 Creación de la empresa.	1
2.2 Descripción de la empresa.	1
2.2.1 Importancia.	1
2.2.2 Características.	2
2.2.3 Actividad.....	3
2.3 Tamaño de la empresa.....	4
2.4 Necesidades que satisfacer.....	4
2.4.1 Necesidad Básica.	5
2.4.2 Necesidad de Seguridad.	5
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.....	5
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.	6
2.4.5 Necesidad de Auto realización.....	6
2.5 Localización de la empresa.	7
2.6 Filosofía empresarial.....	7
2.6.1 Misión	7
2.6.2 Visión.....	8

2.6.3	Objetivos.....	8
2.6.4	Meta.....	8
2.6.5	Estrategias.....	9
2.6.6	Políticas.....	10
2.6.7	FODA.....	11
2.6.8	Desarrollo organizacional.....	13
2.6.9	Diferenciación.....	13
2.6.10	Formalización.....	13
2.6.11	Centralización – Descentralización.....	14
2.6.12	Integración.....	14
2.7	Desarrollos de Procesos.....	14
2.8	Organigrama empresarial.....	15
2.9	Funciones del personal.....	16
	Méritos aspectos a considerar.....	17
	PUESTO DE PRODUCTOR/CHEF.....	18
	Méritos aspectos a considerar.....	18
	Puesto de mesero.....	19
3	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	21
3.1	Objetivo de mercadotecnia.....	21
3.2	Investigación de mercado.....	21
3.2.1	Modalidad.....	22
3.3	Plan de Muestreo.....	22
3.4	Análisis de las encuestas.....	24
3.4.1	Análisis General.....	34
3.5	Balance de oferta y demanda.....	35
3.5.1	Consumo de helado.....	35

3.5.2	Demanda.	35
3.5.3	Oferta.	36
3.5.4	Demanda Insatisfecha.	37
3.6	Entorno empresarial.	37
3.6.1	Microentorno.	38
3.7	Competencia directa.	39
3.8	Competencia indirecta.	39
3.8.1	Macroentorno.	41
3.9	Producto y servicio	43
3.9.1	Producto Esencial.	44
3.9.2	Producto real.	44
3.9.3	Características.	44
3.9.4	Calidad.	45
3.9.5	Estilo.	45
3.10	Marca.	46
3.10.1	Producto aumentado.	46
3.11	Plan de introducción al mercado.	47
3.11.1	Distintivos y Uniformes.	47
3.11.2	Chef administrador.	47
3.11.3	Personal del área de servicio.	48
3.11.4	Mesero y cajero – recepcionista.	48
3.12	Materiales de identificación.	49
3.12.1	Imagotipo.	49
3.12.2	Tarjetas de presentación.	50
3.13	Canal de distribución y puntos de ventas.	50
3.14	Promoción.	51

3.15	Contacto.....	51
3.16	Riesgo y oportunidades del negocio.....	52
3.17	Fijación de Precios.....	53
3.17.1	Fijación de precios por receta estándar.....	53
3.18	Implementación del negocio.....	55
3.19	Estudio arquitectónico.....	59
3.20	Estructura interna del establecimiento.....	60
4	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	61
4.1	Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:.....	61
4.2	Patente municipal.....	62
4.3	Permisos sanitarios.....	62
4.4	Registro Actividad Turística.....	63
4.5	Licencia Anual de Funcionamiento.....	64
5	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	65
5.1	Objetivo de área.....	65
5.2	Impacto ambiental.....	66
5.3	Impacto social.....	67
6	PROCESO FINANCIERO.....	69
6.1	Introducción.....	69
6.2	Activos Fijos.....	69
6.3	Activos diferidos.....	70
6.4	Capital de trabajo.....	71
6.5	Sueldos.....	72
6.6	Depreciación activos fijos.....	73
6.7	Inversión de Activos diferidos.....	74
6.8	Amortizaciones.....	74

6.9	Tabla de amortización.....	75
6.10	Estructura capital	76
6.11	Punto de equilibrio.....	76
6.12	Costo de ventas	79
6.13	Flujo de caja.....	80
6.14	Tasa de Descuento	81
6.15	Cálculo del TIR y el VAN	81
6.16	VAN (Valor Actual Neto).....	81
6.17	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	82
7	Capítulo 7.....	84
7.1	Conclusiones	84
7.2	Recomendaciones	85
7.3	Referencias.....	85
7.4	Anexos	88
	Anexo 1. Ejemplo de encuesta.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, administrador.....	17
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, productor/chef.....	18
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero.....	19
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, recepcionista/ cajero.	20
Tabla 5. Pregunta 1	24
Tabla 6. Pregunta 2.	25
Tabla 7. Pregunta 3	26
Tabla 8. Pregunta 4	27
Tabla 9. Pregunta 5	28
Tabla 10. Pregunta 6	29
Tabla 11. Pregunta 7	30
Tabla 12. Pregunta 8	31
Tabla 13. Pregunta 9	32
Tabla 14. Pregunta 10	33
Tabla 15. Consumo helados	35
Tabla 16. Demanda	36
Tabla 17. Oferta	36
Tabla 18. Demanda Insatisfecha	37
Tabla 19. <i>Proveedores</i>	40
Tabla 20. Financiamiento publicidad.....	52
Tabla 21. Helados de Crema, receta estándar de costos.	54
Tabla 22. Helado de Sal, receta estándar de costos.....	55
Tabla 23. Arriendo del local.	55
Tabla 24. Equipos industriales	56
Tabla 25. Equipos de computación	56
Tabla 26. Muebles y enseres	57
Tabla 27. Equipos industriales de seguridad.....	57
Tabla 28. Suministros de oficina.....	58
Tabla 29. Servicios básicos.....	58
Tabla 30. Materiales de limpieza	59
Tabla 31. Activos Fijos.....	69

Tabla 32. Activos diferidos.....	70
Tabla 33. Capital de trabajo.....	71
Tabla 34. Detalles de inversión.....	72
Tabla 35. Sueldos.....	72
Tabla 36. Depreciación de activos fijos.....	73
Tabla 37. Inversión de Activos diferidos.....	74
Tabla 38. Porcentaje Amortización.....	75
Tabla 39. Amortización.....	75
Tabla 40. Estructura de capital.....	76
Tabla 41. Costos fijos.....	77
Tabla 42. Margen de contribución.....	77
Tabla 43. Punto de equilibrio.....	79
Tabla 44. Costo de ventas.....	80
Tabla 45. Flujo de caja.....	80
Tabla 46. Estructura de capital.....	81
Tabla 47. VAN/ TIR / BENEFICIO-COSTO.....	83

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Piramide de Maslow.	4
Ilustración 2 Ubicación.	7
Ilustración 3. Organigrama empresarial Best Cream.	16
Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.	24
Ilustración 5 .Pregunta 2, gráfico circular.	25
6.Pregunta 3, gráfico circular.	26
Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.	27
Ilustración 8 .Pregunta 5, gráfico circular.	28
Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.	29
Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.	30
Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.	31
Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.	32
Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.	33
Ilustración 14. <i>Esquema microentorno Best Cream,</i>	38
Ilustración 15. <i>Ubicación.</i>	38
Ilustración 16	41
Ilustración 17. Diseño uniforme chef administrador.....	47
Ilustración 18. Diseño uniforme personal del área de servicio.	48
Ilustración 19 . Imagotipo Best Cream.	49
Ilustración 20. Anverso tarjeta de presentación	50
Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación.....	50
Ilustración 22. Estructura del establecimiento.	60
Ilustración 23. Estructura del establecimiento	78
Ilustración 24. Formula VAN	82
Ilustración 25. Formula TIR.	82

“Proyecto de factibilidad para la creación de una heladería con temática de sabores de crema de fruta exótica y sal en el barrio Quitumbe, en Quito.”

Nicole Alejandra Guerrero Villarreal

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti

D.M. Quito 02 de marzo de 2022

RESUMEN

En la ciudad de Quito, en la Parroquia Quitumbe, Barrio Ciudadela del Ejercito, es un barrio comercial donde varias aledañas al lugar, realizan sus compras, a esto se agrega la cantidad de parques que se encuentran en el lugar, considerando que es el punto de partida del ciclopaseo, dentro del barrio se puede determinar que existen locales comerciales que se dedican al expendio de helados o a su vez de postres; no obstante, los distribuyen el producto mas no lo crean, siendo de esta manera poco atractivo para el consumidor, ya que no cuentan con un espacio adecuado para que los clientes puedan tener un momento ameno y compartir junto a los familiares y amigos en un ambiente armonioso que solo la empresa lo puede dar, es por eso que al ver esta necesidad se crea un lugar único, armonioso que cuenta con todas las medidas de bioseguridad y aseo denominado Best Cream, con el único objetivo de llevar al cliente a un mundo diferentes de sabores satisfaciendo todas las expectativas que un consumidor exige cuando adquiere un producto. Best Cream es un establecimiento que expide helados con sabores únicos, así como postres y bebidas calientes; y así ganarse la fidelidad de los clientes a base de buena atención, buen servicio y buen producto.

Para la creación de Best Cream se realizó la investigación de diferentes factores entre ellos la inversión que se necesita para ejecutar el proyecto la cual es de \$ 26.859,49, la cual ayuda para la adquisición de maquinaria y las implementaciones para el establecimiento donde funcionará la empresa, y según las encuestas realizadas se tiene una gran aceptación por parte de las personas en torno a la creación de Best Cream que proporcionen todos los productos y servicios que solo Best Cream brinda en el sector.

El presente proyecto se ha realizado con una visión para 5 años en los cuales cumplirá con todos los objetivos propuestos, y en base al análisis financiero realizado, se logra determinar que la recuperación de la inversión se lo realizará en el primer año, y se desarrollará en una forma aceptable para el proyecto, cumpliendo de esta manera con todos los parámetros, lineamientos y objetivos previstos para el presente Plan de Negocios.

2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa.

Best Cream Heladería nace en base a la necesidad del consumidor en obtener el servicio en el sector de Quitumbe donde no existe este tipo de establecimiento, destinado para la familia entera y amigos que desean pasar un momento ameno en un lugar tranquilo lleno de una explosión de sabores en un solo lugar, armonioso y refrescante, en Best Cream entendemos el cambio climático que tiene nuestra hermosa ciudad, es por eso que no solo se basa en la creación de una rica elaboración cremosa transformado en helado, sino que también ofrece bebidas calientes, para que nuestra distinguida clientela pueda disfrutar de los servicios, Best Cream es una microempresa que brinda productos de calidad, con una temática antigua con enfoque al futuro, donde las personas pueden alejarse de los problemas y darse un refrescante momento de distracción.

2.2 Descripción de la empresa.

2.2.1 Importancia.

A medida que pasa el tiempo nunca está demás degustar un helado, en el sector existe gran variedad de personas y es un lugar comercial ya que se encuentra cerca de una plataforma gubernamental, y parques donde muchas veces las personas desean refrescarse o tomar un delicioso café, y se ha comprobado que en el lugar no existe una heladería o un establecimiento que pueda proporcionar este tipo de productos tan necesarios ya que Best Cream no es una empresa que crea un helado común sino que innova con productos y frutas exóticas así como helados de sal y una gran variedad de postres es por eso que Best Cream tendría una gran acogida para las personas, a cambio la empresa brindará un excelente producto de buena calidad y una excelente atención a su distinguida clientela.

Es importante tomar en cuenta que una heladería en un lugar estratégico ayuda a posicionarse dentro del mercado y ayuda crecer como empresa.

2.2.2 Características.

Responsabilidad social: es importante establecer que la responsabilidad social es “un término que se refiere al compromiso que tienen los individuos o como miembros de un grupo u organización en beneficio de la sociedad.” (Ramirez, 2021): Es así que Best Cream heladería & Coffe es una micro empresa que está enfocada al cuidado de su clientela, es por eso que tiene estrictos protocolos de bioseguridad ya que por la situación que se encuentra pasando el país la prioridad es la seguridad de los clientes y trabajadores creando un ambiente seguro y estable, de igual manera uno de los principios del establecimiento es el de igualdad y equidad es por eso que laboran personal calificado de ambos sexos con iguales derechos y obligaciones, de igual manera en vista de la dura crisis que pasa el Ecuador y que varias instituciones educativas envían tareas en las cuales se necesita internet y muchos estudiantes no poseen un dispositivo o un internet en su domicilio Best Cream en ayuda social proporciona un lugar y dispositivos para quienes los requieran y puedan continuar en clases.

Investigación e innovación: Es importante establecer que la investigación e innovación “puede estar antes, durante y después de una innovación.

Para identificar la forma en que se vinculan y diferencian la innovación y la investigación educativas, se recurre al análisis de algunas formas de conceptualizar la investigación educativa y luego, a partir de lo dicho sobre la innovación en las secciones anteriores, se analizan las relaciones complejas que hay entre estas dos ideas.” (Téllez, 2010)

Es así que Best Cream trabaja constantemente en la elaboración de nuevos productos agradables al consumidor, de igual manera crea la página virtual Best App

en donde las personas pueden adquirir los servicios y productos desde la comodidad de su hogar sin algún costo adicional, de igual manera para los clientes que se acercan al establecimiento se cuenta con un menú virtual mediante un código QR y para quienes no posean datos el establecimiento proporciona wifi gratis.

Responsabilidad ambiental: Es importante establecer que la responsabilidad ambiental “es la imputabilidad de una valoración positiva o negativa por el impacto ecológico de una acción. Se refiere generalmente al daño causado a otras especies, a la naturaleza en su conjunto o a las futuras generaciones, por las acciones o las no acciones de una persona física o jurídica.” (Calidad, 2019); es así que Best Cream trabaja con productos biodegradables que ayudan a eliminar la contaminación ambiental y crea puestos de reciclaje con la finalidad de ayudar al medio ambiente, de igual manera Best Cream en compromiso al planeta ha creado una nueva dinámica en la cual consiste en que por cada botella reciclable se dará un cupón en la cual con 10 cupones tiene derecho a un helado gratis fomentando así en la sociedad a que las personas se comprometan a ayudar a disminuir la contaminación y daño ambiental.

Profesionales apasionados con su trabajo: Best Cream se enfoca en el cuidado de su personal brindando capacitaciones y buen trato, así como incentivos a los empleados del mes, fomentando en esto la superación personal y el trabajo en equipo, para que de esta manera los trabajadores transmitan ese buen trato a la distinguida clientela.

2.2.3 Actividad.

Es así que Best Cream al considerarse un establecimiento de servicios específicamente es una heladería y cafetería que ofrece helados y bebidas calientes, así como postres, bebidas frías y venta restringida de bebidas alcohólicas.

