



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **DIRECCIÓN DE POSGRADO**

### **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO**

**Título:**

---

**Creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad  
Latacunga, parroquia Belisario Quevedo.**

---

Trabajo de desarrollo previo a la obtención del título de Magíster en  
Administración de Empresas

**Autora:**

Duque Mora Lady Estefania Ing.

**Tutor:**

Fabián Xavier Martínez Ortiz PhD.

**LATACUNGA –ECUADOR**

**2022**

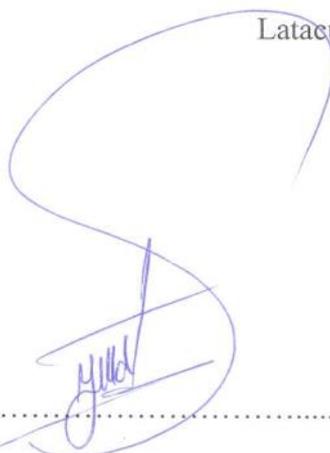
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga, parroquia Belisario Quevedo” presentado por Duque Mora Lady Estefania, para optar por el título magíster en Administración de Empresas.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, febrero, 16, 2022



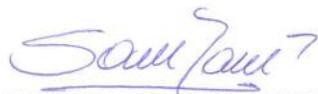
.....  
PhD. Fabián Xavier Martínez Ortiz

CC.: 160050885-5

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: Creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

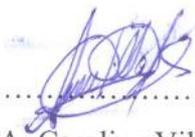
Latacunga, febrero, 16, 2022



.....  
MBA. Santiago Fernando Ramírez Jiménez  
CC.: 1713065405  
Presidente del tribunal



.....  
Dr. Guido Patricio Santamaría Quishpe  
CC.: 0501848220  
Lector 2



.....  
MBA. Carolina Villa  
CC. 1803071198  
Lector 3

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y haberme bendecido con aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante toda mi vida.

A mis padres Mirian Mora y Luis Duque, por su incondicional apoyo.

A mi esposo Byron Paúl, por alentarme a cumplir mis metas y sobre todo por su gran amor que me ha demostrado diariamente.

A mi hija Paulette, ya que ella es mi motivo de superación e inspiración para seguir adelante.

**Lady Duque**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar un afectuoso agradecimiento a mi tutor de tesis Mg. Fabián Martínez y a todos los ingenieros, por los conocimientos impartidos, que me permitieron culminar con mi formación profesional.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por permitirme cumplir una de mis metas planteadas.

Igualmente a todos mis compañeros y amigos, quienes compartieron momentos inolvidables llenos de alegrías y tristezas.

**Lady Estefania Duque Mora**

## RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, febrero, 16, 2022



Ing. Lady Estefania Duque Mora

CC.: 050391440-0

## RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, febrero, 16, 2022



.....  
Lady Estefania Duque Mora

CC.: 050391440-0

## **AVAL DEL VEEDOR**

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: Creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, febrero, 16, 2022



.....  
MBA. Santiago Fernando Ramírez Jiménez

CC.: 1713065405

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título:** “Creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad Latacunga, parroquia Belisario Quevedo.”

**Autor:** Duque Mora Lady Estefania

**Tutor:** Martínez Ortiz Fabián Xavier Mg.

**RESUMEN**

El emprendimiento es una elección para innovar, poner en marcha nuestras propias ideas, crecer económicamente e impulsar una mejor calidad de vida al permitir crear fuentes de trabajo, y resolver en parte el desempleo. El presente proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una heladería en la ciudad de Latacunga, parroquia Belisario Quevedo, dirigido a personas de 5 a 34 años de edad. La finalidad es brindar helados de diferentes sabores con crema y queso en presentaciones llamativas, en un local con temática de figuras de helado y áreas de juegos. Se realizó un estudio de mercado para conocer aspectos de gustos y preferencias de consumo de helado de los clientes. Se aplicó el modelo de negocios a través del lienzo CANVAS para tener la idea central del negocio. Además con la ayuda de las herramientas de las 5 fuerzas de PORTER y PEST se determinan las amenazas y oportunidades del proyecto. La inversión inicial necesaria para empezar el negocio es de \$6,215.08, el cual será financiado el 25% con capital propio y el 75% mediante una deuda con una entidad bancaria a cinco años plazo. Finalmente, se construyó un análisis financiero donde se obtuvo un VAN de \$969,78, TIR de 15.23% y un WACC de 9.24%, demostrándose la viabilidad del proyecto, el mismo que al ser ejecutado ofrecerá el crecimiento personal y fuentes de empleo que por ende mejora el desarrollo económico de la Parroquia.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento; Factibilidad; Creación; Heladería

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**GRADUATE MANAGEMENT**  
**MASTERS IN BUSINESS ADMINISTRATION**

**Title:** “Creation of an ice cream shop based on cream and cheese in Latacunga city, Belisario Quevedo parish.”

**Autor:** Duque Mora Lady Estefania

**Tutor:** Martínez Ortiz Fabián Xavier Mg.

**ABSTRACT**

Entrepreneurship is a choice to innovate, launch our own ideas, grow economically and promote a better quality of life by creating jobs, and partly solve unemployment. This project aims to determine the feasibility of establishing an ice cream store in Latacunga city, Belisario Quevedo parish, for persons between the ages of 5 and 34. The goal is to provide different flavors of ice cream with cream and cheese in striking presentations, in a locally themed figure of ice cream and playgrounds. A market study was carried out to determine the tastes and preferences of ice cream consumers. The business model was applied through the canvas CANVAS to have the central idea of the business. In addition, with the help of the tools of the 5 forces of PORTER and PEST, the threats and opportunities of the project are determined. The initial investment needed to start the business is \$6,215.08, which will be financed 25% equity and 75% through a debt with a five-year bank. Finally, a financial analysis was built which obtained an NPV of \$969.78, IRR of 15.23% and a WACC of 9.24%, demonstrating the viability of the project, the same that therefore improves the economic development of the Parish.

**KEYWORD:** Entrepreneurship; Feasibility; Creation; Ice cream.

Gabriela Estefania Pacheco Oñate con cédula de identidad número: 050344833-4 Licenciado/a en: Ciencias De La Educación Mención Inglés con número de registro de la SENESCYT: 1020-2016-1654625; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: “creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo.” de: Duque Mora Lady Estefania, aspirante a magister en Administración de Empresas.

Latacunga, febrero, 16, 2022



.....  
Gabriela Estefanía Pacheco Oñate  
CC.: 050344833-4

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA .....	vi
RENUNCIA DE DERECHOS .....	vii
AVAL DEL VEEDOR .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN .....	1
Antecedentes .....	2
Oferta de valor programada .....	3
Objetivo general .....	3
Objetivos específicos .....	4
Tareas .....	4
Etapas .....	5
Justificación .....	5
Metodología .....	6
1.2.8.1    Método Deductivo .....	6
1.2.8.2    Método Inductivo.....	7
Tipo de Investigación .....	7
a)    Investigación Cualitativa .....	7
Enfoque y Alcance .....	7
1.2.8.3    Investigación Descriptiva .....	7
1.2.8.4    Investigación Aplicada .....	8

Población y Muestra .....	8
a) Población.....	8
b) Muestra .....	9
Técnicas y herramientas de recolección de datos.....	9
a) Encuesta .....	9
Herramienta de medición de datos .....	10
a) Cuestionarios.....	10
<b>CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>11</b>
1.1. Antecedentes .....	11
1.2. Fundamentación Epistemológica .....	13
1.2.1 Emprendimiento .....	13
1.2.1.1. Características de un Emprendedor .....	14
1.2.1.2. Emprendimientos de Heladerías .....	15
1.2.2 Heladería.....	16
1.2.2.1 Temática .....	16
1.2.2.2 Helado.....	17
1.2.2.3 Tipos de Helados.....	17
1.2.3 Estudio de Factibilidad.....	18
1.2.4 Estudio Administrativo.....	18
1.2.4.1 Definición .....	18
1.2.4.2 Ventajas .....	18
1.2.4.3 Componentes .....	18
1.2.4.4 Estructura Orgánica .....	19
1.2.5 Estudio de Mercado .....	19
1.2.5.1 Definición .....	19
1.2.5.2 Objetivos.....	20

1.2.5.3	Demanda .....	20
1.2.5.4	Análisis de la Demanda .....	20
1.2.5.5	Oferta .....	21
1.2.5.6	Análisis de la Oferta .....	21
1.2.5.7	Precio .....	21
1.2.5.8	Estrategia del Precio .....	21
1.2.5.9	Comercialización .....	22
1.2.5.10	Análisis de la Comercialización .....	22
1.2.6	Estudio Técnico .....	22
1.2.6.1	Concepto .....	22
1.2.6.2	Objetivos.....	22
1.2.6.3	Componentes .....	23
1.2.7	Estudio Económico.....	23
1.2.7.1	Concepto .....	23
1.2.7.2	Objetivos.....	24
1.2.7.3	Costos .....	24
1.2.7.4	Costos Directos.....	25
1.2.7.5	Costos Indirectos .....	25
1.2.7.6	Costos de Producción .....	25
1.2.8	Estudio Legal.....	26
1.2.8.1	Definición .....	26
1.2.8.2	Objetivos.....	26
1.2.8.3	Trámites Legales de una empresa.....	26
1.2.8.4	Constitución Legal para poner en marcha un negocio.....	27
1.2.8.5	Requisitos para el Registro Único del Contribuyente (RUC)...	28
1.2.8.6	Requisitos para la Patente Municipal .....	28

1.2.8.7	Requisitos para el permiso de funcionamiento del Cuerpo Bomberos .....	28
1.3	Fundamentación del estado del arte .....	29
1.4	Conclusiones Capítulo I .....	30
<b>CAPÍTULO II. PROPUESTA .....</b>		<b>31</b>
2.1	Resumen Ejecutivo .....	31
2.2	Idea del Negocio .....	33
2.3	Modelo de Negocio.....	33
	Segmentación de Clientes.....	33
	Análisis del macro y micro entorno.....	33
	Macro entorno.....	33
	Micro entorno .....	36
	Análisis de la competencia .....	38
	Propuesta de valor .....	38
	Canales .....	41
	Tipo de relación con el cliente.....	41
	Fuentes de Ingresos .....	42
	Recursos Claves.....	45
	Actividades Claves .....	52
	Socios Claves.....	52
	Estructura de costos .....	53
	1.4.Presupuesto.....	56
<b>CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA</b>		
3.1.	Evaluación de expertos .....	59
3.2.	Evaluación de usuarios. ....	61
3.3.	Evaluación de resultados.....	61

3.4. Resultados de la propuesta.....	65
3.5. Conclusiones del III capitulo .....	66
Conclusiones generales .....	66
Recomendaciones .....	66
Referencias bibliográficas.- .....	68
<b>ANEXOS</b>	
ANEXO 1.- ENCUESTA.....	73
ANEXO 2.- VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA .....	75
ANEXO 3.- TABULACIÓN DE DATOS .....	76
ANEXO 4.- ESTADO DE RESULTADOS.....	90
ANEXO 5.- PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTOS .....	91
ANEXO 6.- INDICADORES FINANCIEROS .....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tareas en Relación a los objetivos específicos.....	4
Tabla 2. Etapas.....	5
Tabla 3. Mercado Potencial .....	8
Tabla 4. Mercado Meta.....	9
Tabla 5. Proveedores.....	37
Tabla 6. Competencia .....	38
Tabla 7. FODA .....	39
Tabla 8. FODA Cruzado .....	40
Tabla 9. Estrategias.....	40
Tabla 10. Productos .....	42
Tabla 11. Costos de Producción .....	44
Tabla 12. Activos Fijos.....	46

Tabla 13. Producción esperada de helados .....	46
Tabla 14. Manual de funciones.....	47
Tabla 15. Publicidad .....	50
Tabla 16. Estructura Financiera .....	52
Tabla 17. Datos Crediticios .....	52
Tabla 18. Tabla 18. Tabla de Amortización .....	52
Tabla 19. Costos Variables .....	53
Tabla 20. Tabla 20. Costos Fijos .....	53
Tabla 21. Estado de situación inicial .....	54
Tabla 22. WACC .....	54
Tabla 23. Flujo de Efectivo.....	55
Tabla 24. Resultados.....	56
Tabla 25. Presupuesto .....	56
Tabla 26. Cronograma .....	57
Tabla 27. Categorías de valoración validación teórica .....	60
Tabla 28. Categorías de valoración desde el punto de vista del cliente .....	61
Tabla 29. Resultados Experto 1 .....	61
Tabla 30. Resultados Experto 2 .....	63
Tabla 31. Resultados futuro cliente 1 .....	64
Tabla 32. Resultados de los evaluadores .....	65
Tabla 33. Estado de Resultados .....	90
Tabla 34. Punto de Equilibrio Cono Simple .....	91
Tabla 35. Punto de Equilibrio Tulipán Doble.....	92
Tabla 36. Punto de Equilibrio Banana Triple .....	93
Tabla 37. Tabla 37. Indicadores Financieros .....	94

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Muestra .....	9
Gráfico 2 Características del emprendedor .....	15
Gráfico 3 Costos de Producción .....	25
Gráfico 4 Modelo CANVAS .....	32
Gráfico 5 Indicadores Básicos .....	34
Gráfico 6 Local con recursos tecnológicos .....	35
Gráfico 7 Pagos Electrónicos .....	36
Gráfico 8 Helados en presentaciones Llamativas .....	39
Gráfico 9 Mobiliario Temático .....	39
Gráfico 10 Canales .....	41
Gráfico 11 Frecuencia de asistir a una heladería .....	42
Gráfico 12 Distribución física del local .....	45
Gráfico 13 Organigrama estructural .....	47
Gráfico 14 ¿Con qué género se identifica? .....	76
Gráfico 15 ¿Cuál es su edad actual? .....	76
Gráfico 16 ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor su ocupación? .....	77
Gráfico 17 ¿Usted consume helado? .....	77
Gráfico 18 ¿Con qué frecuencia usted asiste a una heladería? .....	78
Gráfico 19 ¿Le gustaría consumir helado acompañado de crema y queso? .....	78
Gráfico 20 ¿Le gustaría consumir helado acompañado de crema y queso? .....	79
Gráfico 21 ¿Cuál de los siguientes helados le agradaría consumir? .....	79
Gráfico 22 ¿Qué sabor prefiere al momento de adquirir un helado? .....	80
Gráfico 23 ¿Conoce usted una heladería con mobiliario temático de helados que ofrezca helados con crema y queso en la Parroquia Belisario Quevedo? .....	80

Gráfico 24 ¿Ha tenido insatisfacción al consumir helados en la Parroquia Belisario Quevedo? .....	81
Gráfico 25 ¿Usted consume helado cuando hace calor?.....	81
Gráfico 26 ¿Usted consume helado por sus valores nutritivos que contiene?.....	82
Gráfico 27 ¿Usted consume helado para compartir con su familia?.....	82
Gráfico 28 ¿Usted consume helado para compartir con sus amigos?.....	83
Gráfico 29 ¿Le gustaría consumir un helado al aire libre? .....	83
Gráfico 30 ¿Prefiere consumir un helado en locales comerciales cerrados?.....	84
Gráfico 31 ¿Al comprar un helado es importante para usted la calidad de los ingredientes que componen el helado? .....	84
Gráfico 32 ¿Al comprar un helado es importante la cantidad del producto?.....	85
Gráfico 33 ¿Al comprar un helado es importante el precio del producto? .....	85
Gráfico 34 ¿Le gustaría pagar el consumo en efectivo en la heladería?.....	86
Gráfico 35 ¿Le gustaría pagar el consumo por medios electrónicos en la heladería? .....	86
Gráfico 36 ¿Considera usted importante la reputación e imagen del negocio que vende helados? .....	87
Gráfico 37 ¿Usted está de acuerdo que el local comercial cuente con recursos tecnológicos para atender al cliente? .....	87
Gráfico 38 ¿Los lugares a los que usted acude a consumir helado son de su entera satisfacción?.....	88
Elaborado por: Lady Duque.....	88
Gráfico 39 ¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Facebook? .....	88
Gráfico 40 ¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Instagram? .....	89
Gráfico 41 ¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Tik Tok? .....	89

Gráfico 42 Punto de Equilibrio Cono Simple .....	91
Gráfico 43 Punto de Equilibrio Tulipán Doble.....	92
Gráfico 44 Punto de Equilibrio Banana Triple .....	93

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga, parroquia Belisario Quevedo, porque se ha visto como una oportunidad de negocio el emprender una heladería, debido a que el helado es un producto muy apetecido por niños y grandes, además su consumo es durante todo el año y más en temporadas de calor. La idea es innovar con presentaciones llamativas como formas de animales y acompañar de crema y queso en un local amplio y acogedor, con mobiliario temático que muestra figuras de helados y áreas de juegos.

El primer capítulo, se detalla principalmente la fundamentación teoría sobre emprendimiento y heladería desde el punto de vista de varios autores, para tener una idea clara sobre conceptos que nos orienten al conocimiento previo de la investigación, además se conceptualiza sobre el estudio administrativo, de mercado, técnico, financiero y legal, para con la información obtenida empezar a realizar la propuesta y tener ideas claras de lo que se efectuará en cada estudio.

En el segundo capítulo, se plasma la propuesta, para ver si el presente emprendimiento será o no factible, que se realiza por medio del estudio Administrativo en la cual se establece la misión, visión, metas, objetivos y su estructura orgánica definiendo las funciones del personal, estudio de Mercado por el análisis de la demanda, oferta, precios y comercialización del producto, estudio Técnico para definir la macro y micro ubicación, tamaño de la empresa, proceso productivo, y los requerimientos de maquinaria y tecnología necesarios para poner en marcha en proyecto, estudio Económico estableciendo los precios y costos que incurrirán en el negocio , y el estudio Legal para conocer los requisitos establecidos por la ley y empezar las operaciones con todos los papeles en regla, además se emplea el modelo CANVAS, para conocer los aspectos claves del negocio.

En el tercer capítulo, se realiza la aplicación y validación de la propuesta, por medio de expertos que avalan el tema y certifiquen su validez, además se detallará

las conclusiones y recomendaciones pertinentes al tema realizado y la bibliografía utilizada en la presente investigación.

Los **antecedentes** constan de la línea de investigación que se encuentra enfocada en administración y economía para el desarrollo humano y social, la misma que está dirigida a realizar investigaciones que aborden temas comprendidos con la optimización de los procesos administrativos, contribuyendo a promover la transformación de la matriz productiva, y su sub línea será Emprendimiento, ya que se encuentra orientada a mejorar el espíritu del emprendimiento acompañada de la innovación, para fortalecer el sector micro empresarial y a la vez tomar decisiones estratégicas de la creación o no de la heladería.

Ecuador es un país que tiene políticas y programas basados en los principios del Plan Toda una Vida encaminados a promover emprendimientos innovadores para fortalecer el desarrollo dinámico de la economía nacional contribuyendo a incrementar las fuentes de empleo y riqueza, por lo que el presente proyecto se relaciona con el Eje 2 de la Economía al Servicio de la Sociedad, relacionada con el objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria el cual menciona:

Para alcanzar los objetivos del desarrollo productivo, añadir valor, innovar y ser más competitivo, la ciudadanía señala que se necesita indagación e invención para la producción, cambios tecnológicos, vinculación del sector educativo con los métodos de desarrollo, oportunidad profesional de la oferta académica, conjuntamente con la profesionalización de la comunidad. Dichas operaciones permiten la reactivación de la industria nacional y la asociación con el sector público-privadas (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

El problema identificado en la investigación es la inexistencias de heladerías temáticas en la parroquia Belisario Quevedo, por lo que se ha visto este proyecto como una **oportunidad de negocio**, ya que permite emprender en un oficio propio, el cual puede ser arriesgado y a su vez beneficioso, siendo necesario ser constante y optimista para cumplir los sueños anhelados y vivir grandes experiencias y aprendizajes que ayuden a crecer económicamente y a la vez crear plazas de trabajo.

Según Emprendedores (2016), señala que los helados hoy en día están dejando de ser un producto estacional, ya que son consumidos en todo el año sin importar su clima, sin embargo las heladerías además de brindar su producto estrella ofrecen artículos complementarios para incrementar la rentabilidad anual y tener ingresos todos los meses. Los factores que han influido en el incremento del consumo de helado son los precios bajos, ya que así son productos asequibles para todos en cualquier momento del año, y otro factor es sus propiedades alimenticias: calcio, proteínas y vitamina B2 que contienen.

Ramírez et al. (2012), mencionan que la naturaleza humana, hoy en día, se ve atraída por los alimentos ricos en sabor y sensaciones, es por ello que los postres son un tipo de alimento muy demandado por los consumidores de productos azucarados, siendo uno de estos postres el helado, el cual tiene un sabor agradable al paladar, aportando sensaciones de frescura y bienestar a los clientes.

En tal sentido, se identifica una oportunidad de negocio la creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga, parroquia Belisario Quevedo, ya que los habitantes podrán disfrutar de un helado en varios sabores y formas a su elección, como el cono y tulipán, además para los niños se realizará en presentaciones creativas para que vean una forma divertida de comer un delicioso postre, en un local con mobiliario temático de figuras de helados y áreas de juegos para niños y jóvenes, el mismo que será acogedor y llamativo, en el que puedan distraerse entre amigos o familia, disfrutando momentos agradables que les permita salir de la rutina diaria.

La **oferta de valor programada** pretende aprovechar la oportunidad de distracción de las familias al salir a pasear y satisfacer una de sus necesidades, la cual es refrescarse y degustar de helados acompañados de crema y queso en un lugar placentero.

En la presente investigación se estableció como **objetivo general** desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo, para lo cual se fijaron como **objetivos específicos** el:

- Identificar los componentes teóricos sobre emprendimiento y heladería desde el punto de vista de varios autores.
- Diagnosticar la situación actual del sector de heladerías en la parroquia Belisario Quevedo.
- Analizar los componentes administrativo, de mercado, técnico, financiero y legal, que determinen la factibilidad de la creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo.

Las **tareas** que ayudan al cumplimiento de los objetivos se definen en la siguiente tabla:

*Tabla 1. Tareas en Relación a los objetivos específicos*

<b>Objetivo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado</b>
<b>Objetivo específico 1:</b> Identificar los componentes teóricos sobre emprendimiento y heladería desde el punto de vista de varios autores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de fuentes bibliográficas, físicas y digitales.</li> <li>• Análisis de la información, a través de una lectura comprensiva.</li> <li>• Selección de la información más relevante para el desarrollo del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción del Marco Teórico.</li> </ul>
<b>Objetivo específico 2:</b> Diagnosticar la situación actual del sector de heladerías en la parroquia Belisario Quevedo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de campo.</li> <li>• Análisis FODA.</li> <li>• Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio situacional del sector heladero.</li> </ul>
<b>Objetivo específico 3:</b> Analizar los componentes administrativo, de mercado, técnico, financiero y legal, que determinen la factibilidad de la creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad Latacunga parroquia Belisario Quevedo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los estudios administrativo, de mercado, técnico, financiero y legal.</li> <li>• Validación de la propuesta de valor por expertos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viabilidad del emprendimiento.</li> </ul>

*Elaborado por: Lady Duque*

Las **etapas** que han frecuentado el problema de investigación son las siguientes:

*Tabla 2. Etapas*

<b>Etapa</b>	<b>Descripción</b>
<b>Marco teórico.</b>	Elección y estructuración de temas relevantes para el desarrollo del presente proyecto.
<b>Estudio situacional del sector heladero.</b>	Proponer soluciones a los problemas identificados en la investigación. Determinar las estrategias más idóneas para que el negocio sea exitoso.
<b>Viabilidad del proyecto.</b>	Desarrollar de forma eficiente cada estudio para determinar si el negocio será factible o no.

*Elaborado por: Lady Duque*

En la **justificación** se estableció que es muy importante emprender e innovar para salir del conformismo que vivimos a diario recibiendo un sueldo fijo por la prestación de nuestros servicios a los empresarios, mejor se debe buscar la independización y crear un negocio propio que ofrezca beneficios tanto personal como a la sociedad en el aspecto económico.

Según Schnarcch (2014), es indispensable promover el emprendimiento para obtener la prosperidad, permitiendo a los emprendedores montar nuevos negocios, los cuales permitan crear puestos de trabajo, contribuyendo a elevar el nivel de competitividad de los países. Para ser emprendedor se debe cumplir con ciertos parámetros, siendo el más importante la innovación, ya que el negociante nunca ofrece innovación, simplemente brinda intercambio de bienes y/o servicios por dinero sin aportar un valor agregado.

“El helado es un alimento dulce, realizado principalmente con leche o zumo de frutas, que se consume en cierto nivel de congelación” (Real Academia Española, 2020, párr. 1). El cual es un tipo de postre congelado, que se lo considera como un alimento placentero, agradable al paladar, de textura suave y cremosa, que es consumido por niños, jóvenes y adultos en cualquier momento.

Para que los consumidores califiquen y aprecien cualquier alimento como bueno, el mismo debe ser elaborado con materias primas de calidad que hayan sido adquiridas en el nivel más alto de sus contenidos físicos y químicos y a su vez se

encuentren frescas, para que se vean reflejadas al final con un buen producto (Gerogelato, s. f.).

La presente investigación es importante porque pretende satisfacer una de las necesidades de los clientes, que es el de refrescarse por medio del consumo de productos congelados como en este caso es el helado, por lo que se realizará estrategias que permitan atraer su atención y motivar el deseo de compra. Su propósito es ofrecer a las personas un local con mobiliario temático de figuras de helado y área de juegos las mismas que llamen la atención para atraer más clientela, en el cual puedan elegir el sabor de helado que deseen , ya que se dispondrá de una gran variedad de sabores desde lo más común hasta lo no tradicional, ofreciendo un producto de calidad, dándole el atractivo e innovación de ser acompañado de crema y queso obteniendo un sabor inigualable y su presentación será en forma de animales, diferenciándonos de la competencia para así lograr la lealtad de los clientes.

Para llevar a cabo la idea de esta heladería, es de gran importancia realizar un análisis e investigación de la situación actual del sector heladero y sobre los gustos y preferencias de los consumidores, para conocer si el negocio será exitoso o no, además es indispensable realizar un análisis financiero que nos ayude a determinar la rentabilidad del mismo.

La **metodología** según Cortez y Iglesias (2004), es la rama que nos guía a dirigir determinado proceso de forma eficiente y eficaz logrando obtener los resultados anhelados y establecer la estrategia a realizar en dicho proceso. Por lo tanto, en el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizó los siguientes métodos:

#### **1.2.8.1 Método Deductivo**

Bernal (2010), afirma que este método se fundamenta en tomar conclusiones generales para conseguir esclarecimientos particulares, en el cual se realiza el análisis de los supuestos, teoremas, leyes y principios de aplicación universal y los mismos que deben tener una validación en lo referente a su comprobación, para aplicarlos a futuras soluciones.

Por esta razón, con este método se establece el marco teórico relacionado con el estudio administrativo, técnico, financiero y legal, que permitan determinar la factibilidad o no de implementar la heladería.

### **1.2.8.2 Método Inductivo**

Gómez (2012), menciona que este método parte de temas particulares hacia conocimientos generales.

Por lo tanto, en base a los resultados obtenidos se establecerá conclusiones y recomendaciones que pueden ser utilizados en otras investigaciones.

### **Tipo de Investigación**

#### **a) Investigación Cualitativa**

Cortés y Iglesias (2004), mencionan que en dicha investigación se utilizan encuestas, entrevistas y puntos de vista de los investigadores. Mediante estos instrumentos cualitativos se establecen las preguntas que se dan antes, durante y después de la investigación, el cual es un método muy eficiente que se realiza a través de la interpretación de los hechos.

La presente investigación se desarrolla con un enfoque cualitativo, porque se basa en información recolectada de la encuesta aplicada a los posibles clientes de la heladería, en los cuales se identificará sus gustos, preferencias y necesidades por el consumo de helados con crema y queso. También, se toma en cuenta la rentabilidad del proyecto por medio de un cálculo de inversión, prevaleciendo los resultados económicos obtenidos a través del proceso financiero.

### **Enfoque y Alcance**

#### **1.2.8.3 Investigación Descriptiva**

Bernal (2010), menciona que se describen hechos, situaciones, o características de un objeto de estudio, o a su vez se pueden diseñar productos, prototipos o guías, la cual se soporta especialmente en métodos como la encuesta, entrevista, observación y la revisión documental, obteniendo los aspectos más relevantes.

Por lo cual en la investigación se realizará una encuesta a 353 personas, para obtener información relevante sobre el consumo de helados.

#### 1.2.8.4 Investigación Aplicada

Vargas (2009), expresa que se identifica por la manera en que se investiga la situación social que se pretende analizar, en la cual se utiliza los hallazgos encontrados, para establecer estrategias que mejoren ciertas falencias analizadas, permitiendo desarrollar la creatividad y por ende la innovación, su propósito es hacer uso del conocimiento existente del investigador.

Es así que a través del FODA cruzado se ha establecido estrategias que ayuden al desarrollo y posicionamiento en el mercado.

#### Población y Muestra

##### a) Población

Según López (2004), es el conjunto de personas u objetos de los que se pretende analizar en la investigación.

La población se determinó del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) correspondiente al último censo poblacional realizado en el año 2010, dando un total de 3.588 personas como se muestra en la tabla 4, sin embargo en la investigación se utilizó la tasa de crecimiento del año 2021 del 1.56%, dando un total de 4254 personas, resultando una muestra de 353, como se visualiza en el gráfico 1.

*Tabla 3. Mercado Potencial*

Mercado Potencial	Parroquia	Población	
		Hombres	Mujeres
	Belisario Quevedo	2.991	3.368
<b>TOTAL:</b>		<b>6.359</b>	

*Fuente: INEC Censo Poblacional 2010 Población por Sexo y Parroquia de empadronamiento.*

**Tabla 4. Mercado Meta**

Mercado Meta	Parroquia	5 a 9 años	10 a 14 años	15 a 19 años	20 a 24 años	25 a 29 años	30 a 34 años
	Belisario Quevedo		734	698	633	581	488
<b>TOTAL</b>		<b>3.588</b>					

Fuente: INEC Censo Poblacional 2010 Población por Grupo de Edad.

**b) Muestra**

Según López (2004), la muestra es una parte de la población a investigar, en el cual se utilizará el método aleatorio simple pudiendo elegir a cualquier individuo de la población (Gómez, 2012), nuestros potenciales clientes son la población de 5 a 34 años de edad. La muestra se realizó con una calculadora de muestras como se presenta a continuación:

Tamaño de Población:  
4254

**Margen: 5%**  
**Nivel de confianza: 95%**  
**Poblacion: 4254**

**Tamaño de muestra: 353**

**Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales**

n=  $\frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{(z^2(p \cdot q))}{N}}$

n= Tamaño de la muestra  
Z= Nivel de confianza deseado  
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)  
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)  
e= Nivel de error dispuesto a cometer  
N= Tamaño de la población

**Gráfico 1 Muestra**  
Fuente: Corporacionaem

**Técnicas y herramientas de recolección de datos**

Las técnicas que se utilizarán son:

**a) Encuesta**

La encuesta es una de las técnicas más utilizadas para obtener datos importantes de los posibles clientes. Se realiza un cuestionario con preguntas claves con la finalidad de conseguir información de las personas y ver la aceptación del producto que se ofrecerá (Bernal, 2010).

## **Herramienta de medición de datos**

### **a) Cuestionarios**

Es una técnica de observación que permite al investigador analizar aspectos esenciales para el diseño del cuestionario, siendo necesario tener un conocimiento previo del fenómeno a averiguar, para luego proceder a determinar el tipo de preguntas que se plasmarán. Por lo tanto, las preguntas tienen que estar redactadas de forma sencilla y clara y en un orden específico, ya que de ahí se determinará los gustos y preferencias de los posibles clientes. Las preguntas pueden ser:

- a) Dato objetivo: edad, género.
- b) Cerradas: se contestan con sí o no.
- c) Abiertas: se responde a juicio del interrogado.
- d) En abanico: muestran una serie de posibilidades para contestar y se eligen a conveniencia del entrevistado.

Es fundamental que el cuestionario se aplique en primer lugar a un diminuto conjunto de personas antes de aplicarse a la de la muestra, a fin de identificar errores que se hayan presentado, como preguntas inútiles, reiteradas o redactadas de manera errónea (Gómez, 2012).

El cuestionario está compuesto por preguntas: dato objetivo, cerradas y en escala de Likert, los cuales nos brindará información relevante y a la vez se pretende incentivar a los encuestados a ser parte de la demanda potencial de la propuesta.

Se realizó una encuesta piloto a 15 personas, con el objetivo principal de conocer falencias que existan en las preguntas realizadas y la opinión de los futuros clientes potenciales sobre las perspectivas de que exista en el mercado una heladería, en el cuál se determinó que el 100% de las personas encuestadas están de acuerdo en consumir helados acompañados de crema y queso.

La validación de la encuesta se realizó a través del método Alfa de Cronbach para estimar la fiabilidad del mismo utilizando el programa SPSS, obteniendo un resultado del 0.825 siendo bueno, luego se procedió a encuestar a 353 personas de forma aleatoria.

# **CAPÍTULO I.**

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.1. Antecedentes**

A nivel mundial el consumo de helados es muy significativo, más en épocas de verano por su calor ya que así las personas pueden refrescarse y degustar de un postre muy apetecido por chicos y grandes (La Vanguardia, 2014).