Es importante establecer que la actividad de la empresa es la declaración del empresario sobre los productos y servicios a comercializar en el presente inmediato, a quiénes se les venderá (clientes), ¿dónde se venderá? (ámbito geográfico) y ¿cómo venderá? (ventajas competitivas y capacidades singulares). Resumir

en qué consiste el negocio que se quiere poner en marcha. según (Tenerife, 2014);

2.3 Tamaño de la empresa.

Es importante establecer que el tamaño de la empresa se refiere a expresar el mayor o menor volumen de cada una de las magnitudes que sirven para explicar lo que es y lo que hace la unidad económica. Dicho esto, la empresa puede ser clasificada en varios tamaños según la aplicación de determinados criterios de medida (ECONOMÍA, 2021), Es así que Best Cream siendo una microempresa contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Administrador
- Productor/ Chef
- Recepcionista / cajero/a
- Mesero/a

2.4 Necesidades que satisfacer.

Es importante establecer que satisfacer la necesidad del cliente es el objetivo último del proceso de atención. Tras obtener del cliente la información oportuna, se estará en condiciones de conocer sus necesidades y expectativas. (Constructores, 2015), Es así que Best Cream se basa en relación a la siguiente pirámide de Maslow.

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



(Rioja, 2020) *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://www.unir.net/empresa/revista/como-aplicar-la-piramide-de-maslow-para-la-motivacion-laboral-de-tu-equipo/>

2.4.1 Necesidad Básica.

Es importante establecer que la necesidad básica es: “las necesidades vitales, las más básicas para sobrevivir, son de orden biológico, encontramos, entre otras necesidades: de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio. En resumen, son las que hacen que sigamos con vida, por eso son las más básicas. Es importante cubrirlas ya que de lo contrario no podremos cubrir las siguientes.” (Wellwo, 2021), es así que Best Cream al ser una empresa dedicada al consumo de bebidas y alimentos se crea la necesidad básica de satisfacer al cliente en todo lo relacionado a la alimentación, y así satisfacer todas sus necesidades.

2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Es necesario establecer que la necesidad de seguridad es: “la consecuencia de haber cumplido las anteriores. Orientadas a la seguridad personal, a la estabilidad y la protección de la persona. Entre ellas encontramos: la seguridad física, de trabajo, de ingresos y recursos, de la familia, de la salud” (Wellwo, 2021), es así que Best Cream se basa en la necesidad del cuidado en la bioseguridad y cumplir con las instrucciones dispuestas por el COE para evitar posibles contagios dentro del establecimiento, al encontrarse en un lugar con afluencia de personas es importante que la seguridad de los clientes se encuentre como prioridad, teniendo como producto la tranquilidad de los mismos, por último la seguridad y cuidado en los alimentos que proporcionamos así como la seguridad dentro del trabajo es primordial para evitar inconvenientes dentro y fuera del establecimiento.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.

Es importante determinar que la necesidad social es: “la consecuencia de haber cumplido las anteriores. Orientadas a la seguridad personal, a la estabilidad y la protección de la persona. Entre ellas encontramos: la seguridad física, de trabajo, de ingresos y recursos, de la familia, de la salud” (Wellwo, 2021), Es por eso que Best

Cream ante la necesidad interna se enfoca en el buen trato al trabajador, una buena capacitación y en fomentar el trabajo en equipo, dando incentivos por un buen trabajo realizado y creando un excelente ambiente laboral que se transmita en la buena atención a la clientela.

Como seguridad externa se tiene la relación que posee entre los clientes y Best Cream, la confianza y buena comunicación ayudarán a la fidelidad de nuestra distinguida clientela, así como a los proveedores para garantizar el buen trato y servicio de calidad.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.

Es necesario establecer que la necesidad de reconocimiento es:” Es el reconocimiento hacia la propia persona, los logros particulares y el respeto hacia los demás. Si las cubrimos, permitirá sentir seguros y dejar un valor agregado dentro de la de la sociedad. De lo contrario no se aportará valor. Hay dos categorías: la inferior (incluimos el respeto de los demás: el estatus, la fama, la gloria, el reconocimiento, etc...) y la superior (el respeto por sí mismo: la autoconfianza, la competencia, el logro, la independencia y la libertad).” (Wellwo, 2021), es así que Best Cream se basa en una temática clásica con precios cómodos al consumidor que ayuda al reconocimiento como uno de los establecimientos mejor poseionado en el mercado, ya que Best Cream se encuentra constantemente innovando sus productos para satisfacer a su clientela utilizando una mezcla de ciencia e investigación de todos sus productos.

2.4.5 Necesidad de Auto realización.

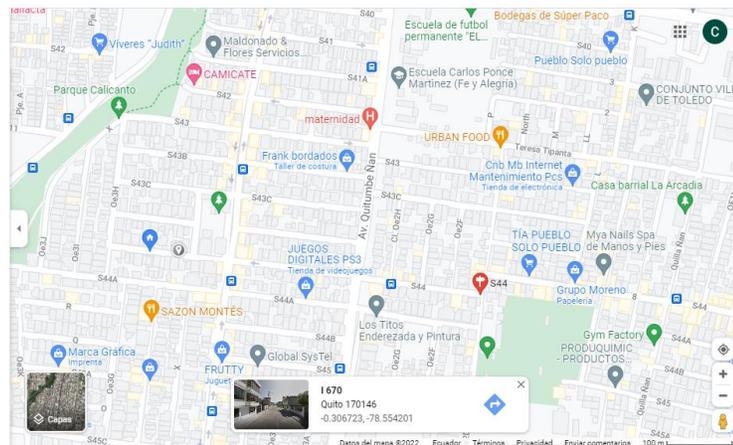
Es importante establecer que la necesidad de auto realización es: “la necesidad interna de desarrollo espiritual, moral, buscar una misión u objetivo en la vida, hacer un voluntariado, etc.” (Wellwo, 2021), Es así que Best Cream utilizará redes sociales y promociones para ser reconocida a nivel nacional e internacional por su compromiso de ayuda en la preservación del planeta, ya que se encuentra enfocado en la ayuda de

la flora y fauna del Ecuador, aportando un grano de arena para erradicar la contaminación ambiental.

2.5 Localización de la empresa.

Es importante establecer que la localización de la empresa es: “Se trata de la ubicación de nuestra empresa, que determina los clientes a los que podemos llegar y los costes que vamos a tener. Así, podemos indiciar que hay una serie de factores que influyen en la localización.” (Argudo, 2019). Es así que Best Cream estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el sur de la ciudad, calles s44 y Oe3D.

Ilustración 2 Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) Ubicación. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/search/s44+y+oe3d/@-0.3064167,-78.5536107,17z?hl=es>

Es importante establecer que la misión empresarial es. Es el conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales que utiliza un negocio para alcanzar sus objetivos comerciales. Permite fortalecer las relaciones con sus clientes y resume el ambiente, la cultura y los valores de la compañía.” (Marketing, 2020)

2.6.1 Misión

Es importante establecer que la misión es:

“Es un enunciado por medio del cual la empresa comunica, tanto a los agentes internos como a los externos, sus objetivos y filosofía. La misión es lo que distingue a una entidad ante las demás empresas y ante la sociedad. El enunciado de la misión debe

ser corto, claro y conciso, para evitar ambigüedades e imprecisiones. Asimismo, la misión genera compromisos, valores, etcétera” (MEX, 2020). Es así que la misión de Best Cream es: brindar un producto puramente natural, cumpliendo con los más altos estándares de calidad a un precio justo, garantizando una sensación de satisfacción.

2.6.2 Visión

Es importante establecer que la visión es:

“visión la meta que a largo plazo pretende alcanzar la empresa, y por filosofía el conjunto de valores humanos sobre los cuales funciona (comunicación, espíritu de grupo, participación)” (MEX, 2020) , es así que la visión de Best Cream es: “Ser una heladería con un excelente producto, reconocida a nivel nacional, mediante la elaboración de un producto único en la competencia, con excelente producto y precio, para brindar un buen servicio al cliente.”

2.6.3 Objetivos.

- Ser capaces de ofrecer un servicio rápido para dar celeridad en la atención a la clientela, brindando un servicio de calidad y satisfacer las necesidades del consumidor.
- Trabajar la imagen e higiene del local para atraer al cliente potencial.
- Captar la atención de nuevos clientes.
- Ofrecer un buen sistema de ofertas para aumentar las ventas cualquier día de la semana.

2.6.4 Meta.

Tener un espacio con temática clásica en donde nuestra distinguida clientela pueda degustar los deliciosos productos, un lugar tranquilo alejado del estrés de la ciudad, en donde puede entrar en un mundo de sabores y distracción, satisfaciendo las necesidades desde el más pequeño al más grande del hogar, y que cada fin de semana tengan un lugar especial para pasar en familia; y que tenga solidez en el plazo de un

año de la apertura para que genere ingresos que cubran las necesidades de la empresa y cumplir con las obligaciones de los empleados.

2.6.5 Estrategias.

Es importante establecer que la estrategia es: “es un elemento necesario en todo negocio que busque lograr un desarrollo sostenible y un crecimiento que se pueda replicar con el paso de los años. Conocer más sobre metodologías y técnicas te ayudará a mejorar tu estrategia empresarial, ya sea que estés comenzando una marca o empresa o que lleves años con un emprendimiento propio, o a implementarla en caso de que aún no cuentes con una” (Hubspot, 2021), es así que la estrategia utilizada por Best Cream es la competitiva, ya que va a realizar estrategias ofensivas y defensivas para lograr obtener una posición ventajosa dentro de la competencia, para lo cual realizará un estudio de mercado con la finalidad de obtener los precios más convenientes para el consumidor, así como ser líder en la diferenciación creando productos de calidad e innovadores a un precio accesible y enfoque ya que está dirigido a la clientela de todas las edades, satisfaciendo de esta manera a la clientela y obteniendo una ventaja competitiva dentro del mercado.

- Estudiar mediante encuestas las necesidades de los clientes, así como gustos en relación a helados y postres, agilizando el proceso de despacho del producto adquirido por el cliente, dando celeridad la atención brindada al cliente, de igual manera innovar semanalmente los servicios y crear nuevos productos que satisfagan el buen gusto de la clientela.
- Elaborar planes de limpieza dentro del establecimiento a fin de mantener la higiene del mismo, es importante un lugar limpio y con buen olor para atraer a la clientela, un lugar donde cumpla todas las bioseguridades tanto del cliente como del trabajador cumpliendo las disposiciones del COE Nacional.
- Realizar publicidad mediante redes sociales y dar un buen trato a la clientela con la finalidad de que estos, adquieran fidelidad hacia Best Cream y atraigan nuevos clientes.

- Ofrecer promociones en los productos, como, por ejemplo, descuento por grupos familiares o impulsar el cuidado del planeta mediante la entrega de cupones por cada botella reciclada y demás elementos que aporten a la atracción de más clientes.

2.6.6 Políticas.

Es importante establecer que las políticas son: “de una declaración de principios, que se implementa como un protocolo o un procedimiento por la junta directiva de la organización, así como por los funcionarios ejecutivos. Cualquier decisión, objetiva o subjetiva, pasará necesariamente por lo dictaminado en las políticas empresariales.” (Innova, 2021).

2.6.6.1 Los trabajadores.

- Ser responsables y ordenados en su lugar de trabajo.
- Cuidar su imagen personal.
- Cuidar las herramientas de trabajo.
- Ser respetuoso con los clientes y sus compañeros de trabajo evitando problemas dentro del establecimiento.
- Cumplir con los horarios establecidos.
- Dar a conocer cuando falte al trabajo de forma justificada.
- Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores.
- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.
- Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.
- Satisfacer las necesidades del cliente.

- Crear un ambiente armonioso dentro del establecimiento.
- No llegar al establecimiento con aliento a licor.
- No consumir bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes dentro del establecimiento.
- No sustraerse dinero ni objetos propios del establecimiento.

2.6.6.2 La empresa.

- Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato.
- Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales.
- Crear un lugar destinado para que los trabajadores se sirvan los alimentos.
- Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan.
- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado.
- Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Dar instrumentos para que los trabajadores realicen su trabajo de manera óptima.

2.6.7 FODA.

Es importante establecer que el FODA “es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa

de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras” (Pursell, 2021)

Fortalezas.

- Productos de alta calidad.
- Trabajo en equipo.
- Alto desarrollo de innovaciones.
- Cercanía a clientes
- Precios bajos

Oportunidades.

- Competencia limitada
- Oportunidad de crecimiento
- Crecimiento de proveedores
- Personal capacitado permanentemente.
- Instalaciones de dos ambientes

Debilidades.

- Sistema actual del país
- Información dividida.
- Resoluciones del COE Nacional
- Mayor atención de seguridad industrial
- Aforo reducido por COVID 19
- Falta de fidelidad por parte de personal y proveedores.

Amenazas.

- Mayor capacidad de desarrollo por la competencia.
- Es interna (debilidad)
- Es debilidad
- Exigencia de calidad.

2.6.8 Desarrollo organizacional

Tipo de Estructura.

Es importante establecer que el tipo de estructura “se puede hablar de dos tipos de estructuras organizacionales: las centralizadas, que son aquellas en las que sobresalen los cargos directivos por encima de los demás integrantes de la organización; y las descentralizadas, es decir aquellas donde los directivos delegan las responsabilidades en niveles intermedios o bajos.” (Conexionesan, 2017).

2.6.9 Diferenciación.

En Best Cream la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

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

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo
- Nivel Gerencial
- Administrador

Nivel Operativo.

- Productor/ Chef
- Recepcionista / cajero/a
- Mesero/a

2.6.10 Formalización.

Es importante establecer que la formalización “se concibe como la acción de legalizar jurídicamente su presencia en el mercado y también como la manera en que se encuentran declarados y evidenciados sus procesos organizacionales.” (Cuenca, 2018). Es así que Best Cream se registrará a un reglamento interno, manuales de procesos, políticas, normas establecidas por el COE y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del

ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.6.11 Centralización – Descentralización.

Best Cream centralizará sus actividades en base a la satisfacción del cliente y creación de nuevas necesidades de los mismos elaborando productos de calidad con la finalidad de tener un posicionamiento a nivel nacional.

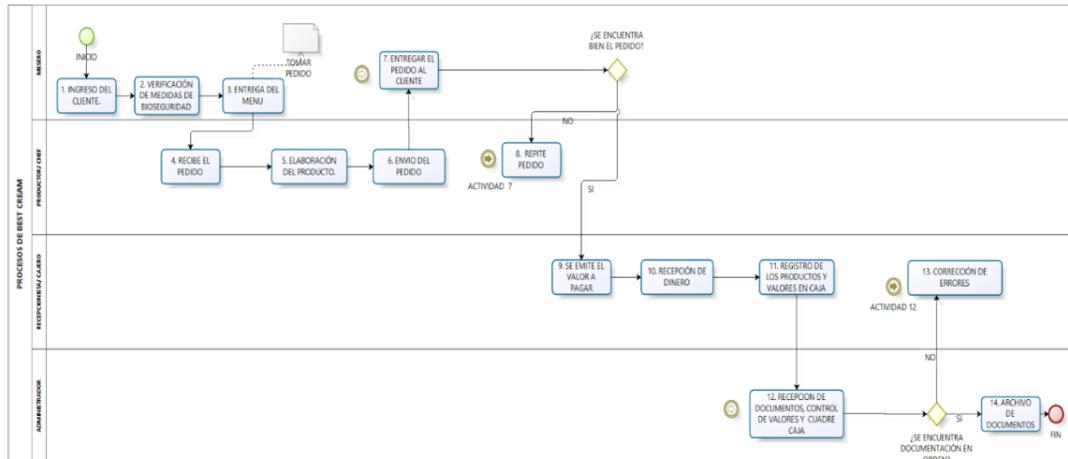
La descentralización se lo realizará en base a la distribución, transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias de funciones realizadas por todo el personal que labora en Best Cream.