Liendo y Martínez (2017), mencionan que la producción del helado se encuentra en un periodo expansivo donde hay empresas internacionales, nacionales y locales, las mismas que se han visto en la necesidad de variar su producción y utilizar estrategias que permitan añadir cada vez más valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización e incrementar los servicios que brindan a sus consumidores.

El tema planteado no es nuevo en el mercado, pues existen varios estudios en diferentes ramas y actividades que demuestran su factibilidad y viabilidad, para lo cual se tomó en consideración las siguientes tesis como referencia:

Según Burga y Mendoza (2021), con su tema Revalorización de las plantas medicinales y frutos silvestres mediante la implementación de una heladería temática de productos con base en plantas medicinales y frutos silvestres en Otavalo, Imbabura, Ecuador, que contribuya al desarrollo turístico. La metodología utilizada es la cuantitativa y cualitativa ya que se analizan aspectos como preferencias, precios y hábitos. Concluyendo que la mayor parte de la muestra obtenida de la población objetivo ha expuesto su agrado por el helado, adicionalmente los conocedores del producto, que es el ice roll, han mostrado total disposición por asistir a una heladería del tipo que se plantea en el proyecto y por

medio del estudio técnico se pudo identificar la ubicación de la Heladería Temática Nature que es en la provincia de Imbabura, ciudad Otavalo, parroquia El Jordán, en las calles Modesto Jaramillo y Salinas, debido al movimiento económico que existe en la zona por el comercio, también en la heladería se contará con el personal administrativo, de producción y servicio al cliente, que son los responsables de cada área cumpliendo con el manual de funciones respectivo para ofrecer un servicio y productos de calidad.

Según Zurita (2019), con su tema Desarrollar y evaluar la factibilidad financiera y técnica de un plan de negocios para la elaboración y comercialización de helados a base de una fusión de plantas aromáticas acompañado de trozos de jengibre en presentaciones de conos de cereales en el centro norte de Quito. Se realizó una investigación de mercados que tuvo como objetivos determinar las preferencias de consumo del cliente potencial y predecir su comportamiento de compra. Concluyendo que a través del canal de distribución directo que emplea Herbal Cream se podrá tener un control en toda la cadena de valor asegurándose una atención y servicio de primera, creando un vínculo con los clientes y estando en un contacto frecuente con ellos mediante las redes sociales de la empresa. La empresa funciona en base a tres áreas fundamentales: administración, ventas y producción y está diseñada de manera funcional para que cada área de la empresa se especialice en cumplir con su labor y así cada colaborador aporte en el éxito del negocio.

Según Chiriboga (2021), con su tema Determinar la factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de frutas deshidratadas “DISFRUTBALANCE” impulsando la producción local, ofreciendo una alternativa de alimentación saludable y nutritiva para los habitantes de la ciudad La Maná, provincia Cotopaxi, periodo 2020. El método empleado es el razonamiento lógico inductivo que parte de lo particular para llegar a una conclusión general en este caso lo particular son los estudios (de mercado, técnico y económico) a partir de estos se plantea una conclusión general de factibilidad, las técnicas necesarias son observación directa y encuestas, empleando como instrumento el cuestionario de preguntas. Concluyendo que el estudio técnico permitió definir que existe factibilidad operativa puesto que es viable la adquisición de la maquinaria y tecnología necesaria para llevar a cabo el proceso productivo, existe mano de obra

local de calidad y la localización de la empresa es óptima respecto a la adquisición de materia prima y la distribución de productos hacia los consumidores logrando optimizar costos y maximizar la rentabilidad y el estudio económico permitió determinar la inversión inicial y el financiamiento necesario, la proyección de estados financieros reflejó una utilidad aproximada de \$750,89 mensuales luego de costos y gastos operativos, el cálculo del TIR y VAN respaldan la viabilidad financiera con una tasa interna de retorno del 26% mayor a la tasa de descuento del proyecto y el resultado positivo de los demás indicadores financieros aplicados sin duda garantizan éxito en la creación de la empresa “DISFRUTBALANCE”.

Las tesis mencionadas sirvieron de guía para la realización del proyecto, principalmente en el marco teórico, ya que aportaron información relevante al utilizar lo más significativo de cada una de ellas, aportando académicamente la investigación y a la vez permiten sustentar la conceptualización de la propuesta para el presente proyecto.

Dentro del mercado Ecuatoriano, los helados tienen un alto nivel de consumo, por su sabor, y tradición, factores determinantes de consumo para la sociedad, además los clientes se han vuelto cada vez más exigentes, ya no buscan solo un buen helado, sino además un trato cordial, un espacio agradable, un ingrediente extra, por eso se busca diferenciarse a través de una identidad propia para captar clientes a través de una propuesta diferente.

## **1.2 Fundamentación Epistemológica**

### **1.2.1 Emprendimiento**

Según Schnarch (2014), menciona que el emprendimiento últimamente es un término muy utilizado en todo el mundo, ya que ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, porque gracias a la innovación, aprovechamiento de oportunidades, generación de valor y la creación de fuentes de trabajo ayuda a superar los constantes y crecientes problemas económicos que se ven diariamente en la sociedad.

Con el incremento de un mercado cada vez más competitivo, aparecen los individuos que están dispuestos a aceptar riesgos económicos, viendo una

posibilidad de crecimiento el construir un negocio de idea propia, teniendo en cuenta que debe ser flexible, dinámico y creativo, organizando los recursos necesarios para ponerla en marcha.

### **1.2.1.1. Características de un Emprendedor**

Para Schnarch (2014), un emprendedor debe poseer varias características:

**Pasión.-** Los emprendedores se dedican a su actividad con cuerpo y alma para alcanzar los objetivos planteados, este es esencial porque orienta conductas y hace permanecer al sacrificio que la empresa necesita.

**Visión.-** Es necesario tener un plan y la visualización de los objetivos finales para lograr el éxito, se inicia precisando los pasos estratégicos que permitirán conseguir los resultados.

**Capacidad de aprendizaje.-** Los emprendedores exitosos buscan aprender de todos en cada momento, por lo que están dispuestos a escuchar y recibir consejos para no dejar pasar las oportunidades importantes.

**Buscar lograr resultados.** Deben ser personas con experiencia, que tomen decisiones acertadas para alcanzar los objetivos en un plazo establecido.

**Determinación y coraje.** Es necesario admitir los inconvenientes que se pueden presentar y tomar medidas acertadas para solucionarlos eficientemente, por lo que el emprendedor debe anticiparse a los conflictos, y estar en la capacidad de corregirlos en el momento preciso.

**Creatividad e innovación.** La creatividad son las ideas que tiene el emprendedor, las cuales son generadas, perfeccionadas y convertidas en valor agregado. No solo se debe inventar lo que ya está inventado, sino se pretende obtener nuevas posibilidades de realizar las cosas y diferenciarse de lo ya existente.

**Persistencia.** El que persiste alcanza, no se debe intentar una sola vez y darse por vencido, más bien se debe corregirlo de manera creativa y organizada hasta obtener los resultados deseados.

**Sentido de oportunidad.** El emprendedor identifica las necesidades e inconvenientes que tienen las personas que lo rodean, buscando soluciones o alternativas para satisfacer a las mismas.

**Trabajo en equipo.** El liderazgo del emprendedor busca unir ideas y conseguir consensos frente a los inconvenientes que se le muestran realizando que el personal involucrado en el emprendimiento trabaje en conformidad.

**Autoestima.** El emprendedor debe tener seguridad en sí mismo y confiar en sus destrezas y capacidades, pensando siempre positivo para alcanzar el triunfo.

**Asertividad.** Se debe expresar directamente lo que se piensa o desea, sin ofender a los demás, para así obtener los objetivos planteados.

**Organización.** Crear un cronograma de actividades, con la finalidad de recibir ajustes diarios.



Gráfico 2 Características del emprendedor  
Fuente: Sitemap

Un buen emprendedor debe tener diversas características que le permitan surgir en el negocio y permanecer en el mercado por varios años. Para ello es necesario innovar a diario y ver las necesidades que van surgiendo en el camino.

### 1.2.1.2. Emprendimientos de Heladerías

Existen diversas oportunidades de emprendimiento en el sector heladero en las cuales se puede destacar:

**Venta de materias primas de calidad necesarias para la elaboración de los helados como toppings y frutos secos:** Ante la necesidad del mercado en realizar productos de calidad sería relevante como negocio una empresa que realice la distribución de las materias primas necesarias para la elaboración de un helado

artesano de calidad, permitiendo ahorrar tiempo a las heladerías a la hora de comprar todo lo necesario a un mismo proveedor.

**Venta de helado artesanal en los supermercados:** actualmente un gran porcentaje de los consumidores de helado lo adquieren en supermercados. Los estudios realizados demuestran que la mayoría de este helado no es de calidad empleando materias primas de baja calidad para su elaboración, por lo que sería una apuesta ganadora el establecer como punto de venta principal helado artesanal.

**Venta online de helado artesanal:** Hoy en día los clientes prefieren comprar helados a través del comercio electrónico. Además este punto de venta actualmente se encuentra prácticamente sin explotar y sería un acierto la venta directa a través de internet, dándoles la oportunidad de disfrutar de su producto desde la comodidad de su casa, sin tener que desplazarse hasta el local.

**Venta de artículos de packaging para los helados.** Una interesante posibilidad es la elaboración del packaging para preservar los helados, por lo que resultaría novedoso la introducción de presentaciones vistosas y atractivas, que mejoren la preservación del helado así como elementos biodegradables (Egido, 2016).

Como puede verse existen diversas oportunidades de negocio en el sector heladero, pero se ha decidido que el emprendimiento se enfocará en la venta de helado artesanal acompañado de crema y queso en presentaciones atractivas, tanto en el propio local como entregas a domicilio, dándole un plus en contar con un local de mobiliario temático de helados que llamen la atención de los futuros clientes.

### **1.2.2 Heladería**

Es un establecimiento o lugar donde se venden y se sirven helados, el cual consta de una vitrina refrigerada con distintos sabores de helados, el mismo que puede ser al aire libre o en un local cerrado, al que pueden acceder de forma sencilla cualquier persona (EcuRed, s. f).

#### **1.2.2.1 Temática**

Según Definición ABC (2011), menciona que son programas, figuras, cosas que se identifican en algo específico y al mismo tiempo son diferenciados de otros y muy llamativos.

En la heladería se utilizará la temática en el mobiliario, utensilios y decoración, con el tema de helados.

### **1.2.2.2 Helado**

Producto alimenticio, higienizado, edulcorado, obtenido a partir de una emulsión de grasas y proteínas, con adición de otros ingredientes y aditivos permitidos en los códigos normativos vigentes, o sin ellos, o bien a partir de una mezcla de agua, azúcares y otros ingredientes y aditivos permitidos en los códigos normativos vigentes, sometidos a congelamiento con batido o sin él, en condiciones que garanticen la conservación del producto en estado congelado o parcialmente congelado durante su almacenamiento y transporte (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2013, p. 1).

### **1.2.2.3 Tipos de Helados**

A continuación se detallan 3 tipos de helados más comunes que se realizan en el mercado:

**Helados Industriales:** son helados elaborados en plantas industriales en la que utilizan colorantes artificiales para su preparación y contienen una gran cantidad de aire, por su producción masiva, es uno de los más económicos.

**Helados Artesanales:** Se elaboran en pequeñas fábricas con procedimientos manuales, utilizando productos frescos como frutas naturales, más no saborizantes artificiales, colorantes, ni conservantes, además su precio es mayor debido a que se emplean más productos para su elaboración y es de mejor calidad.

**Helado Soft:** Es un helado que se fabrica de una mezcla base, que se coloca en una máquina congeladora. Al momento de servirlo, se acciona un grifo de la máquina extrayendo el helado al instante obteniendo como resultado un helado liviano y de textura suave, además contiene una gran cantidad de aire (EcuRed, s. f.).

Los helados artesanales serán los utilizados en el presente proyecto, debido a que son realizados con fruta, mas no con colorantes, logrando brindar a la población productos de calidad que permitan tener su lealtad.

### **1.2.3 Estudio de Factibilidad**

Es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema a resolver, en el cual se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones. El grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, económicos, financieros, de mercado, y otros que se requieran (Eumed.net, 2008).

### **1.2.4 Estudio Administrativo**

#### **1.2.4.1 Definición**

Un Estudio Administrativo facilita las herramientas necesarias para dirigir adecuadamente una empresa que se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. Las empresas que inician operaciones deben iniciar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica (Estudiosymás, s. f.).

#### **1.2.4.2 Ventajas**

Al realizar un estudio administrativo las organizaciones tienen las siguientes ventajas:

- Detallar instrucciones generales a seguir para una adecuada administración.
- Permitir que todos los integrantes de la organización trabajen para alcanzar los mismos objetivos, metas y siguiendo una sola planificación estratégica.
- Obtener información clara y precisa de la empresa (Estudiosymás, s. f.).

Las organizaciones y los proyectos para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener claro hacia dónde van, es decir haber definido su direccionamiento estratégico.

#### **1.2.4.3 Componentes**

Según Bóveda et al. (2015), mencionan que los componentes pueden ser:

**Visión:** Es lo que la empresa quiere conseguir, fundar o alcanzar, en la cual proyecta la imagen futura. La visión se ejecuta manifestando una imagen ideal del plan y poniéndola por escrito, con el fin de especificar claramente el negocio, que permita orientar a su equipo.

**Misión:** es la razón de ser de la empresa, en el que se puntualiza las funciones elementales que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para alcanzar tal misión. En la misión se especifica: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofrecer.

**Valores:** Son las creencias y principios éticos que poseen las empresas, las cuales estipulan la manera de comportarse ante situaciones y relaciones tanto empresariales como sociales.

#### **1.2.4.4 Estructura Orgánica**

La estructura orgánica y funcional es una herramienta de gestión que ayuda a definir las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización, las mismas que apoyan al cumplimiento del plan estratégico, facilitando la coordinación institucional. Su objetivo es dotar a las empresas de un instrumento administrativo que determine la forma de organización de la institución para el cumplimiento de su misión, visión y objetivos, además se detalla las principales funciones de las unidades, el cual está conformado por los siguientes elementos:

- Organigrama estructural.
- Descripción de las misiones de las unidades administrativas y de coordinación.
- Manual de funciones (Alfredo Paredes & Asociados Cia.Ltda, 2018).

#### **1.2.5 Estudio de Mercado**

##### **1.2.5.1 Definición**

Bóveda et al. (2015), indican que el mercado está conformado por un grupo de consumidores que pueden ser niños, jóvenes, adultos, ancianos o empresas con determinadas características, los cuales pretenden adquirir productos o servicios para satisfacer una necesidad. Su propósito es definir la posibilidad de intervención de un producto o servicio en el mercado actual, buscando detallar el tamaño total

del mercado, estimar la cantidad del bien o servicio que se comercializará, especificar el segmento de mercado al cual se orientará la empresa, identificar la competencia tanto directa como indirecta y definir a los principales proveedores. Se deberá establecer las diferentes opciones para la obtención de información, siendo las herramientas más utilizadas la observación, encuestas, focus groups y entrevistas.

El análisis de mercado permite tener claridad sobre los futuros clientes y el costo promedio al que están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el análisis de mercado indica si las propiedades y especificaciones del bien o servicio corresponden a las que requiere el comprador.

#### **1.2.5.2 Objetivos**

Los objetivos del estudio de mercado según Baca (2001), son los siguientes:

- Confirmar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la probabilidad de ofrecer un mejor servicio que el que ofrece la competencia.
- Establecer la cantidad de bienes o servicios procedentes de una nueva unidad de elaboración que la colectividad estaría dispuesta a obtener a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se utilizarán para hacer llegar los bienes y servicios a los consumidores.
- Ofrecer una iniciativa al inversionista del peligro que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

#### **1.2.5.3 Demanda**

Son los bienes o servicios que requieren los clientes para satisfacer sus necesidades, por los cuales deben pagar un determinado valor (Baca, 2001).

#### **1.2.5.4 Análisis de la Demanda**

Baca (2001), señala que se determina cuáles son las fuerzas que afectan las exigencias del mercado con relación a un bien o servicio. En la demanda intervienen los siguientes factores: la necesidad actual del bien o servicio, su precio y el nivel de ingreso de la población. Para lograr tener la información esencial debemos

recurrir a numerosas fuentes, que sean conseguidas de manera directa del consumidor, una de las técnicas que nos puede servir para ello, es la encuesta ya que nos posibilita formular preguntas directas para obtener la información que requerimos.

#### **1.2.5.5 Oferta**

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores sacan al mercado a un determinado precio (Baca, 2001)

#### **1.2.5.6 Análisis de la Oferta**

Baca (2001), menciona que para analizar la oferta es indispensable conocer factores tanto cuantitativos y cualitativos, los cuales se obtienen a través de fuentes primarias y secundarias por medio de encuestas y entrevistas. Los datos más importantes para dicho análisis son el número de trabajadores, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los bienes, planes de expansión e inversión necesaria.

Para lograr información importante en el análisis de la oferta, lo común es hacer uso de la técnica de la observación, acudiendo a los locales de la competencia o comprando ciertos de sus productos para poder analizarlos, donde se identifica y se estudia a los competidores contribuyendo al conocimiento del mercado y al desarrollo de estrategias que mejoren la competitividad.

#### **1.2.5.7 Precio**

Moreno (2016) , dice que el precio es determinado como la contraprestación que se da a cambio de la obtención de un bien o servicio, este es definido por el mercado ya que refleja la porción que los demandantes estarían dispuestos a costear, el cual se establece en base a los costos más un margen de ganancia.

#### **1.2.5.8 Estrategia del Precio**

Bóveda et al. (2015), mencionan que son los procedimientos que las organizaciones utilizan para establecer precios a sus productos y servicios, en la cual usan algunas tácticas de costos, como el costo de penetración, de recuperación, de descuentos, el periodo de vida del producto y el competitivo. Cada una de las

organizaciones, grandes o pequeñas, basan el precio de sus productos y/o servicios en los precios de producción, después añaden las variables comerciales y el margen esperado. Hay diversos tipos de costos: costo de lista, mayorista, minorista, contado, financiado, de temporada, de liquidación, de lanzamiento, entre otras, para las cuales se debería asignar las distintas maneras de pagos a llevar a cabo. Las variables usadas para fijar costos son descuentos, comisión, impuestos y margen esperado.

### **1.2.5.9 Comercialización**

Es aquella actividad que se realiza para entregar ya sea un bien o servicio al consumidor en un lugar y tiempo establecido (Baca, 2001).

### **1.2.5.10 Análisis de la Comercialización**

Bóveda et al. (2015), indican que una vez definido el volumen de la demanda que podrá tener el bien o servicio, precisadas las características de los clientes y de la competencia a la que habrá de enfrentar, se procede a definir la estrategia de comercialización. En este punto, se utilizan las herramientas y técnicas del marketing para interpretar e influir en el mercado.

“Las herramientas estratégicas del marketing son: el producto, el precio, la comunicación y la plaza, que incluyen los canales de distribución” (Hamilton y Pezo, 2005, p. 60)

## **1.2.6 Estudio Técnico**

### **1.2.6.1 Concepto**

Moreno (2016), afirma que el estudio técnico se trata de aquella parte del análisis de factibilidad que contempla solucionar preguntas sobre la cantidad, sitio, recursos, procedimientos, tecnología y condiciones óptimas en que debería efectuarse el proceso; de manera puntual, la información que se prevé obtener mediante este estudio es: el tamaño, ubicación e ingeniería del plan.

### **1.2.6.2 Objetivos**

Los objetivos del estudio técnico según Baca (2001), son los siguientes:

- Comprobar la probabilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende realizar.
- Examinar y decidir el tamaño, la ubicación, los equipos, las instalaciones y la organización óptima solicitada para hacer la producción.

En resumen, se intenta corregir los asuntos referentes a dónde, cuándo, cómo y con qué crear lo que se desea, por lo que el aspecto técnico de un proyecto alcanza todo aquello que tenga dependencia con el manejo y la operatividad del propio plan.

### 1.2.6.3 Componentes

Consta de 4 componentes según Baca (2001), que se detallan a continuación:

**Determinación del tamaño óptimo de la planta:** Tiene relación con la capacidad instalada del plan, y se expresa en unidades de producción por año, además hay otros indicadores indirectos, como el costo de la inversión, el costo de ocupación efectiva de mano de obra o cualquier otro de sus efectos sobre la economía.

**Localización óptima del proyecto:** La ubicación óptima de un plan es la que ayuda a que se dé la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o sobre el costo mínimo unitario, con el propósito de llegar a establecer el lugar donde se situará la planta.

**Ingeniería del proyecto:** Su objetivo es solucionar todo lo referente a la instalación y el desempeño de la planta, a partir de la especificación del proceso, compra del equipo y la maquinaria, se establece el reparto óptimo de la planta, hasta conceptualizar la composición jurídica y de organización que tendrá la planta.

**Organización humana y jurídica:** Se procede a realizar la constitución de la organización y se establece un organigrama de jerarquización, para definir cómo quedarán los puestos en la compañía.

## 1.2.7 Estudio Económico

### 1.2.7.1 Concepto

El análisis económico pretende establecer cuál es el costo de los recursos económicos necesarios para la ejecución del plan, cuál va a ser el precio total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que van a servir

como base para la parte final y definitiva del plan, que es la evaluación económica. (Baca, 2001, p. 160)

El análisis económico es fundamental pues establece los precios y costos que incurrirán en el plan, y sirve para saber si se cuenta con los recursos necesarios para tomar decisiones de financiación y además se distribuye los precios entre las diversas fases del proceso y estimar una viable pérdida o ganancia por medio de la proyección de estados financieros.

### **1.2.7.2 Objetivos**

El estudio económico financiero debe informar sobre las siguientes cuestiones según (Edufiemp, s.f.):

- Dinero necesario para poner en marcha el negocio y a su vez para los gastos que incurrirán en el transcurso de su funcionamiento.
- Sondeo y obtención de capital, el cual se puede realizar en diferentes financieras para llevar a cabo el negocio.
- Establecer la estructura financiera del negocio, determinando qué parte del capital son fondos propios y qué parte corresponderá a terceros.
- Rentabilidad del negocio, a través de las utilidades repartidas y acumulación de reservas.

### **1.2.7.3 Costos**

Es el valor económico de los recursos que se entregan a cambio de bienes o servicios (García, 2008).

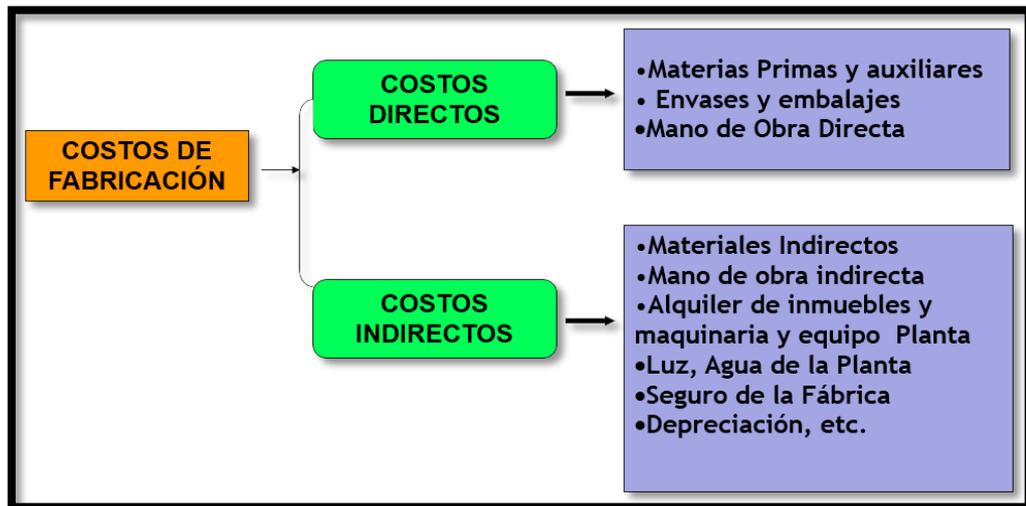


Gráfico 3 *Costos de Producción*  
Fuente: Wikilibros

#### 1.2.7.4 Costos Directos

Los costos directos son aquellos que se identifican con los productos terminados (García, 2008).

Se trata de un tipo de gasto que tiene una relación directa a la realización y producción de los productos o servicios que ofrece una empresa y afectan de manera directa e inmediata a la definición del precio de un producto o servicio.

#### 1.2.7.5 Costos Indirectos

Los costos indirectos son aquellos que no se pueden identificar completamente con los productos terminados (García, 2008).

Dichos costos provienen de actividades que no están implicadas directamente en la cadena de producción o fabricación.

#### 1.2.7.6 Costos de Producción

Los costos de producción o de operación son aquellos gastos indispensables para que el proyecto funcione, además la diferencia entre el ingreso y el costo de producción nos da a conocer el beneficio bruto (Zugarramurdi y Parín, 1998).

Según García (2008), son tres los elementos esenciales que integran el costo de producción:

**1.- Materia prima.-** son aquellos materiales que dan lugar a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico, antes de que salgan a su venta los cuales son denominados productos terminados, se divide en:

a) Directa.- son aquellos materiales que necesitan transformación y son identificados con los productos terminados.

b) Indirecta.- son los materiales que se transforman, pero no se pueden identificar con los productos terminados.

**2.- Mano de obra.-** es el esfuerzo humano que interviene para convertir las materias primas en productos terminados, los cuales se dividen en:

a) Directa.- son los sueldos y salarios y demás obligaciones de los trabajadores que se encuentran relacionados directamente con los productos terminados.

b) Indirecta.- son los sueldos y salarios y demás obligaciones de los trabajadores, pero no se relacionan con los productos terminados.

**3.- Cargos indirectos (CI).-** denominados también costos indirectos o gastos indirectos de fabricación, los cuales se utilizan en la transformación de los productos pero no se identifican en la fabricación de los mismos.

## **1.2.8 Estudio Legal**

### **1.2.8.1 Definición**

En el estudio legal se realiza el estudio de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que estén relacionadas con el negocio para luego proceder con el funcionamiento de la empresa (Hamilton y Pezo, 2005).

### **1.2.8.2 Objetivos**

Según Hamilton y Pezo (2005), los objetivos son:

- Establecer la viabilidad legal respectiva del proyecto.
- Detallar la forma jurídica del negocio.
- Crear y formalizar el negocio.

### **1.2.8.3 Trámites Legales de una empresa**

Todo negocio debe cumplir con lo que dispone la ley en todos sus ámbitos ya sean legales o tributarios para evitar sanciones o clausuras que suspendan las

operaciones normales y creen una deshonra en la imagen del negocio ante el cliente, siendo necesario los siguientes requisitos para su funcionamiento:

- Inscripción en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y realizar la afiliación del personal en caso de contar con el mismo.
- Afiliación a los colegios profesionales, sectores artesanales o cámaras, según la actividad del negocio
- Obtención del RUC
- Declaración del Impuesto a la Renta anualmente, realizado en las páginas del SRI.
- Declaración del IVA, el cual puede ser mensual o semestral.
- Llevar la contabilidad si fuera el caso ya sea por su monto de capital, ingresos o gastos.
- Permiso de apertura del local, si es preciso.

#### **1.2.8.4 Constitución Legal para poner en marcha un negocio**

Este negocio se lo constituirá como empresa unipersonal, por lo que son necesario los siguientes requisitos;

- Inscripción con el nombre del dueño o a nombre de la actividad empresarial
- Ser mayor de edad y tener libre disposición de los bienes
- Ser propietario único de la empresa, aportando todo el capital y el trabajo necesario para el progreso de su actividad
- Administrar personalmente y bajo su responsabilidad
- Responsabilidad ilimitada por parte del empresario incluyendo su patrimonio
- Obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de carácter voluntario y con el Servicio de Rentas Internas (El Contador Profesional, s.f.).

### **1.2.8.5 Requisitos para el Registro Único del Contribuyente (RUC)**

La obtención del RUC permite desarrollar formalmente una actividad económica y establece las obligaciones a las que el contribuyente está obligado, siendo necesario los siguientes requisitos para obtener el mismo.

- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Documento para registrar el domicilio del negocio del contribuyente (Servicio de Rentas Internas, s.f.).

### **1.2.8.6 Requisitos para la Patente Municipal**

El registro de la patente permite tener derechos de propiedad intelectual de los productos y procesos que se realicen en el negocio a poner en marcha, para lo cual son indispensables los siguientes requisitos para su obtención.

- Copia del RUC
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Formulario de declaración
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta del año inmediato anterior para las personas naturales obligadas a llevar Contabilidad (Municipio de Latacunga, 2007).

### **1.2.8.7 Requisitos para el permiso de funcionamiento del Cuerpo Bomberos**

Mediante la obtención del permiso del Cuerpo de Bomberos, se podrá evitar algún accidente o incendio que pueda presentarse, ya que se realiza una inspección del local, en el que básicamente se inspeccionan las instalaciones de la empresa, siendo necesario los siguientes requisitos para obtener el mismo.

- Copia del RUC (Registro único de contribuyentes) o RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano)
- Copia de la cédula y papeleta de votación (dueño o representante legal)
- Copia del Impuesto Predial al día
- Copia de la contribución realizada a los Bomberos

- Informe de inspección (Cuerpo de bomberos de Latacunga, s.f.).

### **1.3 Fundamentación del estado del arte**

Algunos autores en el avance de sus teorías mencionan al emprendedor como un elemento significativo en su fundamento teórico. Hissich y Peters (2002), aluden que las ganancias personales del emprendedor constituyen el capital; de igual forma, Schumpeter, en 1934, testifica que el emprendedor es un renovador y desarrollador de nuevos métodos; McClelland, en 1961, plantea que el emprendedor asume riesgos moderadamente; Drucker, en 1964, menciona que el emprendedor maximiza las oportunidades; en 1975, Shapero certifica en sus teorías que el emprendedor toma la iniciativa y establece ciertos mecanismos sociales y económicos, aceptando el riesgo de ganar o perder (González y Gálvez, 2008).

Como se puede apreciar a lo largo del tiempo se ha ido definiendo varias conceptualizaciones del emprendimiento el mismo que hoy en día es muy importante ya que así podemos emprender en la innovación de un negocio o producto obteniendo beneficios económicos.

Dentro de la tradición alimentaria humana se halla una gran variedad de sabores que han aumentado con el paso del tiempo. Hallamos alimentos salados y dulces, los cuales son denominados postres, siendo el helado uno de los más significativos a nivel mundial, esto es dado por su alto consumo. Sus comienzos se dan antes del siglo 13 d.C., por Marco Polo quien introdujo a Europa fórmulas para la elaboración de helados a base de agua. La receta manejada era a base de nieve recogida en los Alpes europeos y mezclada con pedazos de fruta y azúcar. Al ser este postre un producto dificultoso de conservar en su estado físico lo convertía en un producto muy caro, por lo que sólo era ofrecido a la nobleza y reyes existentes.

Al pasar el tiempo, la receta se ha ido transformado; sustituyendo el agua por leche y la miel por azúcar, además con la revolución industrial existe máquinas aptas de producir frío y convertir el agua contenida en la leche en hielo, así como de conservar el estado físico del producto; sin embargo se puede distinguir el sorbete (postre congelado a base de agua) y helado (postre congelado a base de

leche); por lo que hoy en día el precio del producto es al alcance de la mayor parte de la población mundial.

En la actualidad, el helado es denominado como una mezcla parcialmente congelada, que contiene esencialmente agua, crema y azúcar, siendo catalogado como un alimento complicado ya que su matriz se compone de proteínas, grasa, azúcar, aire, minerales y agua.

Los consumidores de este agradable postre no se dejan llevar solo por la cantidad, sino por la calidad del mismo. Un helado de óptima calidad es aquel que muestra una textura blanda y cremosa, lo cual es obtenido a partir del contenido de grasa y del volumen de cristal de hielo formado durante el proceso (Ramírez et al., 2012).

En la actualidad los postres como el helado, forman parte del alimento altamente demandado por los consumidores por tener un sabor agradable al paladar, es por ello que se ha visto la idea de implementar la heladería, para satisfacer a los clientes.

#### **1.4 Conclusiones Capítulo I**

- A través de la fundamentación epistemológica hemos determinado las bases teóricas para establecer los pasos y requerimientos necesarios dentro de la investigación, teniendo información relevante de los aspectos a realizar en el siguiente capítulo, es decir con la indagación obtenida, se procederá a desarrollar todo lo práctico del presente proyecto.
- Actualmente existe una gran diversidad de helados tradicionales que se encuentran ya posicionados en el mercado y más consumidos por los clientes, ya sea por su calidad, textura, forma y precios, por lo que la competencia ha visto la necesidad de innovar en nuevas técnicas para su elaboración y presentación, para tener una gran aceptación por los consumidores.
- La innovación resulta bastante atractiva en todo instante, ya que es el valor agregado que se ofrecerá a la población, además es importante utilizar nuevos procedimientos de marketing que permitan difundir la información a mayor cantidad de nuestros futuros clientes, permitiéndonos tener más posibilidades de permanencia en el mercado.

## **CAPÍTULO II. PROPUESTA**

### **2.1 Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto de desarrollo presenta una idea innovadora, ofreciendo un valor añadido en la venta de helados. El local contará con mobiliario temático y áreas de diversión pensadas en figuras de helado. Además, el producto tendrá formas creativas como representaciones de animales y flores, en una gran variedad de sabores y un toque especial de crema y queso, a precios justos y asequibles, contando con personal capacitado que brinde una excelente atención al cliente.