2.6.12 Integración.

La integración se la realizará en base al control de los procedimientos de compra, venta y distribución de los productos que lo realiza Best Cream, ejecutando un control de los ingresos y salidas que obtiene cada área, y de esta manera tener un registro minucioso de actividades en los cuales participe cada uno de los miembros de la empresa.

2.7 Desarrollos de Procesos.

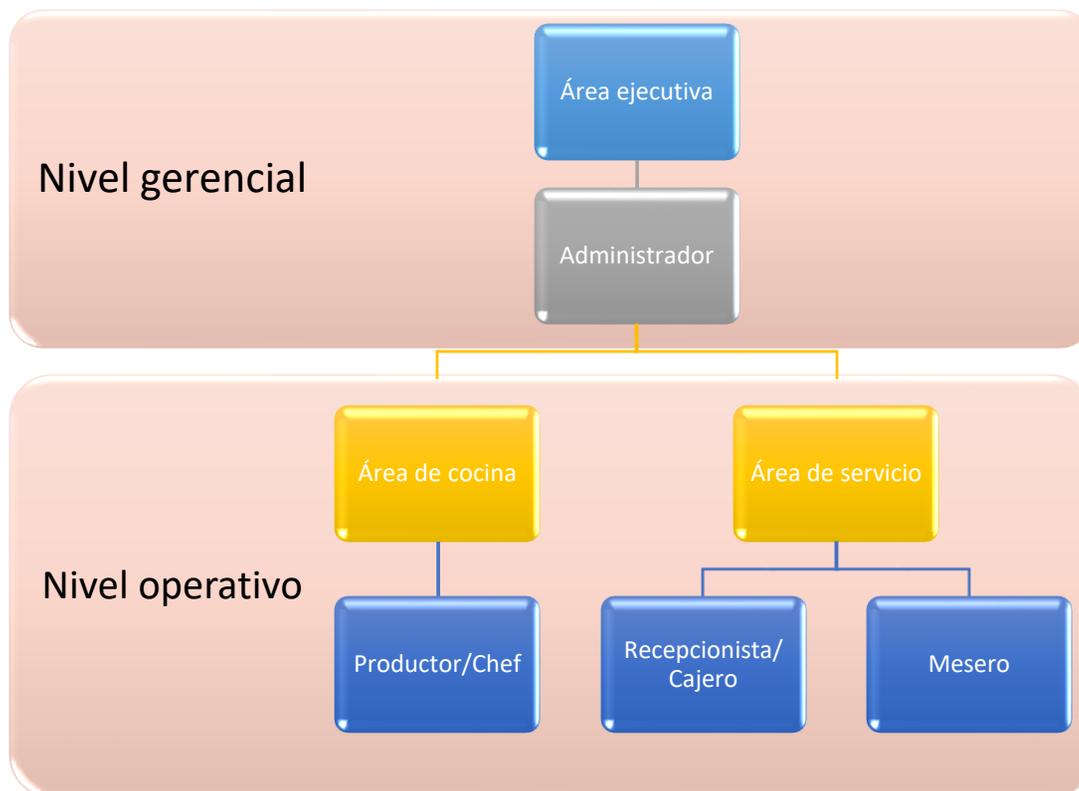
Es importante establecer que el desarrollo de procesos es: “Un proceso es una secuencia de tareas que se realizan de forma concatenada, es decir de forma seguida una detrás de la otra para alcanzar un objetivo o un fin concreto.” (Torres, 2021).



2.8 Organigrama empresarial.

Es importante establecer que el organigrama empresarial es: “un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo”, (ESERP, 2022). Es así que Best Cream se basa en un organigrama estructural ya que su estructura se encuentra jerarquizada y se encuentra dividido por niveles, distribuido depende las funciones que desempeña cada trabajador en Best Cream.

Ilustración 3. Organigrama empresarial Best Cream.



(Guerrero Villarreal , 2022) *Organigrama empresarial Best Cream..* Quito.

2.9 Funciones del personal.

PUESTO DE ADMINISTRADOR

Detalles generales del puesto de Administrador.

Empresa

Best Cream

Unidad administrativa

Área ejecutiva.

Misión del puesto

El administrador, en primer lugar, se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo del inventario, y todo el proceso de administración financiera de Best Cream, elaborando e interpretando las herramientas contables, tales como: registros, estados de cuenta, cuadros demostrativos, estados financieros, presupuestos

y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.

Denominación del puesto Administrador.

Rol del puesto Manejo de inventario y proceso administrativo financiero de Best Cream

Remuneración \$ 450

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, administrador.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ingeniero o Tecnólogo en administración de empresas, contabilidad, finanzas o afines Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia Inglés.	Mínima 1 1/2 año en el cargo de Administrador.	Administración en Talento Humano. Capacitación en servicio al cliente. Conocimientos en marketing. Manejo de Microsoft office.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Planificación y organización.

(Guerrero Villarreal , 2022) Méritos aspectos a considerar, administrador. Quito.

PUESTO DE PRODUCTOR/CHEF

Detalles generales del puesto de productor/chef

Empresa	Best Cream
Unidad administrativa	Área de cocina.
Misión del puesto	Realizar los pedidos de los clientes, asesorar a los clientes sobre catálogo de productos, mantener un lugar adecuado para la realización de los productos, implementar nuevos productos a la empresa.
Denominación del puesto	Productor/Chef
Rol del puesto	Creación de helados y postres que solicita el cliente.
Remuneración	\$ 425
Méritos aspectos a considerar	

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, productor/chef.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínimo un año en el cargo de chef o ayudante de cocina especialmente en heladerías y postres.	Capacitación en comida rápida y heladería, elaboración de postres. Capacitación en todo referente a alimentación. Capacitación en seguridad industrial y primeros auxilios.	Compromiso. Trabajo bajo presión. Puntualidad. Respeto. Tolerancia. Empatía.

(Guerrero Villarreal , 2022) Méritos aspectos a considerar, productor/chef. Quito.

Puesto de mesero

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa	Best Cream
Unidad administrativa	Área de servicio.
Misión del puesto	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, tomando órdenes o sirviendo platos, y recomendarlos si fuese necesario.
Denominación del puesto	Mesero.
Rol del puesto	Comunicación eficaz con el área de producción. Atención al cliente, toma de pedidos, servicio a la mesa, limpieza de mesas y toma de temperatura al cliente que ingresa.
Remuneración	\$ 300

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo título de bachiller o estudiante de gastronomía	Sin experiencia debido a que se capacita dentro de la empresa.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de pedidos y brindar sugerencias.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Automotivación. Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Decisión. Capacidad de escucha. Atención al cliente. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

(Guerrero Villarreal , 2022) *Méritos aspectos a considerar, mesero.* Quito.

PUESTO DE RECEPCIONISTA/CAJERO

Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.

Empresa	Best Cream.
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Estará encargado de la cobranza en la caja, de actividades relacionadas a reservas y asignación de mesas
Denominación del puesto	Recepcionista/ cajero
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, realización de reservas, asignación de mesas.
Remuneración	\$ 350

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, recepcionista/ cajero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo superior en administración o contabilidad. Al menos un idioma fluido a parte del idioma nativo, de preferencia inglés	Al menos 1 año de experiencia en atención al cliente y puestos afines al cargo.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero. Manejo de plataformas y páginas web.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Respeto Comunicación. Puntualidad Compromiso. Decisión. Compromiso con la empresa Capacidad de escucha.

(Guerrero Villarreal , 2022) Méritos aspectos a considerar, recepcionista/cajero. Quito.

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia.

Es importante establecer que objetivo de mercadotecnia “es vender más, que es satisfacer al cliente o que es un conjunto de técnicas para obtener más ganancias. También es frecuente escuchar que los mercadólogos “crean” las necesidades para que los clientes compren más.” (Zulia, 2008), es por eso que la marca Best Cream busca situar en la mente del consumidor, un lugar fresco donde se puede pasar en familia, creando innovación de sabores en los helados comunes, dentro del establecimiento Best Cream cuenta con varios ambientes donde no solo los niños pueden divertirse sino los adultos, a través de videojuegos y música alegre para crear una armonía ambiental, Best Cream promociona sus servicios mediante diversos medios de publicidad físicos y digitales utilizando las redes sociales para crear la atracción de nuevos clientes.

3.2 Investigación de mercado.

Es importante establecer que la investigación de mercado es: “Una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones” (QuestionPro, 2020), es por eso que Best Cream realiza una investigación aplicada de campo, documental y de laboratorio en su investigación de mercado; es así que la investigación de campo se lo realizó con la finalidad de obtener toda la información del entorno donde se establece la empresa y las necesidades de los clientes, para lo cual se utilizó encuestas que ayudo a determinar los gustos y preferencias de la población; por otra parte tenemos la investigación documental se realizó en base a la innovación y creación de nuevos sabores de helados a nivel mundial, así como nuevas creaciones de postres y bebidas calientes, esto basando en la necesidad de crear un lugar donde las familias después del ciclopaseo o visitas a los parques puedan refrescarse y pasar un refrescante momento en familia; por último se realizó una investigación de laboratorio donde se realizó las creaciones de nuevos sabores, mezclas de sabores e

implementación de otros aditivos tradicionales que crean una explosión de sabor en el paladar y la presentación de nuestro producto.

3.2.1 Modalidad.

La recolección de datos se lo realizó de manera presencial por parte de nuestros colaboradores, en los parques y lugares aledaños específicamente en un fin de semana donde existe más afluencia de personas en el barrio Ciudadela del Ejercito-Quitumbe, dicha encuesta se lo realizó a un aproximado de 102 personas de manera aleatoria, donde se realizaron 10 preguntas que ayudaron a la obtención de datos para Best Cream.

3.3 Plan de Muestreo.

Es importante determinar qué el plan de muestreo constituye en: “El muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población” (J, 2010), Es por eso que en Best Cream realizó la encuesta enmarcado en personas definidas, ya que la encuesta se lo realizó como sujetos de estudio a las personas de distintas edades, las mismas que asisten cada fin de semana al ciclopaseo y a parques aledaños, se toma en cuenta a este target ya que Best Cream está enfocado a un ambiente armónico donde se puede compartir entre amigos o familia, los mismos que asisten a este tipo de eventos de manera habitual especialmente los fines de semana. Para determinar el número total de encuestas se aplicó la siguiente formula: → (Minitab, 2022)

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

Dónde:

N= Población segmentada (población del barrio Ciudadela del Ejercito-Quitumbe)

Z= Nivel de confianza 90% (1.645)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 10% (0.10)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{6325 * (1,645)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,10)^2 * (6325 - 1) + (1,645)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{4.278,90203}{63,9165}$$

$$n = 66,945180$$

n = 67 encuestas a realizar

3.4 Análisis de las encuestas.

Pregunta 1.

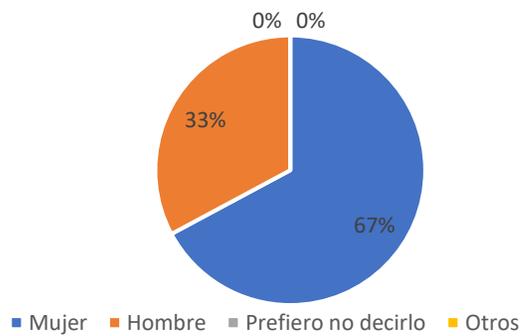
(Ver anexos 1 – 5)

Tabla 5. Pregunta 1

¿Sexo al que pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Mujer	45	67
Hombre	22	33
Prefiero no decirlo	00	0
Otros	00	0
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) ¿A qué sexo pertenece?. Quito.

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022) Pregunta 1, gráfico circular. Quito.

Análisis: En la presente encuesta se logra establecer que existen 45 mujeres y 22 hombres, en un total de 67 encuestados, por lo que se determina que existe más clientela mujer que se pueda enfocar en un ambiente más relajado donde puedan acudir con sus amigos y familiares, el target va dirigido para personas que desean relajarse y conversar y con este resultado se determina que con el establecimiento será un lugar especial y único para la familia.

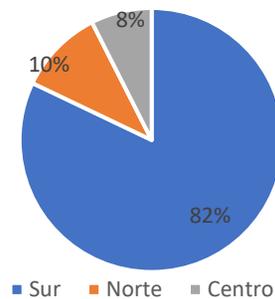
Pregunta 2.

Tabla 6. Pregunta 2.

¿Lugar donde reside?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sur	55	82%
Norte	7	10%
Centro	5	8%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) ¿Lugar donde reside?. Quito.

Ilustración 5 .Pregunta 2, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022) Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 67 encuestados el 82% viven en el sur de Quito, lo cual es favorable para Best Cream ya que se confirma que las personas que van a consumir el producto son aledaños al lugar, y podemos crear una fidelidad por parte de nuestros clientes; así como conseguir nuevos clientes.

Pregunta 3.

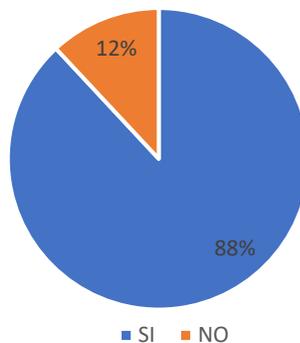
Tabla 7. Pregunta 3

¿Usted consume Helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	59	88%
NO	8	12%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) ¿Usted consume helado? Quito.

6.Pregunta 3, gráfico circular.

Ilustración



(Guerrero Villarreal, 2022) Pregunta 3, gráfico circular. Quito

Análisis: De los 67 encuestados el 88% indicó que consume helado, para lo cual se logra determinar que Best Cream tendrá gran acogida por parte de las personas, y que en su mayoría consumen helados, lo cual se toma en consideración para la creación de la empresa.

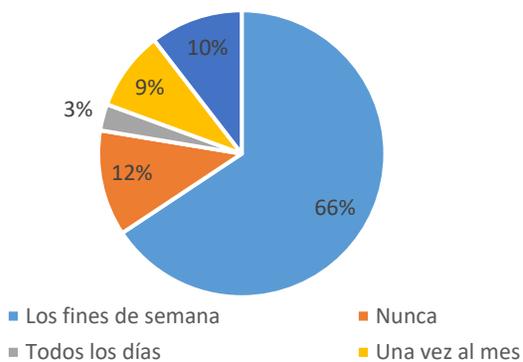
Pregunta 4.

Tabla 8. Pregunta 4

¿Con que frecuencia usted consume helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Los fines de semana	44	66%
Nunca	8	12%
Todos los días	2	3%
Una vez al mes	6	9%
Una vez cada semana	7	10%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) ¿Con que frecuencia usted consume helado?. Quito.