Se emplearon fuentes primarias que permitieron la obtención de información actualizada y directa del mercado meta. En este caso se utilizó encuestas, las mismas que permitieron segmentar el mercado y conocer los gustos, preferencias y nivel de satisfacción de los futuros clientes, obteniendo el 99% de acogida en el consumo de helado con queso y crema, determinando que el negocio si tendrá resultados positivos en la parroquia Belisario Quevedo.

Se aplicó el modelo de negocios a través del lienzo CANVAS para tener la idea central del negocio. Además con la ayuda de las herramientas de las 5 fuerzas de PORTER y PEST se determinan las amenazas y oportunidades del proyecto. La inversión inicial necesaria para empezar el negocio es de \$6,215.08, el cual será financiado el 22% con capital propio y el 78% mediante una deuda con una entidad bancaria a cinco años plazo, la producción esperada de helados será de 23. 040 helados anuales. Finalmente, se construyó un análisis financiero donde se obtuvo un VAN de \$969,78, TIR de 15.23% y un WACC de 9.24%.

El impacto del proyecto en el área social, ayudará a crear vínculos familiares y lazos de amistad y el área ambiental por ser un negocio pequeño y artesanal no afectará al medio ambiente, por ende no se necesitará de certificados ambientales.

Modelo de Negocio CANVAS:

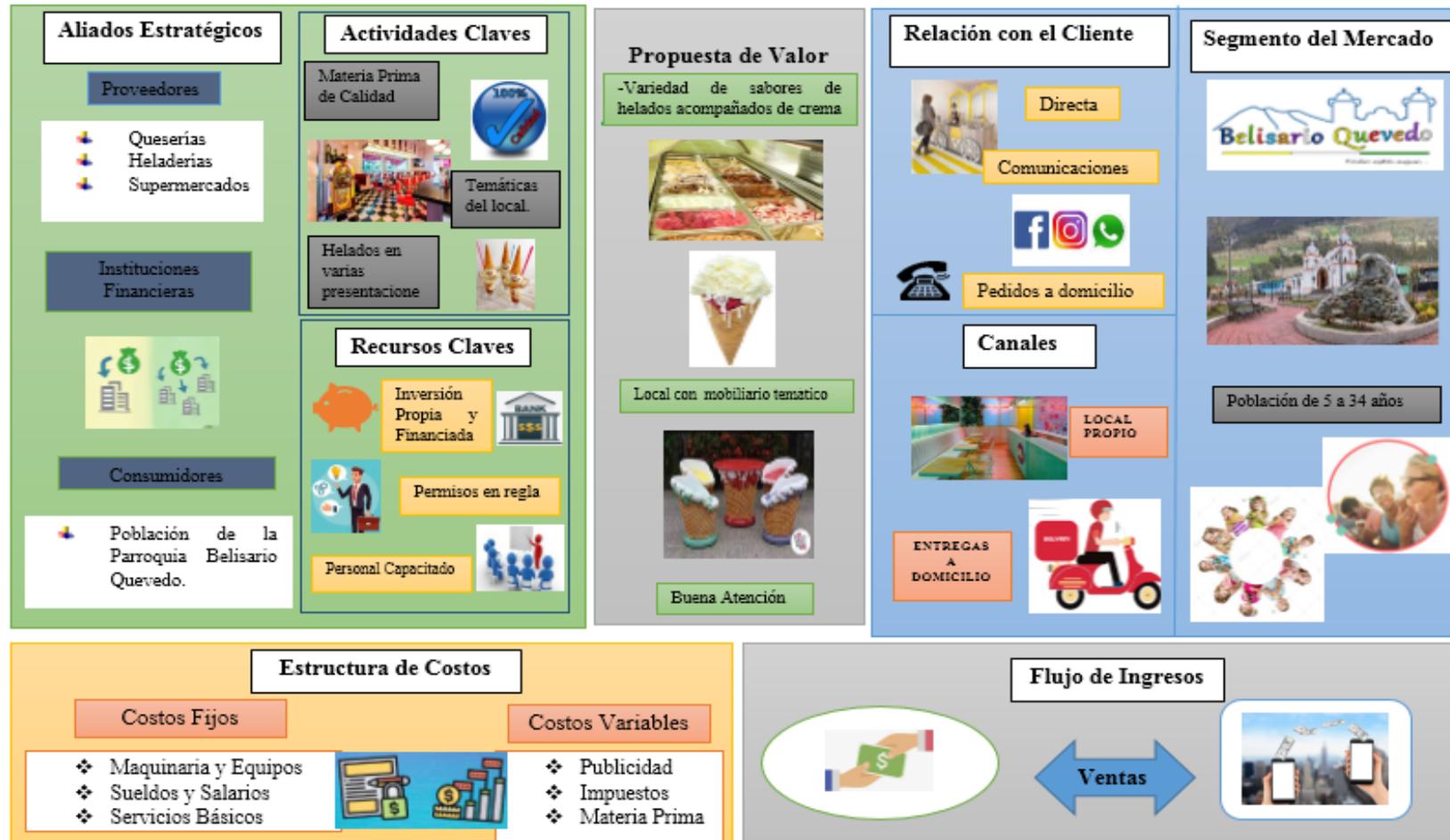


Gráfico 4 *Modelo de Negocio CANVAS*  
Elaborado por: Lady Duque

## **2.2 Idea del Negocio**

Creación de una heladería, la cual se ubicará en la ciudad de Latacunga, parroquia Belisario Quevedo, ofreciendo una variedad de sabores de helados que se acompañaran con queso, y crema, permitiendo satisfacer los gustos y preferencias de los clientes. Además, el local tendrá un mobiliario temático con forma de helados y zona de juegos que permitan la atracción de la gente, brindándoles excelente atención.

## **2.3 Modelo de Negocio**

### **Segmentación de Clientes**

Los clientes serán los habitantes de la Parroquia Belisario Quevedo, tanto hombres como mujeres por la aceptación que se observó al realizar la encuesta, considerando nuestro mercado meta en edades comprendidas de 5 a 34 años, ya que los niños y jóvenes son quienes consumen más este postre, sin dejar de lado la población en general y sus visitantes por ser una parroquia turística por su cerro Putzalahua que es muy visitada por propios y extraños.

### **Análisis del macro y micro entorno**

#### **Macro entorno**

Se realizará la herramienta de análisis PEST, ya que esta abarca los factores Políticos-Legales, Económicos, Sociales y Tecnológicos, los mismos que podrían afectar a la creación de la heladería.

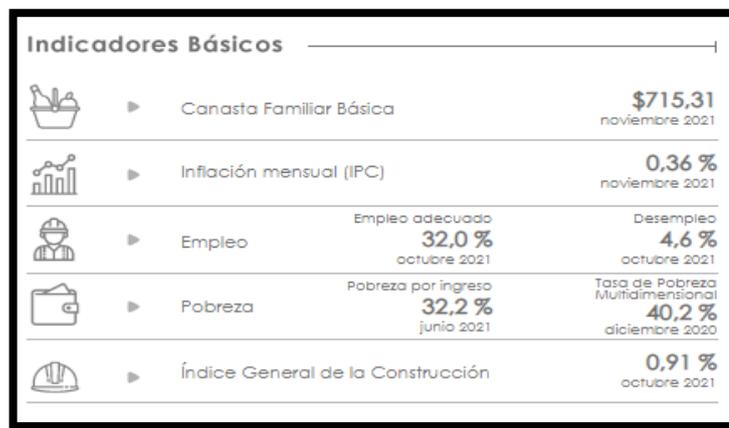
#### **Factores Políticos - Legales**

El sector político del Ecuador tiende a ser inestable, provocando que no exista un desarrollo continuo en los diferentes sectores internos del país, problemas que se vienen arrastrando desde hace varios años atrás, este factor afecta por los cambios que se están dando en los impuestos y requisitos que se necesitan para crear el negocio.

Dentro de los factores legales a los que la heladería se rige son a las disposiciones emitidas por el Servicio de Rentas Internas (declaraciones) dentro de la Ley de Régimen Tributario Interno y las emitidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Belisario Quevedo.

### **Factores Económicos**

Los factores más importantes que afectan económicamente son el desempleo, ya que si no poseen una fuente de ingreso, el poder adquisitivo del consumidor baja al no estar en la capacidad de comprar más que solo lo necesario para poder vivir, otro factor es la inflación ya que si existe aumento en el precio de los productos, hay poco demanda, como se muestra en el grafico 5.



**Gráfico 5 Indicadores Básicos**  
*Fuente: ecuadorencifras*

Considerando de esta manera que el factor económico dentro del país se ha visto afectado por la pandemia dejando como resultado un declive en la economía no solo a nivel nacional, sino también mundial puesto que en la actualidad se siente que algunos productos han quedado atrás, debido a que los clientes prefieren buscar otros sustitutos, que tengan un precio acorde con la disponibilidad económica que posee cada uno de ellos.

### **Factores Sociales**

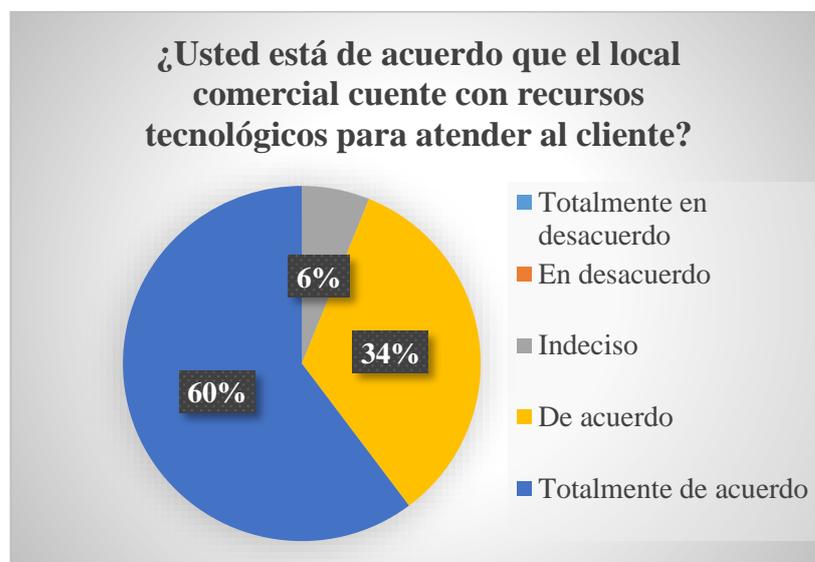
Los factores sociales que afectan al entorno económico del negocio son las tendencias a nivel de gustos y preferencias de los clientes, que cada vez son más exigentes, por lo que es necesario contar con variedad de sabores de helados para

satisfacer a los consumidores, otro es el cambio climático, ya que hoy en día las estaciones son muy cambiantes y los climas fríos afectarían la venta de los helados, por lo que se ha visto la necesidad de incrementar con el tiempo otros tipos de productos como por ejemplo bebidas calientes y comida rápida.

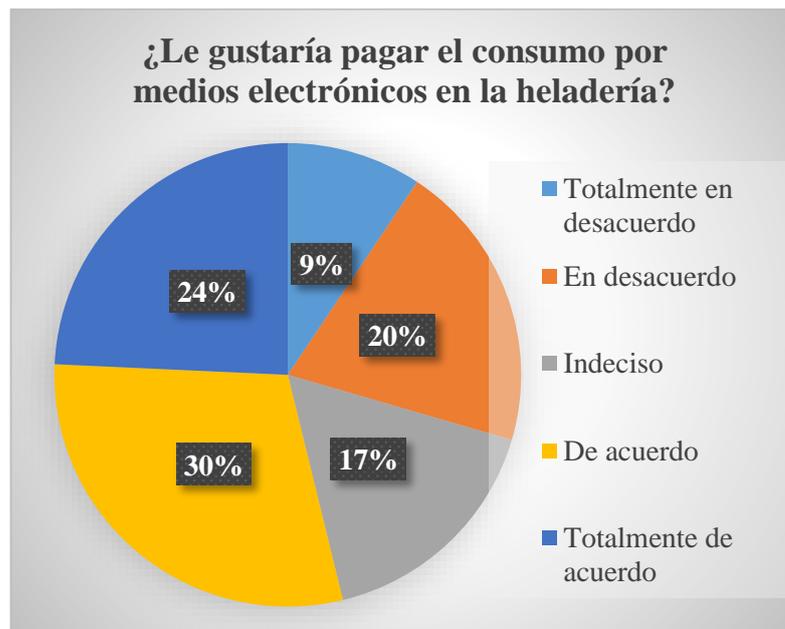
### **Factores Tecnológicos**

Es un factor muy importante debido a que la tecnología se ha vuelto tendencia, por lo que se aprovechará de la misma y se realizará publicidad por medio de las redes sociales que son muy utilizados por todo el mundo, logrando llegar a más personas y por ende tener más clientela, además el local será adecuado con recursos tecnológicos para la atención al cliente, como puede ser para que ellos realicen pedidos desde la comodidad de sus mesas, ya que el 62.87% de los encuestados está totalmente de acuerdo como se muestra en el gráfico 6, también los pagos se permitirá realizar por medios electrónicos, por la acogida que se tuvo en un 64.62% en las encuestas, como se muestra en el gráfico 7, entre otros que se irán implementando de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

Además, se pretende utilizar los medios electrónicos para que los clientes puedan realizar pedidos desde la comodidad de su casa y realizar entregas oportunas a domicilio con todas las normas de bioseguridad.



**Gráfico 6** Local con recursos tecnológicos  
Elaborado por: Lady Duque



**Gráfico 7 Pagos Electrónicos**  
*Elaborado por: Lady Duque*

### **Micro entorno**

Se aplicará el modelo de Michael, con las cinco fuerzas de Porter, el mismo que se ha adaptado a la realidad de la heladería, donde se analizará la competencia actual, los posibles competidores, productos sustitutos, los clientes y los proveedores.

#### **Rivalidad entre las empresas competidoras**

La principal competencia es la heladería Jireh, que se encuentra ubicada en el mismo sector, ofreciendo helados acompañados de crema y queso, sin embargo, hay que tener en cuenta que en cualquier momento puede haber negocios que querrán ofrecer productos similares.

Es por ello que se ofrecerá un valor agregado al momento de entrar al mercado, para lograr diferenciarse del resto y obtener la fidelización de los futuros clientes. El negocio contará con un local con mobiliario temático de helados, áreas de juegos para niños y jóvenes e innovación constante del producto (tamaño, formas, presentaciones, sabores), acompañados de una buena publicidad.

### **La entrada potencial de competidores**

Al ser un negocio que brinda beneficios y utilidades, además que su inversión no es alta, se puede considerar que existe un gran riesgo de que ingresen al mercado una considerable cantidad de competidores. Para esto se pretende que los productos se diferencien por su innovación, calidad y atención al cliente.

### **El desarrollo potencial de productos sustitutos**

La heladería está comprometida con el cliente, ya que ellos son la razón de ser del negocio, considerando así ofrecer productos sustitutos como batidos, hamburguesas, ensalada de frutas a precios accesibles y de calidad.

### **Poder de Negociación de los clientes**

El poder de negociación será alto, debido a que se ofrecerá productos de excelente calidad en un ambiente acogedor, cómodo y limpio con una decoración atractiva en el cual se realizará distintas combinaciones y presentaciones únicas de helado acompañadas de crema y queso en una gran variedad de sabores.

### **El poder de negociación de los proveedores**

Existen muchos proveedores que ofrecen la materia prima que se necesita para realizar los productos, lo cual es muy beneficioso para la empresa ya que tendrá la libertad de decidir y negociar con los proveedores.

A continuación, se muestra los futuros proveedores del negocio:

*Tabla 5. Proveedores*

<b>Proveedores</b>	<b>Descripción</b>
Heladería Glacial	<ul style="list-style-type: none"><li>• Helados artesanales</li></ul>
Quesería Mozzarella	<ul style="list-style-type: none"><li>• Quesos para Helados</li><li>• Crema de Queso</li></ul>
Mayorista Latacunga	<ul style="list-style-type: none"><li>• Frutas</li></ul>
Gustaff	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conos</li><li>• Barquillos</li></ul>
Pronaca	<ul style="list-style-type: none"><li>• Embutidos</li><li>• Carnes</li></ul>

*Elaborado por: Lady Duque*

## Análisis de la competencia

La heladería se encarga de la comercialización de helados acompañados de crema y queso, por lo en el siguiente cuadro se detalla la competencia tanto directa como indirecta:

*Tabla 6. Competencia*

Competencia	Nombre Comercial	Descripción	Características
Directa	Heladería Jireh	Helados con crema y queso	<ul style="list-style-type: none"><li>• Local con poco espacio y sin decoraciones.</li><li>• Poca variedad de sabores de helados.</li></ul>
Indirecta	Tiendas en General	Aguas, Gaseosas, helados	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diversidad de bebidas y helados de diferentes marcas.</li><li>• Variedad de precios.</li><li>• No constan de espacio para el consumo dentro del local.</li></ul>

*Elaborado por: Lady Duque*

Para poder competir con la misma se ofrecerá innovación no solo en el producto, sino también en el local, atrayendo la clientela y logrando fidelizar a los clientes.

### Propuesta de valor

La propuesta de valor será ofrecer diversos sabores de helados acompañados de crema y queso, en presentaciones innovadoras como figuras de animales como se muestra en el gráfico 8, permitiéndonos así diferenciarnos de la competencia. Se contará con un local acogedor, en el cual podrán disfrutar de áreas de juegos, con mobiliario temático en forma de helados como se visualiza en el gráfico 9, brindándoles a los clientes una excelente atención con personal capacitado y amable.



**Gráfico 8 Helados en presentaciones llamativas**  
*Elaborado por: Lady Duque*



**Gráfico 9 Mobiliario Temático**  
*Elaborado por: Lady Duque*

Se ha realizado el FODA para analizar cada uno de ellos y un FODA cruzado para establecer estrategias que nos ayuden a posicionarnos en el mercado.

### FODA

*Tabla 7. FODA*

Fortalezas	Oportunidades
1. Personal Capacitado.	1. Acceso a la tecnología.
2. Innovación en los productos, acompañados de crema y queso.	2. Posicionarse en el mercado nacional como una heladería temática.
3. Fácil acceso a la materia prima.	3. Lugar turístico.
4. Precios Accesibles.	4. Créditos por parte de las instituciones financieras.
5. Variedad de sabores y presentaciones	

Debilidades	Amenazas
1. Preferencia de los consumidores.	1. Heladerías tradicionales
2. No acceder a créditos inmediatamente.	2. Falta de fidelización por parte de los clientes.
3. Poca publicidad en redes sociales	3. Competencia de heladerías ya posicionadas.
4. Proveedores no confiables.	4. Demora en trámites legales.

*Elaborado por: Lady Duque*

### FODA CRUZADO

*Tabla 8. FODA Cruzado*

FO		FA	
FORTALEZAS-OPORTUNIDADES		FORTALEZAS-AMENAZAS	
F1O1	Capacitaciones constantes al personal.	F1A1	Personal capacitado en atención al cliente.
F2O1	Constante innovación en la presentación de los productos.	F2A2	Variedad y nuevos sabores de helados que nos diferencie de las demás heladerías como un plus.
DO		DA	
DEBILIDADES-OPORTUNIDADES		DEBILIDADES-AMENAZAS	
D1O1	Buscar socios que apoyen a la creación de la heladería y el posicionamiento del mismo.	D1A1	Lograr la satisfacción de los clientes, con los recursos más indispensables.
D2O1	Publicidad a través de redes sociales con contenido de calidad y llamativo.	D2A2	Alianzas estratégicas para impedir que la falta de presupuesto impida surgir y no competir.

*Elaborado por: Lady Duque*

### ESTRATEGIAS

*Tabla 9. Estrategias*

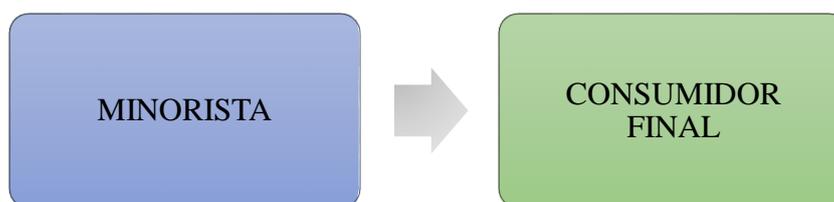
N.	Estrategias	Resultado Esperado
1	Capacitaciones constantes al personal.	Posicionamiento de la heladería en el mercado.
2	Constante innovación en la presentación de los productos.	Atracción de más clientela.
3	Personal capacitado en atención al cliente.	Fidelización de los clientes

4	Variedad y nuevos sabores de helados que nos diferencie de las demás heladerías como un plus.	Satisfacción de los consumidores
5	Buscar socios que apoyen a la creación de la heladería y el posicionamiento del mismo.	Tener el capital necesario para la creación de la heladería.
6	Publicidad a través de redes sociales con contenido de calidad y llamativo.	Atracción de clientes.
7	Lograr la satisfacción de los clientes, con los recursos más indispensables.	Obtención de ganancias.
8	Alianzas estratégicas para impedir que la falta de presupuesto impida surgir y no competir.	Ser competitivos en el mercado

*Elaborado por: Lady Duque*

### Canales

El canal de distribución más viable para lograr eficiencia y menores costos será directamente en el local y entregas a domicilio.



**Gráfico 10 Canales**  
Elaborado *por: Lady Duque*

### Tipo de relación con el cliente

La relación con el cliente será directa en su propio local, llamadas telefónicas, y redes sociales. El contacto por los medios mencionados será a través de un trato cordial y rápido, ofreciéndoles promociones atractivas a la clientela.

La promoción que se realizará será la siguiente:

- Por días festivos de la parroquia, descuentos del 10%.
- Los días martes 2x1

## Fuentes de Ingresos

Las fuentes de ingresos son únicamente por la venta de los helados con crema y queso, adicional por comida rápida como complementos. La forma de pago será al contado y por medio de tarjetas de débito o crédito, brindándoles precios accesibles para su adquisición, con la finalidad de que lo futuros clientes puedan frecuentar por lo menos una vez a la semana, como se muestra en el gráfico 10 con un 45%, según datos de la encuesta.



Gráfico 11 *Frecuencia de asistir a una heladería*  
Elaborado por: Lady Duque

Los principales productos serán los siguientes, y sus precios se han establecido de acuerdo a los costos variables con un margen de utilidad del 30%.

Tabla 10. *Productos*

Producto	Descripción	Precio
Cono simple con queso y crema 	Contiene 1 bola de helado de cualquier sabor a elección del cliente puesta en un cono de galleta, acompañado de crema y queso.	\$1,34
Tulipán doble con queso y crema 	Contiene 2 bolas de helado de cualquier sabor a elección del cliente puesta en un tulipán de galleta, acompañado de crema y queso, decorada con un barquillo.	\$1,69

<p>Banana triple con queso y crema</p> 	<p>Contiene 3 bolas de helado de cualquier sabor a elección del cliente, 1 banana decorada a los costados del plato, acompañado de crema y queso.</p>	<p>\$2,29</p>
--	---	---------------

*Elaborado por: Lady Duque*

Tabla 11. Costos de Producción

COSTOS VARIABLES								
MATERIA PRIMA DIRECTA								
Descripción	Precio	Medidas	Cantidad	Cono Simple	Cantidad	Tulipán Doble	Cantidad	Banana Triple
Helado	\$ 22,00	120 bolita	1	0,18	2	0,37	3	0,55
Queso	\$ 14,00	2500gramos	40	0,22	40	0,22	60	0,34
Crema	\$ 11,00	2000 gramos	30	0,17	30	0,17	50	0,28
Cono de Galleta	\$ 6,00	250 unidad	1	0,09				
Tulipán de Galleta	\$ 22,00	100 unidad			1	0,10		
Banano	\$ 10,00	100 unidad					1	0,06
Barquillo	\$ 5,00	100 unidad	1		1	0,05	2	0,10
MANO DE OBRA DIRECTA								
Chef	\$ 448,60	14.400 minutos	5	0,16	5	0,16	5	0,16
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN								
Agua	\$ 20,00	14.400 minutos	5	0,02	5	0,02	5	0,02
Luz	\$ 5,00	14.400 minutos	5	0,10	5	0,10	5	0,10
<b>Total costos</b>				<b>0,94</b>	<b>1,19</b>		<b>1,61</b>	
<b>Precio con 30% de utilidad</b>				<b>1,34</b>	<b>1,69</b>		<b>2,29</b>	

Elaborado por: Lady Duque

## Recursos Claves

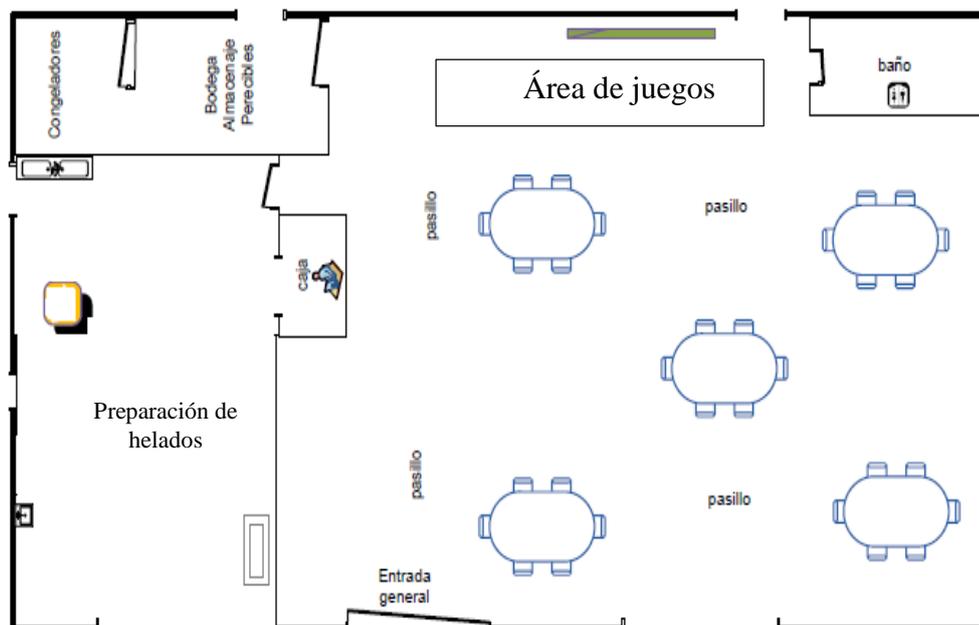
Según Mejía (2013), menciona que

La capacidad instalada hace referencia a la disponibilidad de infraestructura que se utilizará para realizar determinados bienes o servicios. En todo sistema de producción es necesario los recursos tanto físicos, humanos, tecnológicos, bienes raíces, maquinaria y equipos, para transformar la materia prima en producto terminado o servicios prestados. La cantidad de infraestructura constituye la capacidad instalada, mientras más infraestructura exista, su capacidad instalada y producción esperada será mayor. (p. 1)

Los recursos claves que se utilizará para la heladería será:

### **Recurso Físico: Local**

Se dispondrá de un local propio el cual estará distribuido como se observa en el gráfico 12.



**Gráfico 12** *Distribución física del local*  
*Elaborado por: Lady Duque*

Además el mismo se adecuará con el siguiente mobiliario:

*Tabla 12. Activos Fijos*

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 2,350.00</b>
Muebles de Madera (Aparador, Mesas, Sillas, Accesorios)	1	\$1,000.00	\$ 1,000.00
Caja Registradora	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Juegos	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Estantería de 5 pisos	1	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Herramientas de cocina</b>			<b>\$ 180.08</b>
Cuchillos catering	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Tenedores catering	24	\$ 0.92	\$ 22.08
Vajillas	24	\$ 2.00	\$ 48.00
Set de Cocina (Varios)	1	\$ 100.00	\$ 100.00
<b>Equipos de oficina</b>			<b>\$ 635.00</b>
Teléfono inalámbrico	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Tv Sony Smart	1	\$ 585.00	\$ 585.00
<b>Maquinaria</b>			<b>\$ 3,050.00</b>
Ralladora de Queso	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Congelador	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Enfriador	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Vitrina Exhibidora de Helados	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
<b>Total inversión</b>			<b>\$ 6,215.08</b>

*Elaborado por: Lady Duque*

Se trabajará de enero a diciembre, es decir 12 meses, de martes a sábado en una jornada de 8 horas diarias (11H00 – 19H00), realizando una estimación de la producción esperada de helados de la siguiente manera:

$$8 \text{ horas} \times 60 \text{ minutos} = \mathbf{480 \text{ minutos}}$$

$$480 \text{ min} / 5 \text{ minutos que se tarda en preparar cada helado} = \mathbf{96 \text{ helados diarios}}$$

*Tabla 13. Producción esperada de helados*

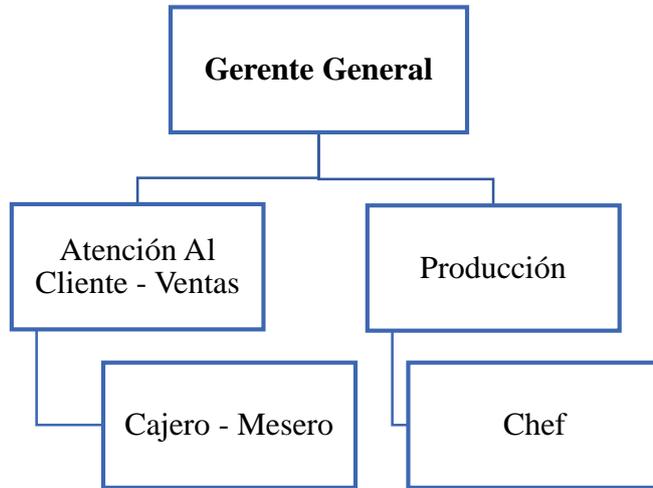
Producción esperada	
Diariamente	96 helados
Semanalmente	480 helados
Mensualmente	1.920 helados
Anualmente	23.040 helados

*Elaborado por: Lady Duque*

**Recurso Humano:** Personal de producción y ventas.

Se dispondrá de dos personas para trabajar, una para la preparación y otra para atender al cliente y servir la orden. Además el local será supervisado por el dueño como Gerente General, por lo que a continuación se detalla la estructura del negocio a través del organigrama estructural y manual de funciones.

**Organigrama estructural**



**Gráfico 13 Organigrama estructural**  
Elaborado por: Lady Duque

**MANUAL DE FUNCIONES**

*Tabla 14. Manual de funciones*

<b>Manual De Funciones</b>		<b>Código:</b> MF-10.10.21
		<b>Fecha:</b> 10/10/2021
<b>PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>GERENTE GENERAL</b>		
<b>Área:</b> Gerencia <b>Reporta :</b> N/A <b>Supervisa a:</b> Todo nivel <b>Reemplaza a:</b> N/A <b>Es reemplazado por:</b> A quien designe.	<b>Esfuerzo Físico</b>	
	No	
	<b>Presión de tiempo</b>	
	Permanente	
<b>Educación</b>	<b>Título:</b> Tercer Nivel <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador de Empresas.</li> <li>• Ingeniero Comercial</li> <li>• Ingeniero en Fianzas</li> </ul>	

<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación, formación y manejo de personal</li> <li>• Administración de empresas.</li> <li>• Conocimiento de planeación estratégica.</li> <li>• Conocimiento de contabilidad.</li> </ul>
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Habilidades para trabajar bajo presión.</li> <li>• Capacidad de supervisión del personal</li> <li>• Capacidad de negociación</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Don de mando y de convocatoria</li> <li>• Capacidad para la toma de decisiones</li> <li>• Capacidad de diálogo</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	Experiencia profesional en actividades afines de por lo menos 2 años.
<b>FUNCIONES Y ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar jurídica y legalmente a la heladería</li> <li>• Ejercer la administración general de la empresa</li> <li>• Planificar y supervisar la ejecución de cada una de las actividades de la empresa.</li> <li>• Establecer políticas para un manejo adecuado de la empresa.</li> <li>• Establecer metas y objetivos para las ventas.</li> <li>• Administrar y gestionar los recursos para el logro de objetivos empresariales.</li> <li>• Supervisar toda la gestión de la empresa.</li> <li>• Contratación de personal</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir con los requisitos del contrato laboral.</li> <li>• Efectuar pago de sueldos al personal.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>CAJERA - MESERA</b>	
<b>Área:</b> Administración <b>Reporta :</b> Gerente General <b>Supervisa a:</b> N/A <b>Reemplaza a:</b> N/A <b>Es reemplazado por:</b> Asigne Gerencia	<b>Esfuerzo Físico</b>
	Sí
	<b>Presión de tiempo</b>
	Permanente
<b>Educación</b>	<b>Título:</b> Secundaria <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller en Administración, Comercio o Contabilidad.</li> </ul>

<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de Administración general.</li> <li>• Manejo básico de Herramientas electrónicas.</li> <li>• Conocimiento básico de Contabilidad general.</li> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Manejo de materiales y equipo de limpieza.</li> </ul>
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Responsable</li> <li>• Honesto</li> <li>• Ordenado</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	Contar con al menos 1 año de experiencia en cargos similares.
<b>FUNCIONES Y ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención a clientes.</li> <li>• Realizar los cobros de las ventas de contado y despacho de las mismas.</li> <li>• Elaborar facturas.</li> <li>• Manejo de caja chica.</li> <li>• Presentar reportes de ventas diarias.</li> <li>• Manejo de suministros de oficina y limpieza.</li> <li>• Control del teléfono y correspondencia.</li> <li>• Administrar toda la documentación de caja, archivando cronológicamente</li> <li>• Servicio en mesas.</li> <li>• Limpieza general del local.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>CHEF</b>	
<b>Área:</b> Producción <b>Reporta :</b> Gerente General Y Cajero <b>Reemplaza a:</b> N/A <b>Es reemplazado por:</b> N/A	<b>Esfuerzo Físico</b>
	SI
	<b>Presión de tiempo</b>
	Permanente
<b>Educación</b>	<b>Título:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chef</li> </ul>
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en preparación de helados</li> <li>• Conocimiento en preparación de comida rápida</li> </ul>

<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuada Comunicación</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Capacidad de trabajo bajo presión</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Honradez</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	Contar con al menos 1 año de experiencia en cargos similares.
<b>FUNCIONES Y ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina básica.</li> <li>• Decoración de helados</li> <li>• Preparación de comida rápida.</li> <li>• Limpieza de su área de trabajo.</li> </ul>	

*Elaborado por: Lady Duque*

**Recurso Tecnológico: Web**

Se realizará publicidad a través de redes sociales en las que se dará a conocer lo siguiente:

*Tabla 15. Publicidad*

Descripción	Detalle
Logo	
Slogan	
Misión	Brindarle al consumidor helados de excelente calidad, acompañados con diferentes toppings a precios justos para satisfacer las necesidades de los mismos.
Visión	En 5 años ser la heladería temática que lidere el mercado gracias a la calidad y aceptación de los productos.