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 67 encuestados el 66% respondió que consumen helado los fines de semana pues se considera que los fines de semana son familiares y que muchos trabajadores tienen libre el fin de semana y optan por recurrir a los parques o a cualquier lugar familiar, es por eso que Best Cream utiliza esta estrategia en base a lo establecido en la presente encuesta para poder hacer énfasis en la atención al cliente especialmente los fines de semana.

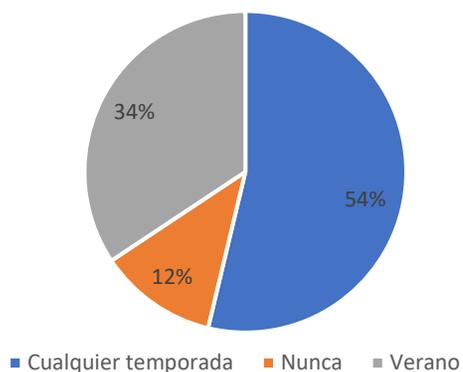
Pregunta 5.

Tabla 9. Pregunta 5

¿En qué temporada usted consume más helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cualquier temporada	36	54%
Nunca	8	12%
Verano	23	34%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022); *En qué temporada usted consume más helado?* Quito.

Ilustración 8 .Pregunta 5, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022) *Pregunta 5, gráfico circular.* Quito.

Análisis: De los 67 encuestados el 54% respondió que consume helado cualquier temporada y que no es necesario que se encuentre en verano con dicha encuesta Best Cream determina que las personas consumen en cualquier época del año helado, lo cual es favorable para la empresa y puede concluir que no disminuirá la producción en las diferentes épocas del año.

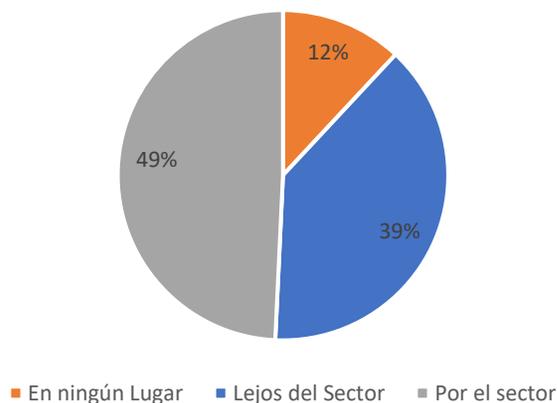
Pregunta 6.

Tabla 10. Pregunta 6

¿Dónde compra helados regularmente?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
En ningún Lugar	8	12%
Lejos del Sector	26	39%
Por el sector	33	49%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) ¿Dónde compra helados regularmente? Quito.

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022) Pregunta 6, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 67 encuestados el 49%, ha indicado que compra helados por el sector y el otro 39% que los adquiere lejos, con estos porcentajes se logra determinar que las personas no tienen un lugar preferido para consumir helados o que no existen por el lugar, siendo una ventaja para Best Cream, ya que se puede resolver que no existe un local preferido donde las personas consuman helado.

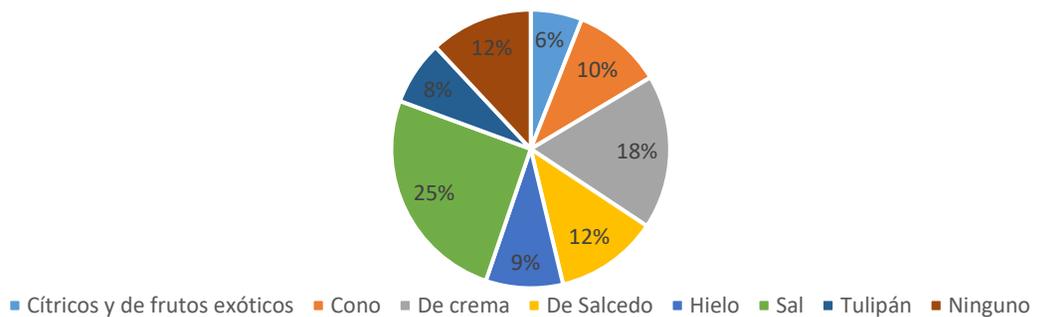
Pregunta 7.

Tabla 11. Pregunta 7

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.

¿Cuál es su preferencia en helado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cítricos y de frutos exóticos	4	6%
Cono	7	10%
De crema	12	18%
De Salcedo	8	12%
Hielo	6	9%
Sal	17	25%
Tulipán	5	8%
Ninguno	8	12%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) Pregunta 7, gráfico circular. Quito.



(Guerrero Villarreal, 2022); ¿Cuál es su preferencia en helado?. Quito.

Análisis: De los 67 encuestados al 25% les gusta los helados de sal y el 18% les gusta los helados de crema, por lo que Best Cream determina que los helados de crema como innovación en sabores exóticos tendrá gran acogida por parte de los clientes.

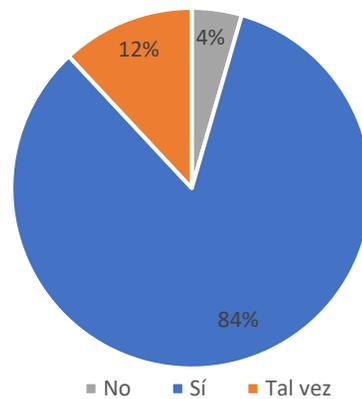
Pregunta 8.

Tabla 12. Pregunta 8

¿Está de acuerdo con la implementación de sabores cítricos en un helado de crema?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
No	3	4%
Sí	56	84%
Tal vez	8	12%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022) ¿Está de acuerdo con la implementación de sabores cítricos en un helado de crema? Quito.

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022) Pregunta 8, gráfico circular. Quito.

Análisis: de 67 encuestados, el 84 % considera que es una idea innovadora, la creación de helados de crema con frutos exóticos, pues Best Cream busca la satisfacción de los clientes, y este tipo de pregunta ayuda a confirmar la aceptación de las personas en relación a esta innovación.

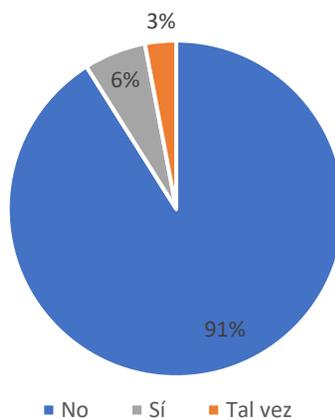
Pregunta 9.

Tabla 13. Pregunta 9

¿Ha degustado helados de sal en el sector?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
No	61	91%
Sí	4	6%
Tal vez	2	3%
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022). *Ha degustado helados de sal en el sector?*. Quito.

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022). *Pregunta 9, gráfico circular*. Quito.

Análisis: El 91% de los encuestados estarían de acuerdo con la existencia de implementar helados de sal en el sector, ya que según los 67 encuestados no ha probado un helado cítrico de sal y Best Cream considera que tenga gran acogida dentro del mercado.

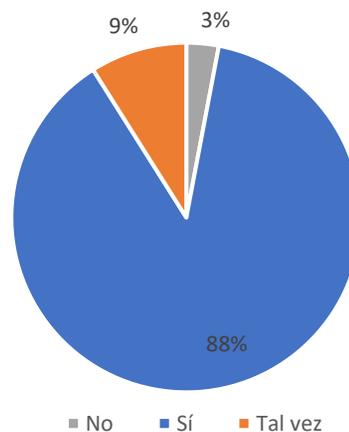
Pregunta 10.

Tabla 14. Pregunta 10

¿Está de acuerdo con la implementación de un local de heladería y cafetería en el sector?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
No	2	3
Sí	59	88
Tal vez	6	9
TOTAL	67	100%

(Guerrero Villarreal, 2022). *¿ Está de acuerdo con la implementación de un local de heladería y cafetería en el sector?. Quito.*

Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.



(Guerrero Villarreal, 2022). *Pregunta 10, gráfico circular. Quito.*

Análisis: De los 67 entrevistados, el 88% está de acuerdo con la implementación de un Heladería y cafetería en el sector, ya que una vez realizado el análisis de campo se logra determinar que no existe un local comercial que tenga los productos y el ambiente que Best Cream posee, por lo cual se determina que la empresa tendrá una gran aceptación dentro de las personas que habitan cerca del lugar y de quienes visitan con su familia los parques y realizan otras actividades familiares.

3.4.1 Análisis General.

Como primer punto en base a la encuesta realizada a 67 personas se logra determinar que en su mayoría son mujeres y que esto implica crear un ambiente armonioso y delicado enfocado a la atracción visual y evitar el mono cromatismo ya que es entendido que las mujeres les atrae lo llamativo y colorido, Best Cream está creado en un ambiente familiar en donde no hay distinción de edad, y se debe considerar la gran variedad de productos que posee Best Cream, es así que mediante encuestas se logró determinar que la mayoría de personas que hacen deporte o disfrutan en familia viven en el sur, facilitando a esto el interés de las personas en Best Cream, siendo un lugar accesible para todas las personas que deseen refrescarse de una manera sana y en familia; es así que se puede determinar que en su mayoría las personas consumen helados es aquí donde Best Cream rompe esquemas y elabora diferente tipo de helado para todo gusto como son: helado de crema cítricos, helados dulces, salados y mucha variedad que puede degustar todas las personas de todas las edades.

Los fines de semana es donde se encuentra la mayor afluencia de personas ya que son considerados días familiares y de descanso, es por eso que Best Cream pone énfasis en la atención y variación de productos los fines de semana, ya que se logró determinar que las personas en su mayoría no esperan una época especial para consumir helado, es por mucho entendible que las personas no tiene un lugar favorito en el sur de Quito en el cual puedan disfrutar y degustar de un producto innovador y diferente a otros helados, siendo el objetivo de Best Cream apoderarse del mercado dentro de su competencia siendo la mejor heladería y cafetería del sur donde se expanda en toda la ciudad de Quito y sus alrededores, es por eso que en base a lo estudiado y a lo analizado que Best Cream, es una de las empresas con un producto innovador que tendrá gran acogida en el sur de Quito no solo por su producto sino por su ambiente armonioso y buen trato hacia los clientes.

En conclusión, se considera que Best Cream es un negocio viable ya que tiene una buena aceptación por parte de los habitantes del sector y los deportistas, en base a lo estudiado.

3.5 Balance de oferta y demanda.

3.5.1 Consumo de helado.

Mediante encuestas realizadas se logra determinar que las personas consumen al menos 10 helados al mes multiplicado por 12 al año total 120.

Tabla 15. Consumo helados

AÑO	PRODUCTO
2022	120
2023	120
2024	120
2025	120
2026	120

(Villarreal, 2022), Tabla de consumo de helados

3.5.2 Demanda.

Es importante determinar que la demanda es: “La cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, en una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si de una cantidad de demanda crece o decrece.” (Wikipedia, 2017). Es por eso que Best Cream después de haber realizado un estudio del sector y obtenida la información por medio de las encuestas realizadas a 102 personas que se encontraban en el sector, así como familias y deportistas, se determinó que, en el sector de Quitumbe, Ciudadela del Ejercito es un lugar idóneo para la implementación de una heladería donde crea helados de crema, sal y cafetería, obteniendo como resultado el 96.08% de aceptación de las personas en general, es decir que las personas consumen alrededor de 120 helados por mes.

Para proceder a determinar la proyección de la demanda se puso a consideración una tasa de crecimiento del 2,65% anual.

Tabla 16. Demanda

PERIODO	AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	PRODUCTO	DEMANDA POTENCIAL DE HELADOS
1	2022	138	120	16560
2	2023	141	120	16920
3	2024	145	120	17400
4	2025	149	120	17880
5	2026	153	120	18360

(Villarreal, 2022), Tabla de demanda

3.5.3 Oferta.

Es importante determinar que la oferta es: “La cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.” (Economipedia, 2022). En el barrio Ciudadela del Ejercito, existe varios lugares que se ofertar productos como son los helados y postres, pero existe un déficit en cuanto a presentación, servicio, innovación, ninguna de las heladerías posee helados de crema con sabores exóticos y sal, así como postres y bebidas calientes en un solo lugar, la mayor parte son solo locales comerciales, sin embargo se logra determinar que el 3.92% de las personas no consumen helado porque prefieren consumir en locales externos a Best Cream.

Tabla 17. Oferta

PERIODO	AÑO	CONSUMO ANUAL	PRODUCCIÓN EXTERNA	OFERTA
1	2022	16560	3,92%	649,15
2	2023	16920	3,92%	663,26
3	2024	17400	3,92%	682,08
4	2025	17880	3,92%	700,90
5	2026	18360	3,92%	719,71

(Villarreal, 2022). Oferta

3.5.4 Demanda Insatisfecha.

Es importante determinar que la demanda insatisfecha es: “Aquella demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la oferta.” (Scribd, 2011) Se obtuvo la proyección de la oferta, tomando datos de la frecuencia que consumen helados las personas y es en los fines de semana según los resultados obtenidos en las encuestas de la pregunta 10 donde se logró determinar que el 96.08% de las personas consumen helado y están de acuerdo con la creación del establecimiento del sector, por otra parte el 3,92% de personas consumen helados en otros establecimientos, para lo cual de acuerdo al estudio realizado en relación a la cantidad de helados que consumen las personas por mes, se llegó a determinar que existe demanda insatisfecha demostrando que la demanda constituye un porcentaje considerable de personas insatisfechas que la que obtenemos en la oferta, permitiendo el paso para continuar con el desarrollo del proyecto.

Tabla 18. Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2022	16560	649,15	15910,85
2023	16920	663,26	16256,74
2024	17400	682,08	16717,92
2025	17880	700,90	17179,10
2026	18360	719,71	17640,29

(Villarreal, 2022), Demanda Insatisfecha

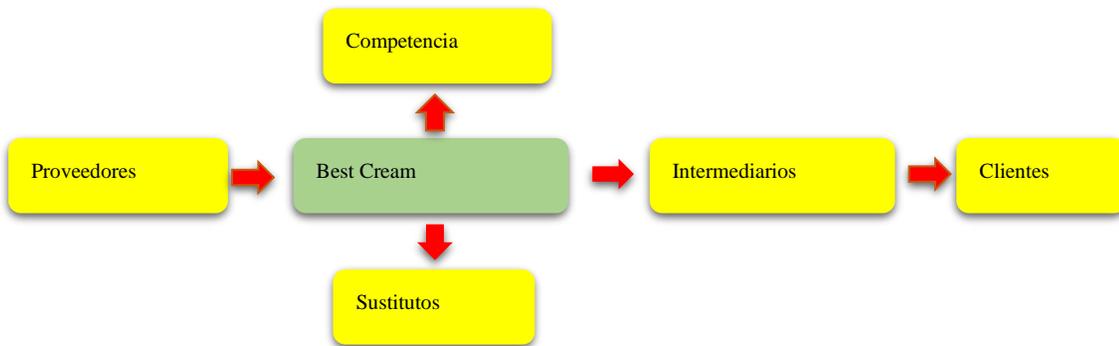
3.6 Entorno empresarial.

Es importante determinar que el entorno empresarial es: “el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza.” (Economipedia, 2020).

3.6.1 Microentorno.

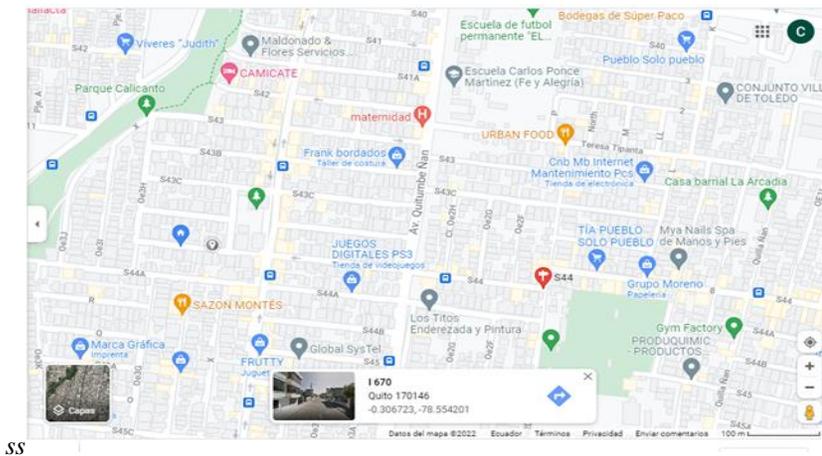
Es importante determinar que microentorno “es conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno inmediato. Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados” (Conexionesan, 2016), es así que Best Cream toma en cuenta como microentorno al control efectivo que rodea a la empresa, y considera importante cada uno de sus componentes

Ilustración 14. Esquema microentorno Best Cream,.



(Guerrero Villarreal, 2022). Esquema microentorno Best Cream. Quito.

Ilustración 15. Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) Ubicación. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/search/s44+y+oe3d/@-0.3064167,-78.5536107,17z?hl=es>

3.7 Competencia directa.

Es importante señalar que la competencia directa es: “El conjunto de empresas que producen productos que pueden resultar productos similares o iguales.” (Quiroa, 2021), es por eso que una vez realizado un trabajo exhaustivo de campo, Best Cream se crearía en un sector donde se considera competencia directa, logrando de esta manera la atención de los clientes, para poder evaluar como competencia directa Best Cream se basó en la calidad de productos que ofrece, en la categoría en la que se encuentra y el tipo de establecimiento donde se va a fundar.

En la calle José Gallardo y Guayanay Ñam existe una cafetería denominada el (Cafetal), en el cual se pudo determinar que sus productos son limitados y que no existe un ambiente prudencial para una reunión familiar o entre amigos, identificando de esta manera al único establecimiento con similares características a las que proporciona Best Cream.

3.8 Competencia indirecta.

Es importante determinar que la competencia indirecta es. “ofrecer un producto o servicio diferente pero sustitutivo del que comercializa otra empresa.” (S.L, 2022). Es por eso que Best Crean ha determinado que en el sector existen establecimientos que se considera competencia indirecta ya que alrededor de Best Cream hay Minimarkets que expenden helados de crema y helado de salcedo, los establecimientos al considerarse competencia indirecta son:

- Sobre la calle José Gallardo y S43 se encuentra el local comercial (Viveres Elva), mismo que se encarga de distribuir helados Coqueiros y otros productos como postres que son similares a los que proporciona Best Cream.
- Sobre la calle Quitumbe Ñan existe el establecimiento “Pastelería Flores”, encargado de la distribución de todo tipo de postres y pasteles mojados.
- Sobre la calle José Gallardo y S44B existe “Viveres Carmita” que dentro de su gran variedad de productos vende helados y pasteles, así como café con humitas.

Sustitutos.

Es importante determinar que sustitutos en una empresa es: “es aquel que puede satisfacer la misma necesidad que otro.” (Roldán, 2022), es por eso que Best Cream una vez recorrido el sector se logra determinar que existe el único sustituto que es la cafetería el cafetal, que si bien es cierto no cumple con todas las expectativas e innovaciones que ofrece Best Cream, está posicionado en un lugar estratégico sin embargo no cuenta con los productos que únicamente posee Best Cream.

Proveedores.

Para brindar un mejor producto, Best Cream se provee de los mejores productos, con una calidad de punta, para lo cual Best Cream trabaja con los proveedores reconocidos por la confianza y calidad de productos.

Tabla 19. Proveedores.

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Aromitalia	<ul style="list-style-type: none"> • Entregas a domicilio. • Accesibilidad para pagos. • Productos frescos. • Variedad de productos. 	Bases para leche, crema de queso, yogourt, chocolate, veteados, grageas, chispas de chocolate, leche en crema, fécula de maíz.
Granini	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Empresa con mayor tiempo de producción. • Sabores más intensos. • Bonificaciones extras. 	Zumos de fruta, enlatados, frutas frescas.
Supermercado Santa María	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos. • Mayor distribuidor de productos. • Productos frescos. • Calidad de productos. 	Harina, azúcar, huevos, limón, vainilla, crema de leche, crema pastelera, polvo para hornear, y demás productos para la elaboración de postres.
Conos D' Francis	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de productos. • Créditos para el pago. • Calidad de servicio. • Años en el mercado. • Conos más gruesos y suaves. • Descuentos por venta al por mayor. • Distribución a domicilio. 	Pasta seca en forma de conos, flauta, tulipán y otros.

Intermediarios.

Best Cream al considerarse una microempresa que comercializa sus productos de manera directa y mediante redes sociales no necesitará de intermediarios que ayuden con esta función.

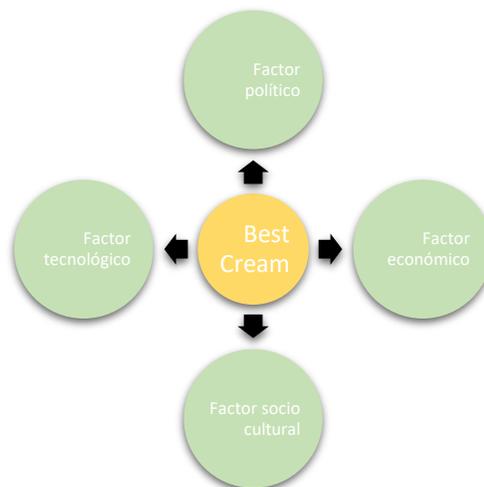
Clientes.

Best Cream, es una empresa enfocada en un ambiente armonioso donde la familia y amigos puedan compartir un momento ameno especialmente los fines de semana que salen a pasear y pueden degustar nuestra gran variedad de productos en heladería postres y cafetería.

3.8.1 Macroentorno.

Es importante determinar que macroentorno es: “el término que se utiliza para englobar a todas aquellas variables externas que afectan a la actividad empresarial.” (Fabra, 2017), es por eso que el macroentorno son factores que Best Cream no tiene control directo y que necesariamente va a contribuir con el funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 16



(Guerrero Villarreal, 2022). *Esquema macroentorno Best Cream*. Quito.

Factor Político.

Best Cream al ser una empresa dedicada a la venta de alimentos y bebidas, está regulada por el Ministerio de Turismo y regidos al Reglamento Turístico de alimentos y Bebidas encargada del control y regularización de la actividad de la empresa, de igual manera están sujetos a las disposiciones y control del ARCSA y Ministerio de Salud Pública que emite los lineamientos para el adecuado uso de alimentos, debido a la pandemia mundial, en el Ecuador desde el año 2020 se ha venido estableciendo regulaciones del COE Nacional siendo de esta manera un ente regulatorio para el establecimiento ya que dicho organismo se encuentra en constante cambio con la finalidad de evitar más contagios.

Por lo que Best Cream realizará las actividades enmarcadas en la ley principalmente en la Constitución de la República que es la carta magna del Ecuador, seguido por las disposiciones del ministerio de salud público y el COE Nacional esto con la finalidad de enmarcarse en un establecimiento acorde a las leyes que le rigen.

Factor Económico.

Debido a la pandemia que azotó al mundo existió un decaimiento económico, bajaron las acciones y muchas empresas cerraron es así que en el año 2020 la pandemia golpeó al Ecuador teniendo como consecuencia las afectaciones de muchos locales comerciales en especial los dedicados a la venta de alimentos y bebidas, siendo así, desde el año 2021 la reactivación económica ha jugado un papel importante en la toma de decisiones por parte de autoridades competentes que buscan el bienestar y la activación del Ecuador, para que de esta manera se compense el despido masivo que existió, donde muchas familias quedaron sin sustento económico por lo cual iniciaron los emprendimientos; es así que Best Cream en colaboración a la reactivación económica se ajusta a la tabla de inflación anual fijada para los precios y servicios que

se desprenden por disposiciones legales en el Ecuador, así como los precios en su materia prima.

Factor Sociocultural.

Best Cream crea sus productos a base de materia prima 100% Ecuatoriano, recreando los sabores que se vendían en épocas anteriores, al hablar de tradiciones en helados tenemos los creados por los oriundos de salcedo o los exquisitos helado de Imbabura creados con productos y mano de obra Ecuatoriana, esto con la finalidad de no perder su esencia y crear un ambiente cultural, en la que muchas familias a lo largo del tiempo han sabido degustar de un buen helado en un día soleado o de un buen café caliente con un buen postre en un día lluvioso, creando un ambiente familiar y mágico dentro de Best Cream.

Factor Tecnológico.

Best Cream ha venido evolucionando a medida que pasa el tiempo, ya que no está por demás conocer que la tecnología en el mundo no para, es por eso que Best Cream trata de optimizar cada recurso tecnológico utilizando de manera positiva los avances y tecnologías que están al alcance en el Ecuador enfocándose en varios aspectos que ayudan al crecimiento de la empresa, tales como el menú virtual, tecnología en las áreas de distracción y diversión, así como en las varias aplicaciones que posee para cumplir la satisfacción del cliente y evitar aglomeraciones, Best Cream cuenta con un sistema especializado de pedidos en el cual un software se canaliza los mismos entre cliente-cajero-cocina, esto con la finalidad de evitar equivocaciones en los pedidos.

3.9 Producto y servicio

Best Cream es una heladería y cafetería dedicada a la elaboración de productos tradicionales como son: postres y helados de crema con un toque de innovación de los productos con sabores más intensos y equilibrados que dejan una sensación de explosión de sabores dentro del paladar del cliente, motivando a la empresa a la

investigación de nuevas técnicas y productos adicionales que puedan tener como resultado una experiencia divertida en cada uno de los productos que sirve Best Cream, también ofrece servicios de delivery o entregas a domicilio sin costo adicional como muestra de la entrega que la empresa posee hacia los clientes.

3.9.1 Producto Esencial.

Esta además decir que al día de hoy las personas no solo buscan la satisfacción al alimentarse, sino que ven más allá de las cosas buscan un lugar donde puedan relajarse, un lugar limpio, un lugar donde puedan conversar, reírse, y contar sus anécdotas, así como un buen trato de parte de la empresa hacia los clientes; Best Cream piensa en todas las necesidades que las personas tienen, es por eso que el establecimiento cumple con todas las exigencias que las personas buscan.

3.9.2 Producto real.

Best Cream maneja una gran variedad de productos de helados, postres y bebidas calientes tradicionales elevados a un nivel extremo que busca la perfección para satisfacer las expectativas de los clientes de todas las edades, entre los productos innovadores que promociona Best Cream tenemos:

- Helados de crema. - elaborados con una variedad de pulpa de fruta natural mezclado con crema de leche y leche condensada, creando un equilibrio en su degustación, el helado se sirve en una copa con queso yogurt y trozos de fruta con chispas de sabores.
- Helados de sal. - elaborados con fruta cítrica elevado a una sensación única al paladar, se sirve en un plato hondo con zumo de limón y maracuyá.
- Postres. - elaborado con los más finos productos ecuatorianos que caracterizan a Best Cream, se vende por porción o enteros.

3.9.3 Características.

Para la elaboración de los productos Best Cream ha investigado la elaboración de sabores de postres y helados de todo el mundo, creando de una manera innovadora

cada uno de los productos con las respectivas medidas de bioseguridad y bajo manuales salubres regidos en nuestro país, la creación de nuevos sabores se basa al estudio minucioso de varias recetas creadas en las cocinas de Best Cream con la finalidad de presentar nuevos productos de manera trimestral, Best Cream también se basan en los principios de respeto e igualdad hacia los clientes, ya que si un cliente cumple sus expectativas puede crear fidelidad hacia la empresa y atraer nuevos clientes.

3.9.4 Calidad.

Para la elaboración de los productos se toma en cuenta varias recetas internacionales tales como las emitidas por Lavu y otras revistas internacionales adaptados a un toque personal e innovador creando productos inigualables, para lo cual se toma indicadores de calidad los cuales se detallan a continuación:

- Limpieza y desinfección del área de trabajo.
- Constante limpieza y desinfección del local, especialmente el lugar donde los clientes se sirven los alimentos.
- Imagen personal de los colaboradores de la empresa.
- Tiempo de producción de los productos.
- Tiempo de espera de los clientes.
- Punto de congelación de los helados.
- Densidad de los postres y helados.
- Acidez titulable en los productos.
- Porcentaje de derretimiento y tiempo de caída de la primera gota en los helados.
- Mantenimiento de la maquinaria y utensilios de cocina.
- Sistema de enfriamiento.
- Bioseguridad de los trabajadores.

3.9.5 Estilo.

Best Cream maneja un estilo clásico y familiar en el que trata de fomentar la unión familiar y la armonía ambiental combinado con la experiencia inolvidable de los

productos, un lugar donde se puedan divertir chicos y grandes ya que cuentan con una área de distracción mediante video juegos y juegos de azar, en cuanto a la presentación de los productos se basa en un estilo europeo al contener frutas y aderezos extras que hacen que los productos tengan una sensación única, y el tipo de servicio que se ofrece se basa en un estilo americano ya que los alimentos se encuentran servidos en la vajilla directamente para su consumo.

3.10 Marca.

Best Cream es un nombre unificado que refleja frescura y dulzura en sus productos, hace referencia al helado y postre como productos principales dentro del establecimiento, al hablar de Best Cream proviene del inglés mejor crema, y representa textualmente al producto que desarrolla la empresa, una palabra simple que lleva al cliente a una sensación de cremosidad por la cual se caracteriza los productos.

3.10.1 Producto aumentado.

Best Cream se caracteriza en un concepto simple e innovador donde los clientes pueden servirse un producto de calidad a un precio al alcance de todos mientras se disfruta un momento ameno en familia o con amigos libres de estrés en un ambiente armonioso, haciendo de esta una experiencia inolvidables para nuestros clientes, los productos son basados en productos clásicos y elevados a un nivel internacional con productos exóticos, creando de esta manera sabores diferentes para lo cual se creará productos de manera trimestral para obtener gran variedad de sabores.

3.11 Plan de introducción al mercado.

3.11.1 Distintivos y Uniformes.

Área de Cocina.