Valores	<p><b>Trabajo en Equipo.-</b> Participar y ayudar con entusiasmo en cada uno de los procesos a realizar en la heladería para lograr excelentes resultados.</p> <p><b>Amabilidad.-</b> mostrar siempre actitud positiva reflejando la seguridad sobre lo que se está realizando, además de brindar un buen trato al personal y a los clientes.</p> <p><b>Compromiso.-</b>participar activamente en el desarrollo de los objetivos individuales y organizacionales con honestidad y lealtad, en todo momento y en todo lugar.</p> <p><b>Orientación al Cliente.-</b> ubicarnos en las necesidades y deseos de los clientes internos y externos para satisfacer sus intereses, proporcionándoles los mejores productos.</p> <p><b>Respeto.-</b>Respetamos y reconocemos las iniciativas de cada uno; damos un trato digno, franco y tolerante donde aceptamos la crítica para seguir creciendo y desempeñando un papel importante en el logro de nuestra meta.</p> <p><b>Confianza.-</b>ofrecer productos de calidad con la debida profesionalidad para que los clientes puedan sentirse cómodos y satisfechos al momento de visitar el establecimiento.</p> <p><b>Creatividad e Innovación.-</b>proporcionar constantes innovaciones en los productos, para brindar la satisfacción de los consumidores.</p>
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se deberá atender a los clientes de forma atenta y cordial.</li> <li>• Cuidar siempre la presentación para transmitir un aire de confiabilidad a los clientes.</li> <li>• Cumplir puntualmente con el horario de trabajo establecido.</li> <li>• Prepararse para brindar cualquier información adicional que puedan requerir los clientes.</li> <li>• Verificar que las instalaciones estén en óptimas condiciones para su funcionamiento.</li> </ul>

*Elaborado por: Lady Duque*

A través de la publicidad que se realizará en Facebook y Tik Tok se pretende dar a conocer sobre la heladería y sus productos para atraer más clientela y llamar la atención de los mismos.

**Recurso Financiero:** Aportación de la propietaria de la heladería de un 22%, y el microcrédito otorgado por la institución financiera Jeep a 5 años plazos a una tasa de interés del 15.90%

**Tabla 16. Estructura Financiera**

<b>Estructura financiera</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Monto de inversión</b>	<b>Porcentaje de inversión</b>
Capital propio	\$ 1,423.08	22.16%
Capital financiado	\$ 5,000.00	77.84%
<b>Total</b>	<b>\$ 6,423.08</b>	<b>100.00%</b>

*Elaborado por: Lady Duque*

**Tabla 17. Datos Crediticios**

<b>DATOS</b>	
Crédito	5000
I	15.90%
n (años)	5

*Elaborado por: Lady Duque*

**Tabla 18. Tabla de Amortización**

<b>Años</b>	<b>Saldo</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Pago</b>	<b>Monto Adeudado</b>
<b>1</b>	5,000.00	795.00	728.49	1,523.49	4,271.51
<b>2</b>	4,271.51	679.17	844.32	1,523.49	3,427.20
<b>3</b>	3,427.2	544.92	978.56	1,523.49	2,448.64
<b>4</b>	2,448.64	389.33	1,134.15	1,523.49	1,314.48
<b>5</b>	1,314.48	209.00	1,314.48	1,523.49	0.00
<b>TOTAL</b>		2,617.43	5,000.00	7,617.43	

*Elaborado por: Lady Duque*

### **Actividades Claves**

Las actividades claves del negocio serán:

- Adquirir materia prima de calidad
- Poner en contacto al cliente con un local de mobiliario temático de helados y áreas de juegos.
- Ofrecer presentaciones del producto de formas creativas.

### **Socios Claves**

Los socios claves serán los niños y jóvenes de edades comprendidas entre los 5 a 34 años y la población en general que se encuentra en la parroquia, los proveedores serán las heladerías de Salcedo, Queserías, Pronaca, Mercados

Mayoristas, los mismos que se encuentran cerca del negocio para poder adquirir sin ningún inconveniente, y las instituciones financieras quienes nos otorgarán el crédito para poner en marcha el negocio.

### **Estructura de costos**

Se realizó un análisis de la inversión y recursos que se necesitará para implementar la heladería.

### **Análisis de costos variables**

*Tabla 19. Costos Variables*

Descripción	Contiene		Valor total
	Cantidad	Medida	
<b>Materia Prima Directa</b>			
Helado	120	Bolitas	\$ 22.00
Queso	2500	gramos	\$ 14.00
Crema	2000	gramos	\$ 11.00
Banano	100	unidades	\$ 6.00
Cono de Galleta	250	unidades	\$ 22.00
Tulipán de Galleta	100	unidades	\$ 10.00
Barquillo	100	unidades	\$ 5.00
<b>Mano de Obra Directa</b>	14400	minutos	\$ 448.60
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>			
Agua	14400	minutos	\$ 20.00
Luz	14400	minutos	\$ 5.00

*Elaborado por: Lady Duque*

### **Análisis de costos fijos**

*Tabla 20. Costos Fijos*

Concepto	Mensual
Sueldos y salarios personal	\$ 400.00
Beneficios Sociales	\$ 48.60
Energía Eléctrica	\$ 20.00
Servicio Telefónico	\$ 15.00
Agua Potable	\$ 5.00
<b>Total Gastos</b>	<b>\$ 488.60</b>

*Elaborado por: Lady Duque*

## Determinación del estado de situación inicial

Tabla 21. Estado de situación inicial

<b>Estado de Situación Inicial</b>			
<b><u>Activos</u></b>			
<b>Corriente</b>			<b>\$ -</b>
Efectivo y equivalentes del efectivo		\$ -	
<b>No corriente</b>			<b>\$ 6,823.08</b>
<b>Propiedad planta y equipo</b>		<b>\$ 6,615.08</b>	
Muebles y enseres	\$ 2,350.00		
Herramientas de cocina	\$ 180.08		
Maquinaria	\$ 3,050.00		
Equipo de oficina	\$ 635.00		
<b>Diferidos e intangibles</b>		<b>\$ 208.00</b>	
Patentes y marcas	\$ 208.00		
<b>Total activos</b>			<b>\$ 6,423.08</b>
<b><u>Pasivo</u></b>			<b>\$ 5,000.00</b>
<b>Corriente</b>		<b>\$ -</b>	
-	\$ -		
<b>No corriente</b>		<b>\$ 5,000.00</b>	
Préstamo bancario a largo plazo	\$ 5,000.00		
<b><u>Patrimonio</u></b>			<b>\$ 1,423.08</b>
Capital social		\$ 1,423.08	
<b>Total pasivo + patrimonio</b>			<b>\$ 6,423.08</b>

Elaborado por: Lady Duque

## Cálculo del WACC

Tabla 22. WACC

<b>WACC</b>	<b>9.24%</b>
Ke	20.00%
Kd	8.50%
%E	20%
%D	80%
Tasa de Impuestos (Tc)	22%

Elaborado por: Lady Duque

*Tabla 23. Flujo de Efectivo*

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>							
	RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ventas		31282.13	32265.74	33280.28	34326.73	35406.08
-	Costos Variables		21897.49	22586.02	23296.20	24028.71	24784.25
-	Costos Fijos		5863.2	5915.38	5968.02	6021.14	6074.73
=	Utilidad Operativa		3521.44	3764.34	4016.06	4276.87	4547.09
-	Depreciación		621.51	621.51	621.51	621.51	621.51
=	UAI		2899.93	3142.83	3394.55	3655.37	3925.58
-	Gastos Financieros		795.00	679.17	544.92	389.33	209.00
=	UAImp (Base Imponible)		2104.93	2463.66	2849.62	3266.03	3716.58
-	Impuestos		463.08	542.01	626.92	718.53	817.65
=	UDImp		1641.85	1921.66	2222.71	2547.51	2898.93
+	Depreciación		621.51	621.508	621.508	621.508	621.508
+	Valor de Rescate						
-	Capital Financiero		\$728.49	\$844.32	\$978.56	\$1,134.15	\$1,314.48
-	Capital de Trabajo		0	0	0	0	0
=	Flujo de Efectivo	\$6,215.08	\$1,534.87	\$1,698.85	\$1,865.65	\$2,034.86	\$2,205.96

*Elaborado por: Lady Duque*

**Tabla 24. Resultados**

<b>Concepto</b>	<b>Resultado</b>	<b>Interpretación</b>
Valor Actual Neto (VAN)	\$969.78	El valor actual neto es mayor a cero, por lo que el proyecto es viable.
Tasa Interna de Retorno (TIR)	15.23%	La tasa interna de retorno es mayor al WACC, dando como resultado un proyecto rentable.
Beneficio Costo (RBC)	\$0.16	Por cada dólar que se invierte se obtiene \$0,16 ctvs. de ganancia.
Pay Back	3 años, 5 meses, 21 días	La inversión se recuperará en 3 años, 5 meses con 21 días.

*Elaborado por: Lady Duque*

#### **1.4. Presupuesto**

**Tabla 25. Presupuesto**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Servicios informáticos y Eléctricos</b>			
Internet (horas)	100	0,60	60,00
Impresiones	25	0,10	2,60
Copias	500	0,03	15,00
<b>Suministros de oficina y materiales</b>			
Resmas de papel bond	2	2,50	5,00
Esferográficos	3	0,50	1,50
<b>Gastos personales</b>			
Transporte movilización			20,00
Alimentación			15,00
Imprevistos			30,00
<b>TOTAL</b>			<b>150,10</b>

*Elaborado por: Lady Duque*

### 1.5. Cronograma.-

*Tabla 26. Cronograma*

N° ACTIVIDAD	Sep tiembr e 202 0	Oc tubre 20 20	No viem bre 20 20	Di ciem bre 20 20	E nero 2 021	F ebrer o 2 021	M arzo 2 021	A bril 2 021	M ayo 2 021	J unio 2 021	J ulio 2 021	A gost o 2 021	Sep tiembr e 202 1	O ctubr e 20 21
Planteamiento del tema del proyecto														
Realización de los objetivos														
Elaboración del marco metodológico														
Elaboración del marco teórico														
Elaboración de la encuesta														
Aplicación de la encuesta														
Tabulación e interpretación de los resultados.														
Realización de la Propuesta														

*Elaborado por: Lady Duque*

## **1.6. Conclusiones Capítulo II.-**

- Por medio del método CANVAS se pudo realizar un análisis minucioso en lo referente a asociaciones claves, actividades clave, recursos clave, propuesta de valor, relación con los clientes, canales, segmento de clientes, estructura de costos y fuentes de ingreso
- En el estudio financiero, se detalla las inversiones con las que cuenta el negocio para empezar a desarrollar las actividades y cuáles son los costos y gastos que realizara para el desarrollo del proyecto.
- Se determinó que mediante los cálculos realizados como el VAN, TIR, Periodo de Recuperación y el Costo Beneficio el proyecto si será factible y se obtendrá rentabilidad.

## **CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA**

### **3.1. Evaluación de expertos.-**

Para validar la factibilidad de la propuesta, se procedió a aplicar a 2 expertos, quienes nos otorgaron recomendaciones para la mejora del mismo, los cuales gracias a su experiencia ayudarán a la validación de la misma, esta fue sujeto del análisis por:

- Experto 1. Dr. Edwin Vásquez Erazo PhD. (Validación teórica)
- Experto 2. Mge. Jirma Veintimilla (Validación teórica)

Los expertos han procedido a responder de manera individual, bajo un formato que se detallan los ítems que se calificaran sobre el trabajo de investigación y la propuesta planteada el cual se valoró en función de la siguiente tabla.

Tabla 27. Categorías de valoración validación teórica

<b>Categorías De Valoración</b>			
<b>Escala De Valoración</b>			
<b>Criterios</b>	<b>Excelente</b>	<b>Aceptable</b>	<b>No Aceptable</b>
El título de la propuesta tiene relación con el tema de la investigación.	Presenta de manera clara concisa y adecuada.	Presenta de manera clara concisa y adecuada, pero requiere de modificaciones.	No corresponde a los lineamientos Institucionales y requerimientos técnicos.
Los objetivos de la propuesta tienen relación con la situación deseada teóricamente.			
Fundamentación teórica			
Idea del Negocio			
Modelo de Negocio			
Factibilidad del Proyecto			
Segmentación de Clientes			
Análisis del macro y micro entorno (PEST/ CINCO FUERZA DE PORTER)			
Análisis de la competencia			
Propuesta de valor			
FODA			
Canales			
Tipo de relación con el cliente			
Fuente de ingresos			
Recursos claves			
Actividades clave			
Socios clave			
Estructura de costos			
Resultados VAN/TIR			
Situación Financiera			

Elaborado por: Lady Duque

### 3.2. Evaluación de usuarios.-

Para validar la factibilidad de la propuesta, se procedió a aplicar a un futuro cliente, quien nos otorgó recomendaciones desde su punto de vista para la mejora del mismo, la cual fue sujeto del análisis por:

Futuro Cliente 1. Ing. Verónica Merino (Validación empírica, punto de vista)

La futura clienta ha procedido a responder de manera individual el formato propuesto, bajo el cual se detallan los ítems que se calificaran sobre el trabajo de investigación y la propuesta planteada el cual se valoró en función de la siguiente tabla.

*Tabla 28. Categorías de valoración desde el punto de vista del cliente*

Categorías De Valoración			
Escala De Valoración			
Criterios	Excelente	Aceptable	No Aceptable
Los productos que se ofrecerán son llamativos.	Presenta de manera y es muy interesante	Presenta de manera clara concisa y adecuada, pero se podría mejorar	No es nada interesante
Los precios de los productos son asequibles.			
La temática es innovadora.			
El lugar donde se situará el local es estratégico.			
Las promociones son idóneas.			

*Elaborado por: Lady Duque*

### 3.3. Evaluación de resultados

Los resultados del análisis de los evaluadores expertos, conforme la metodología planteada, son los siguientes:

*Tabla 29. Resultados Experto 1*

Criterios	Excelente	Aceptable	No Aceptable	%
El título de la propuesta tiene relación con el tema de la investigación.	X			



Dr. Edwin Vasquez Erazo PhD.

C.I. 1001303397

*Tabla 30. Resultados Experto 2*

<b>Crterios</b>	<b>Excelente</b>	<b>Aceptable</b>	<b>No Aceptable</b>	<b>%</b>
El título de la propuesta tiene relación con el tema de la investigación.		X		Aceptable = 16  80%
Los objetivos de la propuesta tienen relación con la situación deseada teóricamente.		X		
Fundamentación teórica		X		
Idea del Negocio		X		
Modelo de Negocio		X		
Factibilidad del Proyecto		X		
Segmentación de Clientes		X		
Análisis del macro y micro entorno (PEST/ CINCO FUERZA DE PORTER)		X		
Análisis de la competencia		X		
Propuesta de valor		X		
FODA		X		
Canales		X		
Tipo de relación con el cliente		X		
Fuente de ingresos		X		
Recursos claves		X		
Actividades clave		X		
Socios clave		X		
Estructura de costos		X		
Resultados VAN/TIR		X		
Situación Financiera		X		

*Elaborado por: Lady Duque*

### Apreciación cualitativa

De acuerdo a los datos presentados en el proyecto de desarrollo, la idea es aceptable ya que tendría aceptación en el mercado específicamente en la Parroquia Belisario Quevedo, los objetivos están acorde al tema planteado, el lienzo de modelo de negocios presenta los cuadrantes necesarios para la interpretación de la idea planteada, El análisis FODA contempla elementos que le permiten hacer un diagnóstico inicial para la propuesta y finalmente el análisis de ingresos, costos y gastos precisan los resultados del estudio de factibilidad.