Ilustración 17. Diseño uniforme chef administrador



(Guerrero Villarreal, 2022). Diseño uniforme chef administrador. Quito

El chef administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

3.11.2 Chef administrador.

- Chaqueta roja mangas medianas y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- Gorro chef negro.

- Medias negras largas.

3.11.3 Personal del área de servicio.

Tanto el mesero como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por Best Cream, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Ilustración 18. Diseño uniforme personal del área de servicio.



(Guerrero Villarreal, 2022) Diseño uniforme, personal del área de servicio. Quito.

3.11.4 Mesero y cajero – recepcionista.

- Camiseta negra, mangas largas con detalles en rojo.
- Delantal de servicio color rojo con detalles en negro y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro.
- Zapatos negros limpios.

- Medias negras largas.
- Gorra tipo boina roja.

3.12 Materiales de identificación.

3.12.1 Imagotipo.

Ilustración 19 . Imagotipo Best Cream.



(Guerrero Villarreal, 2022). Imagotipo Best Cream. Quito.

Elementos a destacar:

- Los Helados representa la cremosidad en nuestros productos.
- Las representaciones en el logo significan nuestra variación en nuestros productos.
- El logotipo del establecimiento “Best Cream”
- El eslogan del restaurante “Descubre tu mundo de sabores”
- Los colores usados:
 - Color Blanco de fondo.
 - Color negro en las letras para resaltar.
 - El Isotipo se determina entre la relación de varios sabores de helados con la cremosidad y sabores únicos que caracteriza a Best Cream, donde realzan la frescura y sencillas enmarcadas en un ambiente armonioso.

3.12.2 Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 20. Anverso tarjeta de presentación



(Guerrero Villarreal, 2022), Anverso tarjeta de presentación. Quito.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, de la propietaria, se observa también las páginas de redes sociales, número de contacto y dirección del establecimiento.

Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación



(Guerrero Villarreal, 2022), Reverso tarjeta de presentación. Quito.

3.13 Canal de distribución y puntos de ventas.

Es importante determinar que canal de distribución y puntos de ventas es: “aquel espacio, físico o virtual, en el que una empresa establece contacto con su cliente potencial, pudiendo desarrollarse en este una transacción de compraventa” (Morales,

2021) Best Cream se encuentra ubicado como punto de venta físico en la ciudad de Quito parroquia Quitumbe barrio Ciudadela el Ejercito calle José Gallardo y S44.

3.14 Promoción.

Best Cream, al tener una idea tecnológica utiliza redes sociales para promocionar sus productos ya que en la actualidad las personas se basan en lo que indica las redes sociales.

- Otro canal de promoción son volantes entregados en puntos estratégicos como centros comerciales aledaños al lugar, parques y centro de reuniones donde inicia el ciclo paseo de Quito.
- Una vez cumplido el objetivo de la empresa y se encuentre en una mejor posición, se optará por medios de comunicación tradicionales como son publicidad mediante radio difusión y canales de televisión.

3.15 Contacto.

- Trípticos.
- Instagram
- Facebook
- Teléfono convencional
- WhatsApp.

Correspondencia.

La correspondencia de Best Cream se la recibirá mediante correos electrónicos oficiales de la empresa y buzones físicos que se encuentran ubicados al ingreso del establecimiento.

Negociación.

- De manera física con representantes.
- Mediante video conferencias por los diferentes medios tecnológicos.

3.16 Riesgo y oportunidades del negocio.

Tabla 20. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$3.33
Trípticos	100 unidades	\$5.00
TOTAL		\$8.33
TOTAL, ANUAL		\$99.96

(Guerrero Villarreal, 2022)Financiamiento publicidad. Quito.

Es importante determinar qué riesgo y oportunidades del negocio es: “hacer una identificación y análisis de riesgos y oportunidades aparentemente puede parecer complicado porque igual no sabes por dónde empezar o cómo analizar si existen riesgos y oportunidades, qué puede ser un riesgo, qué puede ser una oportunidad” (Iveconsultores, 2020). Es por eso que Best Cream considera como riesgo latente la emergencia sanitaria en la que se encuentra todo el país y las varias resoluciones que emite el COE Nacional para evitar más contagios, sin embargo lo que no se analiza es la reactivación económica de los pequeños locales o microempresas que necesitan del aforo de personas para poder subsistir y solventar todas las deudas que posee el establecimiento, por lo tanto Best Cream está en la obligación de cumplir con todas las medidas de bioseguridad especialmente en el proceso de elaboración de los productos y la compra de la materia prima para poder elaborar unos productos de calidad y entregar el producto final al cliente.

La oportunidad de negocio que posee Best Cream es posicionarse en un lugar estratégico con poca competencia, y crear fidelidad de los clientes a base de una buena atención y productos de calidad, otra oportunidad de negocios es que los clientes puedan degustar de los productos desde su domicilio ya que al contar con servicio delivery los clientes pueden solicitar los pedidos en línea y se entrega en la puerta de su domicilio, contando con los más altos estándares de bioseguridad para permanecer activos en el negocio y continuar con el crecimiento empresarial, esto además de las promociones que Best Cream ofrece de manera semanal.

3.17 Fijación de Precios.

Es importante determinar que fijación de precios: “son todas las medidas que se utilizan para determinar el precio idóneo al que se ofrece un producto en el mercado.” (Conexionesan, 2017, pág. 3)

3.17.1 Fijación de precios por receta estándar.

Es por importante determinar que la fijación de precios por receta estándar: “es todo valor que administra para la creación de un producto” (Guerrero Villarreal, 2022), es por eso que Best Cream para los precios en sus recetas las calcula por personas, y se basan en los costos de la materia prima que se utiliza para la preparación de cada plato, y en el caso de tratarse de helado el cálculo se lo realiza en el costo por litro del producto, por otra parte si se trata de postres se lo realizará por kilogramo del producto, a este valor se le incluye los porcentajes de los impuestos y diferentes factores que intervienen al momento de realizar cada uno de los productos realizados por Best Cream.

- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio
- Arreglos del establecimiento
- Reposición de vajilla rota

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

A continuación, se presentan los costos de 2 recetas:

- Helados de crema.
- Helado de sal.

- **Helados de Crema.**

Tabla 21. Helados de Crema, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Helados de Crema.		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	07/02/2022		Chef: Juan Pérez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (kg/litro/g)	CANTIDAD	TOTAL
Pulpa de fruta	1 kg	\$1,10	0.2 kg	\$0,220
Leche	1 l	\$0,90	0.2 l	\$0,125
Crema de leche	250 g	\$1,25	25 g	\$0,119
Azúcar	670 g	\$0,75	13 g	\$0,090
Esencias	200 g	\$2,80	6.1 g	\$0,105
Leche en polvo	500 g	\$1,99	60 g	\$0,083
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0,742
			10% imprevistos	\$0,074
			Total neto	\$0,816
			Gasto de fab. 15%	\$0,122
			Factor costo 33,33%	\$0,271
			M.O. 45%	\$0,367
			G. Admin 12%	\$0,097
			45% utilidad	\$0,367
			Subtotal	\$2,04
			12% IVA	\$0,245
			10% servicio	\$0,204
			Total	\$2,49

- **Helado de Sal.**

Tabla 22. Helado de Sal, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Helado de Sal	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	07/02/2022	Chef: Juan Pérez		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (g)	CANTIDAD	TOTAL
Azúcar	670 g	\$0,75	13 g	\$0,146
Sal	900 g	\$0,75	90 g	\$0,075
Frutas ácidas	12 unidades	\$3,00	1.5 unidades	\$0,375
Chamoy	350 g	\$2,00	4.5 g	\$0,026
Pimienta	300 g	\$1,30	3.5 g	\$0,0152
Extracto de vainilla	200 g	\$1,99	10 g	\$0,100
Crema de Leche	250 g	\$1,25	15 g	\$0,075
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0,8122
			10% imprevistos	\$0,0812
			Total neto	\$0,8934
			Gasto de fab. 15%	\$0,1340
			Factor costo 33,33%	\$0,2978
			M.O. 45%	\$0,4020
			G. Admin 12%	\$0,1072
			45% utilidad	\$0,4020
			Subtotal	\$2,2364
			12% IVA	\$0,2684
			10% servicio	\$0,2236
			Total	\$2,73

3.18 Implementación del negocio.

Es importante determinar que la implementación del negocio “se refiere a la ejecución o puesta en acción de todas las actividades y tareas correspondientes al plan de negocio para hacer realidad el negocio” (Perú, 2021)

- **Arriendo del local.**

Tabla 23. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$450	\$2700	\$5400

- **Equipos industriales.**

Tabla 24. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Máquina de rollos de hielo comercial	1	\$380.00	\$380.00
Refrigerador	2	\$330.00	\$660.00
Licadoras Industriales	2	\$150.00	\$300.00
Frigorífico (Brahma)	1	\$200.00	\$200.00
Horno	1	\$100.00	\$100.00
Tanque de gas 30kg	1	\$51.80	\$51.80
Cocina Industrial	1	\$90.00	\$90.00
Maquina completa de bebidas calientes Oster	1	\$300.00	\$300.00
TOTAL			\$2081

- **Equipos de computación.**

Tabla 25. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	2	\$540.00	\$1080.00
Caja registradora	1	\$250.00	\$250.00
Impresora HP tinta continua 2775	1	\$65.00	\$65.00
TOTAL			\$1.395,00

- **Muebles y enseres.**

Tabla 26. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sillas plásticas	20	\$10.00	\$200.00
Mesas de plástico	5	\$22.00	\$110.00
Lavadero	1	\$190.00	\$190.00
Mesa de madera cocina	2	\$50.00	\$100.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Enseres de Cocina	3	\$15.00	\$45.00
Tablas de picar	3	\$3.00	\$9.00
Vaso 325ml	15	\$1.00	\$15.00
Copas helado	15	\$3.00	\$45.00
Set de cubiertos	5	\$10.00	\$50.00
Set de chuchillos (9 piezas)	2	\$19.99	\$39.98
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.99	\$77.97
Recipiente grande con tapa	10	\$1.59	\$15.90
Recipiente mediano con tapa	10	\$1.04	\$10.40
Recipiente pequeño con tapa	10	\$0.90	\$9.00
TOTAL			\$1037.25

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 27. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
Botiquín	1	\$30.00	\$30.00
Alcohol antiséptico	5	\$10.00	\$50.00
Gel	5	\$10.00	\$50.00
Mascarillas	100	\$1.00	\$100.00
TOTAL			\$272.00

- **Suministros de oficina.**

Tabla 28. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	2	\$3.40	\$6.80
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Tachos de basura pequeños	3	\$5.50	\$27.50
Grapas (caja)	3	\$1.15	\$3.45
Caja 3 resaltadores	5	\$1.80	\$9.00
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$15	\$45.00
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libretas	10	\$0.50	\$5.00
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	3	\$0.45	\$1.35
TOTAL			\$110.00
TOTAL ANUAL			\$1320.00

- **Servicios básicos.**

Tabla 29. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$50,00
Luz	\$100,00
Teléfono	\$40,00
Internet	\$50,00
TOTAL	\$240,00
TOTAL ANUAL	\$2.880,00

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 30. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	2	\$3.50	\$7.00
Limpia muebles	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	2	\$7.00	\$14.00
Cloro 1 Gal	3	\$4.95	\$14.85
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	3	\$12.00	\$36.00
Fibra/lustre	3	\$0.90	\$2.70
Esjonja lavaplatos	3	\$1.40	\$4.20
Fundas basura industriales (10 unidades)	3	\$1.75	\$5.25
Lavavajillas líquido 500ml	3	\$1.40	\$4.20
Pala	2	\$2.50	\$5.00
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	3	\$1.00	\$3.00
Toalla de papel	5	\$3.50	\$17.50
TOTAL			\$123.19
TOTAL ANUAL			\$1478.28

3.19 Estudio arquitectónico.

Es importante determinar que el estudio arquitectónico es: “una organización que corresponde a la forma de representar de manera gráfica la empresa, permitiendo cubrir y considerar todos y cada uno de los elementos que la conforman la empresa.” (Evaluando, 2021), es por eso que Best Cream toma en cuenta para el diseño del establecimiento en la capacidad instalada, el aforo que se manejará el cual es de

máximo 20 personas y los trabajadores de la empresa los cuales son 3, para lo cual se ocupará una parte considerable para la cocina ya que el cocinero debe movilizarse con facilidad y tener todo a su alcance, en un ambiente grande para cumplir con su misión, existe un espacio destinado para bodega donde se guardará los útiles de aseo y de oficina para mantener el orden, y un espacio destinada para los juegos de azar y los videojuegos, así como un espacio destinado para la zona de fumadores a las afueras del local.

3.20 Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 22. Estructura del establecimiento.



4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Es importante determinar que el proceso de derecho empresarial es “es una rama del Derecho que se encarga de guiar las actividades dentro y fuera de las organizaciones. Su función principal es regular a las pequeñas, medianas y grandes empresas (PYMES).” (UTELBLOG, 2015). Es por eso que Best Cream con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizará los tramites y permisos pertinentes, que ayudarán a que el establecimiento cuente con todos los permisos correspondientes para ejercer su funcionamiento enmarcados en la ley, para lo cual se obtuvo los siguientes requisitos legales:

4.1 Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal.
- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE.

- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

4.2 Patente municipal.

El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- Fecha de presentación.
- Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma.
- Numero de cédula.
- Papeleta de votación
- Numero de RUC o RISE.
- Nacionalidad.
- Dirección domiciliaria del propietario o representante legal.
- Actividad económica a la que se dedica.
- Razón social con que opere.
- Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes).
- Ubicación del establecimiento.
- Firma autorizada del declarante.
- Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de RUC o RISE.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos

4.3 Permisos sanitarios.

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento.
- Certificado(s) de salud.

- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4.4 Registro Actividad Turística.

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- Registro único de contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil.

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación

4.5 Licencia Anual de Funcionamiento.

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor alcalde.
- Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- Patente municipal actualizada.
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional).
- Copia certificada del RUC o RISE.
- Lista de precios del establecimiento turístico.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.
- Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Es importante determinar qué impacto ambiental y social es: “la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza.” (Naturales, 2020).

5.1 Objetivo de área.

Best Cream puede aportar con numerosas soluciones con la finalidad de erradicar con el impacto que daña el ecosistema ya que uno de los más grandes problemas ambientales que crea los locales comerciales dedicados a la venta de bebidas y alimentos es la contaminación del suelo ya que utilizan varios envases plásticos que duran años en desintegrarse causando gran afectación a la flora y fauna del país, es por eso que Best Cream al analizar esta problemática ha optado por utilizar recipientes que no dañen al país incentivando a las personas que reciclen y rehúsen lo posible los envases.

Erradicar el daño al medio ambiente es la principal responsabilidad que crea la empresa y velar por el cuidado del ecosistema, creando varias dinámicas de reciclaje y evitando el uso de papel innecesario, es por eso que la familia Best Cream crea un espacio de reciclaje denominado Best Green, dedicado a la iniciativa de un local comercial con total apoyo a la reactivación económica pero más importante a la reactivación del ecosistema, en Best Green se impulsa a reciclar mediante el uso de cupones o fichas que sirven como ingreso a la sala de video juegos, dichas fichas se las proporciona por cada botella plástica que se rehúsa o que ingresa en los tachos de reciclaje.

Es por eso que es necesario cumplir con el compromiso de manera obligatoria las disposiciones legales que aplican a la empresa, así como los requerimientos que la parte pertinente solicite para la reducción de impactos ambientales o de daño al ecosistema en relación al uso innecesario de recursos como es el agua, aire y suelo, creando de esta manera una comunidad ambientalista que evita causar más daño al ecosistema de lo que se encuentra en este momento.

Estas medidas serán controladas de manera mensual con el fin de verificar el buen funcionamiento, así como el cumplimiento por las disposiciones emitida por la autoridad competente y la empresa, planteando nuevas estrategias en el caso de existir errores que afecten al objetivo social y ambiental, adecuando objetivos y metas que ayuden a la erradicación de este gran problema que vive el mundo en estos tiempos

5.2 Impacto ambiental.

Es importante indicar que impacto ambiental es: “la alteración o modificación que causa una acción humana sobre el medio ambiente” (Fundación Wikimedia, 2021).

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Best Cream.

Los problemas del medio ambiente se globalizan mediante la exposición de residuos en fuentes naturales y Best Cream determina tres factores importantes del impacto ambiental y se fundamenta en los siguientes campos:

- Agua. - el impacto es la contaminación causada por el proceso de producción y la idea para mitigar este impacto es: no desperdiciar el agua, hacer un buen uso del agua, rehusar el agua, no dejar la llave abierta y utilizar llaves que regulen el flujo del agua, para lo cual se debe realizar un mantenimiento permanente en las cañerías del agua potable.
- Aire. -el impacto es la contaminación causada por el proceso de producción dejando partículas de olores en el ambiente y para poder erradicar dicha contaminación Best Cream utilizará ventiladores, no se podrá utilizar aerosoles que dañen al ambiente.
- Suelo. - el impacto de los desechos orgánicos e inorgánicos que se utilizará para la producción en Best Cream se mitigará con la reducción de plásticos, se utilizará tachos de basura para su reciclado, no se utilizará fundas para almacenar productos sino tupperes y evitará utilizar folletos y trípticos innecesarios, ya que Best Cream se centra más en las nuevas generaciones y publicidad virtual.

Best Cream tiene la obligación de cuidar el medio ambiente, aplicando acciones remediales, aplicando el reciclar, reducir, reutilizar. Las fundas plásticas se tratarán de

no utilizar, se utilizará solo para el depósito de basura, no será utilizado para guardar o empacar productos. Tupperware estos contenedores son de mucha ayuda ya que son reciclables y reutilizarlos después de ser utilizados se puede lavar y utilizarlo nuevamente, se utilizará para almacenar productos perecederos y no perecederos, los cartones se pueden reciclar para luego venderlos, tratar de utilizar menos el papel aluminio, de igual manera la utilización de vasos, servilletas y sorbetes biodegradables para evitar la contaminación del suelo y marítimo; además Best Cream impulsa al reciclaje dando cupones por cada botella plástica que se deposite en los diferentes tachos de reciclaje ubicados en el denominado Best Green.

5.3 Impacto social.

Es importante indicar que impacto social “son los cambios que experimentan las personas, grupos o comunidades como consecuencia del desarrollo de una actividad, proyecto, programa o política concreta y que afectan a las condiciones humanas en el largo plazo.” (IMPACT, 2021)

Igualdad de género.

Best Cream apoya a la igualdad de género que sugiere la Constitución de la República, esto es que no se discrimina a nadie por ningún motivo étnico, de cultura, género entre otras es por eso que, en la empresa todos los trabajadores poseen los mismos derechos contemplados en la Ley, al igual que los clientes que son atendidos con la cordialidad que amerita el caso.

Generar empleo.

Best Cream con su proyecto impulsará el empleo, generando garantía y el derecho al trabajo a las personas que lo requieran, empleos tanto a personas profesionales como a no profesionales, ya que para Best Cream todo el talento humano que pueda demostrar una persona en relación a sus funciones que desempeña, será reconocido por la empresa, los puestos serán designados de acuerdo a los perfiles y se capacitará al personal, para que de esta manera puedan adquirir una nueva experiencia tanto personal como laboral.

Tomando en consideración en lo antes escrito Best Cream genera principios de igualdad al momento de seleccionar a las personas que va a ingresar dando oportunidad tanto a hombres como mujeres de ingresar a esta prestigiosa empresa por méritos.

Obra Social.

Best Cream basado en las disposiciones del COE Nacional en relación a la pandemia en el Ecuador en las cuales se habilita las clases virtuales, se determina que muchas familias no poseen internet en sus domicilios o un equipo tecnológico que permita desenvolver las actividades cotidianas del estudiante; es por eso que se ha generado un espacio dentro del área de recreación, dedicado para los niños y adolescentes que tienen ese tipo de dificultad, de esta manera Best Cream pueda aportar con un grano de arena a la educación.

Por otra parte, Best Cream donará anualmente de útiles escolares a niños de bajos recursos en las escuelas rurales cercanas a Quito.

6 PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el presente capítulo se detalla el análisis financiero de la, en la cual se utilizaron diferentes herramientas, con la finalidad de analizar la viabilidad económica financiera de Best Cream. Para inicio del micro emprendimiento y continuar con el desarrollo, es necesario contar con una inversión inicial, el cual permite conocer los recursos económicos a necesitar, siendo el punto de partida de dicho negocio o emprendimiento.

6.2 Activos Fijos

Es importante determinar que activo fijo es: “Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.” (Debitoor, 2015), para lo cual Best Cream, sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: (*Ver tabla 31*).

Tabla 31. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR SUBTOT.	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES				\$ 1.037,25
Sillas plásticas	20	\$ 10,00	\$ 200,00	
Mesas de plástico	5	\$ 22,00	\$ 110,00	
Tabla de picar	3	\$ 3,00	\$ 9,00	
Bowls acero inoxidable	3	\$ 25,99	\$ 77,97	
Recipiente grande con tapa	10	\$ 1,59	\$ 15,90	
Recipiente mediano con tapa	10	\$ 1,04	\$ 10,40	
Recipiente pequeño con tapa	10	\$ 0,90	\$ 9,00	
Vaso 325 ml	15	\$ 1,00	\$ 15,00	
Ser de cubiertos	5	\$ 10,00	\$ 50,00	
Set de chuchillos	2	\$ 19,99	\$ 39,98	

Copas helado	15	\$ 3,00	\$ 45,00	
Lavadero	1	\$ 190,00	\$ 190,00	
Mesa de madera cocina	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
Mesa de acero inoxidable	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
Enseres de cocina	3	\$ 15,00	\$ 45,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN / COMUNICACIÓN				\$ 1.395,00
Laptop	2	\$ 540,00	\$ 1.080,00	
Copiadora / impresora	1	\$ 65,00	\$ 65,00	
Caja registradora	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
MAQUINARIAS Y EQUIP				\$ 2.081,80
Máquina de rollos de hielo comercial	1	\$ 380,00	\$ 380,00	
Refrigerador	2	\$ 330,00	\$ 660,00	
Licuada Industrial	2	\$ 150,00	\$ 300,00	
Frigorífico	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Horno	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Tanque de gas 30km	1	\$ 51,80	\$ 51,80	
Cocina Industrial	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
Maquina completa de bebidas calientes oster	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
VEHICULOS / MOTOS				\$ 1.500,00
Moto Pulsar 250	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS				\$ 6.014,05

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.3 Activos diferidos

Es importante determinar que activos diferidos es: “hace referencia a los bienes y servicios por los que una empresa paga de forma anticipada, aunque, no necesariamente, hayan sido utilizados. Se trata de un recurso financiero y de contabilidad mediante el cual se evita alterar los números de ingresos y egresos empresariales en cada periodo reportado.” (Konfío, 2019), es por eso que Best Cream determina los siguientes valores:

Tabla 32. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
INSTALACIONES Y EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintores	5	\$ 75,00	\$ 375,00
Equipo de seguridad	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Capacitación personal	2	\$ 300,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 1.215,00

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.4 Capital de trabajo

Es importante determinar que la capital de trabajo “es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera para realizar sus operaciones con normalidad. Es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo.” (Konfío, Capital de trabajo, 2018).

En lo que concierne a Best Cream, mensualmente se tiene un costo de materia prima \$ 3.118,50; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$ 240; de sueldos y salarios de \$ 2.093,31y los gastos ventas de \$ 250. Dando un total de gasto mensual de \$5.701,81.

Tabla 33. **Capital de trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Costo de materia prima	\$ 3.118,50
Servicios Básicos	\$ 240,00
Sueldos y salarios	\$ 2.093,31
Gasto ventas	\$ 250,00
TOTAL MENSUAL	\$ 5.701,81

Elaborado por: Nicole Guerrero

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo de la empresa. (Ver tabla 34).

Tabla 34. Detalles de inversión

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL		
RUBRO	CANTIDAD	TOTAL
Activos Fijos	\$ 6.014,05	
Activos diferidos	\$ 1215,00	
Gastos amortizables	\$ 2525,00	
INVERSIÓN EN ACTIVOS Y GASTOS		\$ 9.754,05
Capital de trabajo	\$ 5.701,81	
TOTAL, DE LA INVERSIÓN		\$ 15.455,86

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.5 Sueldos

Es importante determinar que sueldo es: “la remuneración recibida por una persona como pago por su trabajo. De esta forma, el empleado puede beneficiarse de su contribución en tiempo y esfuerzo a la empresa que lo contrata. De la misma forma que puede ver traducida esa aportación en términos monetarios.” (Economipedia, 2020) es por eso que Best Cream a continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (Ver tabla 35).

Tabla 35. Sueldos.

CARGOS	Nro.	Sueldo Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS Patronal (11,15%)	Aporte IESS Personal (9,45%)	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Administrador	1	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$50,18	\$42,53	\$ 617,70	\$7.412,40
Productor / Chef	1	\$425,00	\$35,42	\$35,42	\$47,39	\$40,16	\$ 583,38	\$7.000,56
Mesero	1	\$300,00	\$25,00	\$25,00	\$33,45	\$28,35	\$ 411,80	\$4.941,60
Recepcionista / Cajero	1	\$350,00	\$29,17	\$29,17	\$39,03	\$ 33,08	\$ 480,43	\$5.765,16

TOTAL	4	\$ 1.525,00	\$ 127,09	\$ 127,09	\$ 170,05	\$ 144,12	\$ 2.093,31	\$25.119,72
--------------	----------	--------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	--------------------	--------------------

Elaborado por: Nicole Guerrero

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$ 25.119,72 anual.

6.6 Depreciación activos fijos.

Es importante determinar que la depreciación de activos fijos es: “La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.” (Legal, 2018)

En tal virtud Best Cream, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento 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 \$ 1.050,06

Tabla 36. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
CONCEPTO	VALOR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Maquinaria	\$ 2.070,00	10%	\$ 207,00
Equipo Básico	\$ 1.445,00	10%	\$ 144,50
Equipo Auxiliar	\$ 74,10	10%	\$ 7,41
Muebles y Enseres	\$ 489,00	10%	\$ 48,90
Esquipo de Computación	\$ 925,00	33,33%	\$ 305,25
Equipo de Sonido	\$ 1.000,00	33,33%	\$ 330,00
Equipos de Oficina	\$ 70,00	10%	\$ 7,00

TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 1.050,06
--	--------------------

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.7 Inversión de Activos diferidos.

Es importante determinar qué inversión de activos diferidos es: “como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso. Se trata de una importante manera de no alterar la realidad contable de una empresa en cada periodo.”(Economipedia, Activo diferido, 2019), para lo cual Best Cream determina la siguiente inversión de activos diferidos. (*Ver tabla 37.*)

Tabla 37. Inversión de Activos diferidos.

RUBROS	VALOR
Inscripciones Compañía	\$ 800,00
Gastos Legales	\$ 1.000,00
Permiso Bomberos	\$ 50,00
Permiso funcionamiento	\$ 600,00
Patentes municipales	\$ 75,00
TOTAL	\$ 2.525,00

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.8 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$ 505, ya que el monto por activos diferidos es equivale a \$ 2.525.00, de igual manera es importante determinar que Best Cream divide el monto de sus activos para 3 años. (*Ver tabla 38.*)

Tabla 38. Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES				
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN				
CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	AMORT. ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	2.525	20%	3	505
	2.525	20%	3	505
	2.525	20%	3	505

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.9 Tabla de amortización

Es importante determinar que tabla de amortización es: “es un documento que contiene el vencimiento e importe de cada una de las parcialidades, siendo estas los importes que el contratante deberá de pagar, es decir el desglose de los importes y fechas en las cuales deberán de cumplir la obligación de pago contratado en la obtención de un crédito.” (Credenz, 2020), es por eso que Best Cream presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$8000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de nominal 15.6% y efectiva de 16.77% (Ver tabla 39).

Tabla 39. Amortización

Nº PAGO	FECHA	Nº DE DÍAS	CAPITAL	INTERÉS	VALOR CUOTA	SALDO CAPITAL
1	2022-03-21	30	1559.07	104.00	1663.07	8000.00
2	2022-04-20	30	1579.34	83.73	1663.07	6440.93
3	2022-05-20	30	1599.87	63.20	1663.07	4861.59
4	2022-06-20	31	1619.25	43.82	1663.07	3261.72
5	2022-07-19	29	1642.47	20.64	1663.11	1642.47
TOTAL:			8000.00	315.39	8315.39	0.00

Elaborado por: Nicole Guerrero

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$8.000,00 llegando al año 5, el pago de interés de \$315.39 a su vez el pago capital de \$8.000.00, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

6.10 Estructura capital

Es importante determinar que la estructura capital es: “es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones.” (Esparza J. L., 2020), en tal virtud Best Cream determina la estructuración de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$7455,86 que equivale a una estructura del 48,24%; costo 12% con una tasa de descuento de 6,6 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$8000 con una estructura del 51,76% , el costo de 16.77% que otorga el 6,3% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$15.455,86 que en la suma total da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,9% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 40.*)

Tabla 40. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 7.455,86	48,24 %
Financiamiento	\$ 8.000,00	51,76 %
TOTAL INVERSIÓN	\$ 15.455,86	100 %

Elaborado por: Nicole Guerrero.

6.11 Punto de equilibrio

Es importante conocer que el punto de equilibrio “Es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables; es decir, cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel.” (Gestión, 2020), es por eso que Best Cream calculó los valores de arriendo, sueldos, materia prima y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$ 5.901,81 (*Ver tabla 41*)

Tabla 41. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Arriendo	\$ 450
Materia prima	\$ 3.118,50
Sueldos	\$ 2.093,31
Servicios Básicos	\$ 240
Total	\$ 5.901,81

Elaborado por: Nicole Guerrero

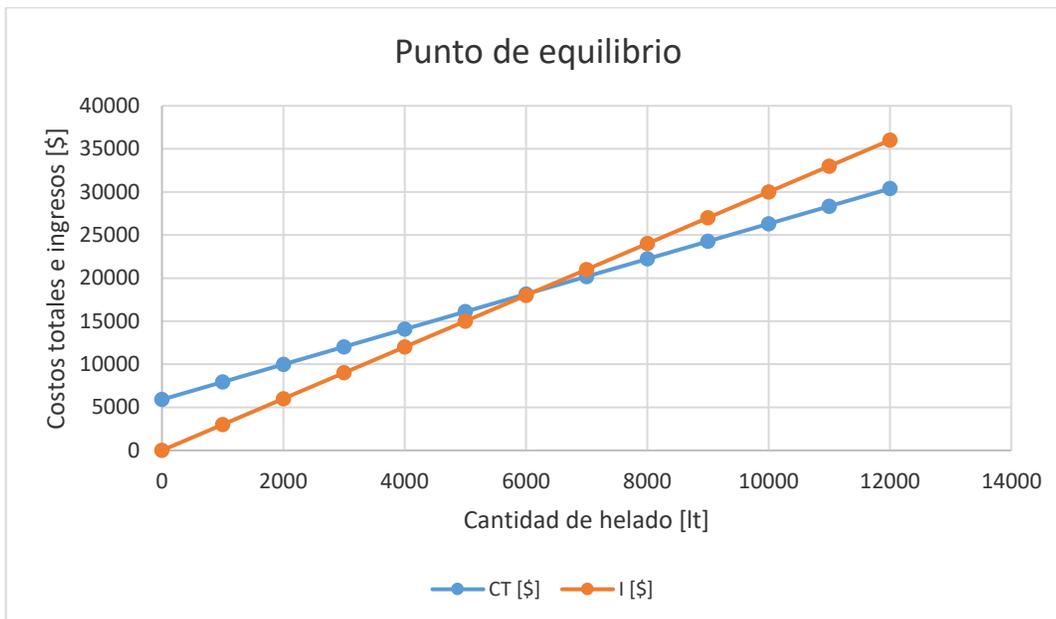
Para obtener el margen de contribución es importante restar los costos variables al precio de venta, con esto se determinó los beneficios de Best Cream sin considerar los costos fijos, para lo cual se tomó en cuenta los valores del producto del helado de crema de frutas exóticas ya que sería el producto principal que ofrecerá Best Cream. Entonces el valor del helado de crema será de \$ 2,04 el valor del costo sería \$3.00 por lo que el margen de contribución será de \$ 0.96 (*Ver tabla 42*).

Tabla 42. Margen de contribución

Precio	\$ 3.00
Costo	\$ 2.04
Ganancia	\$ 0.96 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Elaborado por: Nicole Guerrero

Ilustración 23. Estructura del establecimiento



(Villarreal, 2022) Gráfica de punto de equilibrio heladería Best Cream, Quito

Se plantean las ecuaciones de costos totales (CT) y ventas (V) respectivamente:

$$CT = \text{GASTOS} + \text{COSTOS}$$

$$\text{COSTOS} = 2,04 * Q$$

$$CT = 5901,81 + 2,04 * Q$$

$$V = 3,00 * Q$$

Q [lt]	CT [\$]	I [\$]
0	5901.81	0
1000	7941.81	3000
2000	9981.81	6000
3000	12021.81	9000
4000	14061.81	12000
5000	16101.81	15000
6000	18141.81	18000
7000	20181.81	21000
8000	22221.81	24000
9000	24261.81	27000
10000	26301.81	30000
11000	28341.81	33000
12000	30381.81	36000

Igualando las ecuaciones de costos totales y ventas en función de la cantidad de porción de helado **Q** se calcula el punto de equilibrio.

$$CT = I$$

$$5901,81 + 2,04 * Q = 3,00 * Q$$

$$Q = \frac{5901,81}{3,00 - 2,04}$$

$$Q = 6147,7 \text{ lt}$$

Tabla 43. Punto de equilibrio

Elaborado por: Nicole Guerrero

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	6148	\$ 3.00	\$ 18444,00
COSTO	6148	\$ 2.04	\$ 12541,92
GASTO			\$ 5901,81
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.12 Costo de ventas

Es importante determinar que el costo de ventas es: “el valor directo que supone haber fabricado un producto o servicio comercializado en un periodo determinado.” (Llamas, 2020), El costo de venta de Best Cream, se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendrá las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N° 45 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$ 8032,17 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$ 8968,38.

Tabla 44. Costo de ventas.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	47730.00	48780.00	50160.00	51540.00	52920.00
COSTOS DE PRODUCCION	30547.20	31219.20	32102.40	32985.60	33868.80
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS (A - B)	17182.80	17560.80	18057.60	18554.40	19051.20
COSTOS EN VENTAS	3054.72	3121.92	3210.24	3298.56	3386.88
UTILIDAD NETA EN VENTAS (C - D)	14128.08	14438.88	14847.36	15255.84	15664.32
COSTOS EN ADMINISTRACION	1909.20	1951.20	2006.40	2061.60	2116.80
UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN (E - F)	12218.88	12487.68	12840.96	13194.24	13547.52
COSTOS FINANCIEROS	104.00	83.73	63.20	43.82	20.64
UTILIDAD ENTES DE REPARTO (G - H)	12114.88	12403.95	12777.76	13150.42	13526.88
REPARTO DE UTILIDADES (15%)	1817.23	1860.59	1916.66	1972.56	2029.03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO (I - J)	10297.65	10543.36	10861.10	11177.86	11497.85
IMPUESTO A UTILIDADES (22%)	2265.48	2319.54	2389.44	2459.13	2529.53
UTILIDAD NETA (K - L)	8032.17	8223.82	8471.65	8718.73	8968.32

(Villarreal, 2022), Tabla de ventas, heladería Best Cream, Quito

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.13 Flujo de caja

Es importante determinar que flujo de caja es: “la referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado.” (Kiziryán, 2021). Para lo cual Best Cream determina que para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$1280,30; mientras que para el 5 año esta aumentará a \$7918,26 ya que en el primer año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 46*).

Tabla 45. Flujo de caja

RUBROS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
INVERSIONES	-9574.05	-5701.81				
UTILIDAD NETA		8032.17	8223.82	8471.65	8718.73	8968.32
DEPRECIACIONES		-1050.06	-1050.06	-1050.06	-1050.06	-1050.06
INTERESES		0	0	0	0	0
FLUJO DE OPERACIÓN	-9574.05	1280.30	7173.76	7421.59	7668.67	7918.26

(Villarreal, 2022), Tabla flujo de caja, heladería Best Cream, Quito

Elaborado por: Nicole Guerrero

6.14 Tasa de Descuento

Es importante determinar que la tasa de descuento es: “es el coste de capital que se aplica para determinar el valor presente de un pago futuro” (Burguillo, 2021), es por eso que Best Cream precisa que dicha tasa es necesaria para el aumento del valor o interés que ayudan a la empresa para desarrollar el dinero que cuenta, y crear una ventaja financiera.

Tabla 46. Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	7455,48	48,24%	13%	11,7%	
Capital Financiero	8.000,00	51,76%	14%	1,4%	
TOTAL INVERSIÓN	15455,86	100%		13,1%	TMAR

(Villarreal, 2022), Tabla estructura de capital, Heladería Best Cream, Quito.

6.15 Cálculo del TIR y el VAN

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

6.16 VAN (Valor Actual Neto)

Es importante determinar que el VAN es: “El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).” (Morales, 2018), es por eso el VAN de Best Crea trae el valor presente a todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 12382,25; por lo tanto, el proyecto es viable.

	INVERSIONES	UTILIDAD NETA	FLUJO NETO	FLUJO N. ACT.
-	9574.05			
-	5701.81		-9574.05	(\$ 9,574.05)
		8032.17	1280.30	\$ 1,132.00
		8223.82	7173.76	\$ 5,608.18
		8471.65	7421.59	\$ 5,129.91
4		8718.73	7668.67	\$ 4,686.73
5		8968.32	7918.26	\$ 4,278.75
6				
7				
		VALOR RESIDUAL	2074.05	\$ 1,120.74
			VAN	\$ 12,382.25

Ilustración 24. Formula VAN

$$VAN_0 = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} + \frac{VR_n}{(1+i)^n}$$

(Guide, 2019), Formula Van, heladería Best Cream, Quito

6.17 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es importante determinar que La Tasa Interna de Retorno (TIR) es: “la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Arias, 2020), TIR valor porcentual del flujo de caja, en este caso el TIR de Best Cream posee un valor de 17 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión; por lo que se determina que el proyecto es viable (*Ver tabla 48*).

Ilustración 25. Formula TIR.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

(Arias, 2017), Formula TIR, heladería Best Cream, Quito

Tabla 47. VAN/ TIR / BENEFICIO-COSTO

INDICADORES	VALOR	COMPARACIÓN	CONCLUSIÓN
VAN	\$ 12382,25	VAN > 0	PROYECTO ES VIABLE
TIR	22 %	TIR > TMAR	PROYECTO ES VIABLE

CALCULO DEL TIR Y VAN

VAN \$ 12382,25

TIR 22 %

TMAR 13,1%

(Villarreal, 2022), Tabla TIR y VAN, heladería Best Cream, Quito.

- VAN mayor a 0 es bueno / factibilidad.
- TIR mayor a TD es bueno / factibilidad.
- El cálculo TIR determina la rentabilidad del proyecto.
- El cálculo VAN estima las ganancias brutas de la empresa.
- El cálculo TIR es recomendado para proyectos de menos duración o que tienen un flujo de caja alto.
- El cálculo VAN solo mide la ganancia de quien invierte.

Una vez realizado el análisis financiero se puede determinar que el plan de negocio de Best Cream es viable, y esto se lo puede evidenciar en los cálculos realizados en donde el resultado:

$$\text{VAN} = \$ 12382,25 > 0 \text{ y } \text{TIR} = 22\% > \text{TD} = 13.1\%$$

7 Capítulo 7

7.1 Conclusiones

- Debido a la investigación realizada con los datos obtenidos en la encuesta, se logró determinar la estructura orgánica de la empresa y datos que ayudaron a determinar el valor que se ofrecerá a los clientes, de igual manera con este análisis se estableció el perfil profesional que se necesita para cada puesto en Best Cream.
- Con la ayuda del estudio de mercado se crearon nuevas estrategias que ayudan al desenvolvimiento de la competencia y la demanda que obtiene la empresa, ya que, al existir una heladería reconocida a una corta distancia, Best Cream debe optar por ganar en precio, plaza y producto, con la finalidad de establecerse como la mejor empresa a nivel nacional.
- Se logra establecer que para la creación de una heladería existen una serie de procedimientos legales que ayudan a constituirse en una empresa dentro de lo dispuesto por la normativa legal vigente, para que su funcionamiento conste con óptimas condiciones y ofrecer un producto de calidad a los clientes.
- Con el proceso realizado se logró obtener celeridad en el despacho de los productos, brindando un servicio de calidad y satisfaciendo las necesidades de los clientes.
- Con el compromiso de los trabajadores la empresa mantiene una integra higiene dentro del establecimiento la cual ayuda a que las personas sean atraídas no solo por el producto sino por las buenas normas sanitarias.
- Las promociones y productos nuevos ayudan a captar nuevos clientes, ya que el producto es innovador y poco común, por lo cual se crea fidelidad y atracción de nuevos clientes, sin importar el día o la temporada, ya que Best Cream, no solo se basa en venta de helados sino también de postres y bebidas calientes haciendo de este un lugar armonioso y novedoso.

Que el proyecto es viable ya que después de realizar el análisis financiero se constituye en un valor de $VAN = \$ 12382,25 > 0$ y $TIR = 22\% > TD = 13.1\%$

7.2 Recomendaciones

- Elaborar un análisis financiero de manera bimestral con la finalidad de identificar los posibles errores que contiene el desenvolvimiento de la empresa y crear estrategias, para que la empresa se establezca en una buena posición dentro del mercado.
- Crear procesos que garanticen la competitividad y el buen servicio que se ofrece a los clientes, ya que uno de los objetivos de la empresa es brindar un servicio de calidad y crear fidelidad en nuestros clientes.
- Se recomienda identificar las amenazas y trabajar en ellas para convertirlas en fortalezas después de una investigación y corrección de errores.

7.3 Referencias

- Argudo, J. M. (22 de marzo de 2019). *Econosublime*. Obtenido de <http://www.econosublime.com/2019/03/localizacion-empresa.html#:~:text=La%20localizaci%C3%B3n%20es%20el%20lugar,que%20influyen%20en%20la%20localizaci%C3%B3n>.
- Arias, A. S. (23 de 05 de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Tasa interna de retorno (TIR): <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Burguillo, R. V. (20 de 09 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Tasa de descuento: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Calidad, A. E. (15 de agosto de 2019). *AEC*. Obtenido de Responsabilidad Ambiental: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-ambiental>
- Conexionesan. (24 de abril de 2017). *Estructura empresarial*. Obtenido de esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/04/cual-es-la-mejor-estructura-para-una-

Wellwo. (16 de marzo de 2021). *LAS NECESIDADES HUMANAS SEGÚN LA PIRÁMIDE DE MASLOW*. Obtenido de <https://wellwo.es/las-necesidades-humanas-segun-la-piramide-de-maslow/#:~:text=En%20la%20Pir%C3%A1mide%20de%20Maslow,primeras%20que%20tenemos%20que%20conseguir.&text=Estas%20necesidades%20son%3A%20fisiol%C3%B3gicas%2C%20de,de%20reconocimiento%20y%20de%20a>

7.4 Anexos

Anexo 1. Ejemplo de encuesta

Encuesta de Investigación de Mercado acerca de la elaboración de Helados de frutos exóticos y cafetería en el sector de Quitumbe

El objetivo de la encuesta es recolectar datos que nos ayuden a identificar la necesidad del consumidor, y poder obtener un resultado de satisfacción de los clientes y determinar la demanda.

Título de la imagen



fecha

Mes, día, año



Sexo

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo
- Otra...

Sector donde reside

Texto de respuesta larga

Edad

Texto de respuesta corta

Estado Civil

- Casado
- Soltero
- Divorciado

¿Usted Consume Helado? *

- Sí
- No

¿Con qué frecuencia consume usted helado?

- Todos los días
- Una vez cada semana
- los fines de semana
- Una vez al mes
- Nunca

¿En qué temporada consume más helado?

- Invierno
- Verano
- Cualquier temporada
- Nunca

¿Dónde compra helados regularmente?

- Por el sector
- Lejos del Sector
- En ningún Lugar

¿Cuál es su preferencia en helado?

- De crema
- Cono
- De Salcedo
- Hielo
- Tulipán
- Sal

¿Esta de acuerdo con la implementación de sabores cítricos en un helado de crema?

- Sí
 - No
 - Tal vez
-

¿Ha de gustado los helados de sal en este sector?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Esta de acuerdo con la implementación de un local de helados y cafetería en el sector?

- Sí
- No
- Tal vez