### Observaciones

1. Cambiar el primer objetivo de la tesis, ya que el actual es una actividad a realizar.
2. Mejorar la propuesta de valor en base a lo que oferta la competencia.
3. En el análisis financiero realizar el cálculo del WACC.
4. Revisar la redacción de todo el documento, la redacción debe ser en tercera persona, y el resumen en pasado.
5. Utilice un solo diseño para los gráficos o bien barras o bien círculos.

### Validado por:



Mge. Jirma Veintimilla

C.I. 0502969587

*Tabla 31. Resultados futuro cliente 1*

Categorías De Valoración				
Escala De Valoración				
Criterios	Excelente	Aceptable	No Aceptable	%
Los productos que se ofrecerán son llamativos.	X			Excelente = 4
Los precios de los productos son asequibles.	X			

La temática es innovadora.	X			80%
El lugar donde se situará el local es estratégico.	X			
Las promociones son idóneas.		X		

*Elaborado por: Lady Duque*

### **Apreciación cualitativa**

Es un proyecto muy interesante, ya que su temática me parece muy buena porque en la parroquia no hay un lugar de distracción y a la vez se puede consumir un postre muy delicioso en el mismo, sus precios si son al alcance de los clientes y el lugar es muy estratégico por ser céntrico y muy concurrido.

### **Observaciones**

Se podría realizar más promociones como es en el día del niño ya que ellos son los que más les gusta el helado.

### **Validado por:**

Ing. Verónica Merino

C.I. 050326595-1

### **3.4. Resultados de la propuesta**

*Tabla 32. Resultados de los evaluadores*

<b>Nº</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Criterio Final</b>
Evaluador 1	100%	EXCELENTE
Evaluador 2	80%	ACEPTABLE
Evaluador 3	80%	EXCELENTE

*Elaborado por: Lady Duque*

El análisis de los evaluadores para el proyecto de “Creación de una heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo”, dio como resultado el 100% “EXCELENTE”, y el 80% “ACEPTABLE”, validación analizada teóricamente y el 80% “EXCELENTE”, desde el punto de vista del cliente.

### **3.5. Conclusiones del III capítulo**

- Los expertos que se seleccionaron para la validación de la propuesta aportaron con sugerencias y observaciones que permitieron mejorar la misma.
- La valoración de expertos es de gran importancia, para tener un aval que certifique la validez del proyecto.
- Los resultados que se obtuvieron de la propuesta, a través de los expertos permiten ver que si es aceptable la puesta en marcha del negocio.

### **Conclusiones generales**

- Se estableció la fundamentación teórica en general sobre emprendimiento, heladería, y los estudios administrativo, de mercado, técnico, financiero y legal, para tener las ideas claras de que se debe desarrollar en cada estudio y luego proceder a realizar lo práctico del proyecto y determinar su factibilidad.
- A través del análisis situacional del mercado de las heladerías en la parroquia Belisario Quevedo, se ha determinado que no existe en el mismo un lugar que permita la distracción de la población.
- El proyecto de la creación de la heladería en base a crema y queso en la ciudad de Latacunga parroquia Belisario Quevedo, es un negocio viable y rentable, que se determinó a través de los estudios administrativo, de mercado, técnico, financiero y legal, el cual permite recuperar la inversión y generar utilidades.

### **Recomendaciones**

- Indagar en teorías de fuentes fiables para tener conocimientos claves sobre aspectos generales.
- Realizar constantemente innovación en los productos y local para que la población pueda distraerse en un lugar llamativo y disfrutar del mismo, manteniéndose constantemente en los principios de calidad, creación de valor y atención al cliente, para tener la satisfacción y lealtad de los consumidores y a la vez tener crecimiento financiero

- Una vez puesto en marcha el negocio de la heladería, es recomendable al pasar el tiempo realizar estudios de mercado para evaluar el crecimiento de la misma, y así establecer nuevas estrategias de marketing que permitan la permanencia en el mercado.

## Referencias bibliográficas.-

- Alfredo Paredes & Asociados Cía. Ltda. (2018). *Estructura Orgánica y Funcional*  
– Alfredo Paredes y Asociados.  
<https://alfredoparedesyasociados.com/estructura-organica-y-funcional/>
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos: Vol. Cuarta edición*. McGraw-Hill/Interamericana.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación.
- Bóveda, J., Oviedo, A., y Yakusik, A. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio*. 65.
- Burga Romero, K. C., y Mendoza Rivera, L. J. (2021). *Estudio de factibilidad para la implementación de una heladería temática de productos con base en plantas medicinales y frutos silvestres en Otavalo, Imbabura, Ecuador*.  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11015>
- Chiriboga Villagómez, C. S. (2021). “*Estudio de Factibilidad para la Comercialización de Frutas Deshidratadas en la ciudad La Maná, Año 2021*”, *Periodo 2019*. [Ecuador: La Maná: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7438>
- Cortés, M. E., y Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación*. Universidad Autónoma del Carmen.
- Cuerpo de bomberos de Latacunga. (s. f.). *REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS LATACUNGA*. Recuperado 25 de octubre de 2021, de <http://www.bomberoslatacunga.gob.ec/site/index.php/ct-menu-item-37/ct-menu-item-39/114-permisos-de-funcionamiento>

- Definición ABC. (2011). *Definición de Temática » Concepto en Definición ABC*.  
<https://www.definicionabc.com/general/tematica.php>
- EcuRed. (s. f.). *Heladería—EcuRed*. Recuperado 24 de octubre de 2021, de  
<https://www.ecured.cu/Helader%C3%ADa>
- Edufiemp. (s. f.). *Estudio económico-financiero*. Recuperado 27 de octubre de 2021, de <https://edufiemp.edufinet.com/contenidos/estudio-economico-financiero/>
- Egido, M. J. (2016). *Emprendimiento e innovación en el sector heladero*.  
<http://dspace.umh.es/handle/11000/2856>
- El Contador Profesional. (s. f.). Características de una Empresa Unipersonal. *EL CONTADOR PROFESIONAL*. Recuperado 27 de octubre de 2021, de <https://www.elcontadorprofesional.com/2020/11/caracteristicas-de-una-empresa-unipersonal.html>
- Emprendedores, R. (2016). Plan de negocio para poner en marcha una heladería. *Emprendedores.es*. <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-heladeria/>
- Estudiosymás. (s. f.). *Estudios Administrativos*. Recuperado 7 de diciembre de 2021, de [https://actiweb.one/estudiosymas/manuales\\_administrativos.html](https://actiweb.one/estudiosymas/manuales_administrativos.html)
- Eumed.net. (2008). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSION: ETAPAS EN SU ESTUDIO*.  
<https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- García, J. (2008). *Contabilidad de costos*. McGraw-Hill.

- Gerogelato. (s. f.). Elaboración de helados artesanales. Fabricación de helados.  
*Gero Gelato*. Recuperado 21 de octubre de 2021, de  
<https://gerogelato.com/helados-artesanales/>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. RED TERCER MILENIO S.C.
- González, C. H., y Gálvez, E. J. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red –MER.  
 Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales.  
*Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 40, 13-31.
- Hamilton, M., y Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Convenio Andrés Bello.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2013). *Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN – Ecuador*. <https://www.normalizacion.gob.ec/>
- La Vanguardia. (2014). *El placer del helado*.  
<https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20140801/54412570590/el-placer-del-helado.html>
- Liendo, M., y Martínez, A. (2017). *Sector lácteo. Industria del helado. Un análisis del sector*. <https://www.fcecon.unr.edu.ar/web-nueva/sites/default/files/u16/Decimocuartas/martinez%20y%20liendo%20industria%20del%20helado.pdf>
- López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
- Moreno, T. F. M. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores.
- Municipio de Latacunga. (2007). *1.33 Ordenanza Sustitutiva Que Reglamenta La Determinación, Administración, Control, Sanción Y Recaudación Del Impuesto De Patentes Municipales*. Municipio de Latacunga.

<https://latacunga.gob.ec/es/gacetamunicipalltga/ordenanzas/1-33-ordenanza-sustitutiva-que-reglamenta-la-determinacion-administracion-control-sancion-y-recaudacion-del-impuesto-de-patentes-municipales.html>

Ramírez, J. E. G., Martínez, A. de la C., Santillán, M. M., y Huerta, L. C. (2012). Estado del arte y avances en la elaboración de helados. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 11, 6.

Real Academia Española. (2020). *Helado, helada | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/helado>

Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). «*Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida*» de Ecuador | *Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo*. <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>

Servicio de Rentas Internas. (s. f.). *Registro Único de Contribuyentes (RUC)—Intersri—Servicio de Rentas Internas*. Recuperado 25 de octubre de 2021, de <https://www.sri.gob.ec/RUC#requisitos>

Vargas, Z. R. (2009). La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165. <https://doi.org/10.15517/revedu.v33i1.538>

Zugarramurdi, A., y Parín, M. (1998). *Ingeniería económica aplicada a la industria pesquera*. Food & Agriculture Org.

Zurita, C. (2019). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados a base de una fusión de plantas aromáticas acompañado de trozos de jengibre y presentado en conos de cereales en el centro norte de Quito* [Quito: Universidad de las Américas, 2019]. <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2787642>

## ANEXOS

### ANEXO 1.- ENCUESTA



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Posgrado

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta sobre la factibilidad de implementación de una heladería con crema y queso dentro de la ciudad de Latacunga, Parroquia Belisario Quevedo.

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación que tendría la comercialización de helados con crema y queso, analizando la posibilidad de instaurar una heladería temática en el mercado. Solicitamos su franqueza para contestar el siguiente cuestionario ya que de esta encuesta dependerá el éxito en la investigación.

**GÉNERO:** F  M

**EDAD:**

10-14 \_\_\_\_\_

15-19 \_\_\_\_\_

20-24 \_\_\_\_\_

25-29 \_\_\_\_\_

30-34 \_\_\_\_\_

**OCUPACIÓN:**

Estudiante \_\_\_\_\_

Empleado \_\_\_\_\_

Desempleado \_\_\_\_\_

Ama de Casa \_\_\_\_\_

1. ¿Usted consume helado?

Si

No

Si su respuesta es **SI** continúe, caso contrario le agradecemos su participación.

2. ¿Con qué frecuencia usted asiste a una heladería?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

3. ¿Qué días suele asistir a una heladería? (puede seleccionar más de una opción)

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

4. ¿Le gustaría consumir helado acompañado de crema y queso?

Si

No

Si su respuesta es **SI** continúe, caso contrario le agradecemos su participación.

5. ¿Cuál de los siguientes helados le agrada consumir?

Cono simple con queso y crema

Tulipán doble con queso y crema

Banana Triple con queso y crema



6. ¿Qué sabor prefiere al momento de adquirir un helado?

- Chocolate  
 Maracuyá  
 Algodón de Azúcar  
 Chicle

7. ¿Conoce usted una heladería temática que ofrezca helados con crema y queso en la Parroquia Belisario Quevedo?

- Si  
 No

En las siguientes preguntas indique el grado de acuerdo o desacuerdo, considerado 1(Totalmente en desacuerdo)  
 2 (En desacuerdo), 3 (Indeciso), 4 (De acuerdo), 5 (Totalmente de acuerdo).

ÍTEMS		ESCALA				
Mediciones		1	2	3	4	5
8.	¿Ha tenido insatisfacción al consumir helados en la Parroquia Belisario Quevedo?					
9.	¿Usted consume helado cuando hace calor?					
10.	¿Usted consume helado por sus valores nutritivos que contiene?					
11.	¿Usted consume helado para compartir con su familia?					
12.	¿Usted consume helado para compartir con sus amigos?					
13.	¿Le gustaría consumir un helado al aire libre?					
14.	¿Prefiere consumir un helado en locales comerciales cerrados?					
15.	¿Al comprar un helado es importante para usted la calidad de los ingredientes que componen el helado?					
16.	¿Al comprar un helado es importante la cantidad del producto?					
17.	¿Al comprar un helado es importante el precio del producto?					
18.	¿Le gustaría pagar el consumo en efectivo en la heladería?					
19.	¿Le gustaría pagar el consumo por medios electrónicos en la heladería?					
20.	¿Considera usted importante la reputación, imagen del negocio que vende helados?					
21.	¿Usted está de acuerdo que el local comercial cuente con recursos tecnológicos para atender para atender al cliente?					
22.	¿Los lugares a los que usted acude a consumir helado son de su entera satisfacción?					
23.	¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Facebook?					
24.	¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Instagram?					
25.	¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Tik Tok?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN. QUE TENGA UN BUEN DÍA...

## ANEXO 2.- VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	x			
Calidad de la redacción	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

#### Apreciación cualitativa

El cuestionario está estipulado de una manera clara y coherente de tal manera que permita conseguir la información necesaria que aporte al proyecto.

#### Observaciones

En la pregunta N. 4 debería extender a la ciudad de Latacunga en vez de Belisario Quevedo

La pregunta 11 no tiene medición

#### Validado por:



EDWIN JOSELITO  
VASQUEZ ERAZO

Dr. Edwin Vásquez Erazo PhD

C.I. 1001303997

### ANEXO 3.- TABULACIÓN DE DATOS



Gráfico 14 ¿Con qué género se identifica?  
Elaborado por: Lady Duque

#### Análisis:

Según datos obtenidos de la investigación el 57% fueron mujeres y el 43% hombres, esto quiere decir que existe aceptación de un grupo heterogéneo al cual se va a dirigir el proyecto.

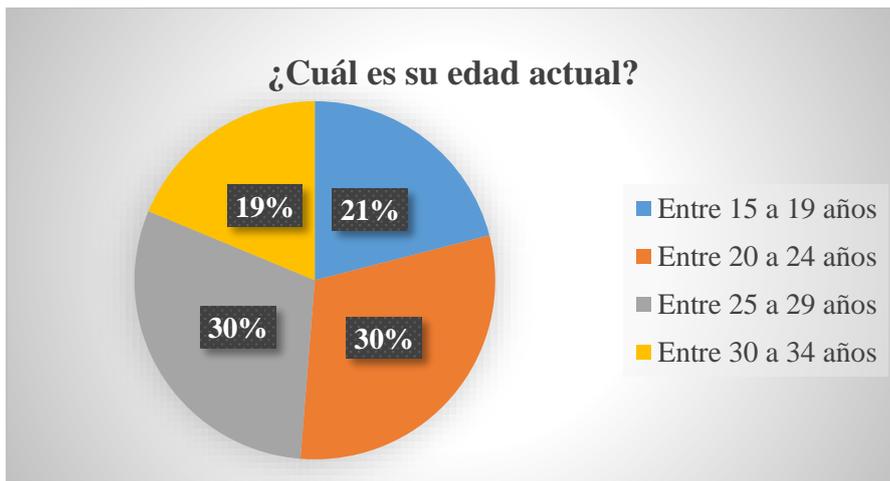
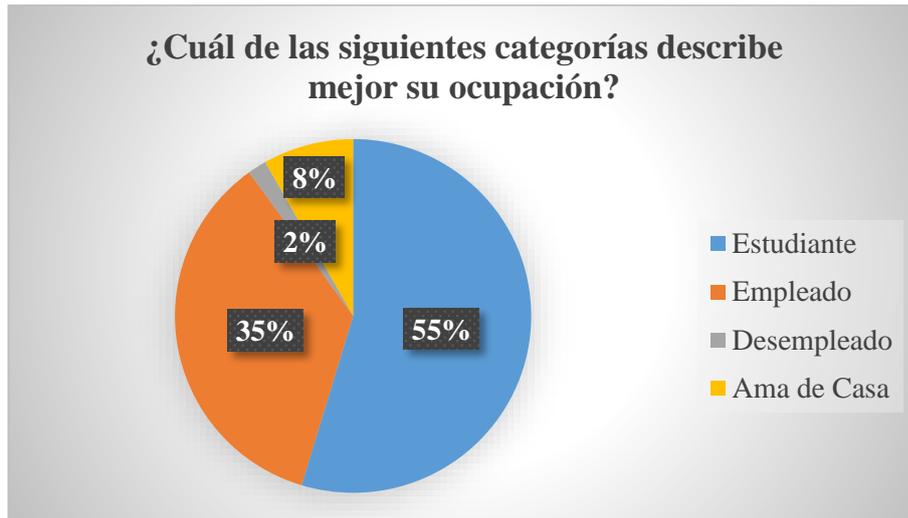


Gráfico 15 ¿Cuál es su edad actual?  
Elaborado por: Lady Duque

#### Análisis:

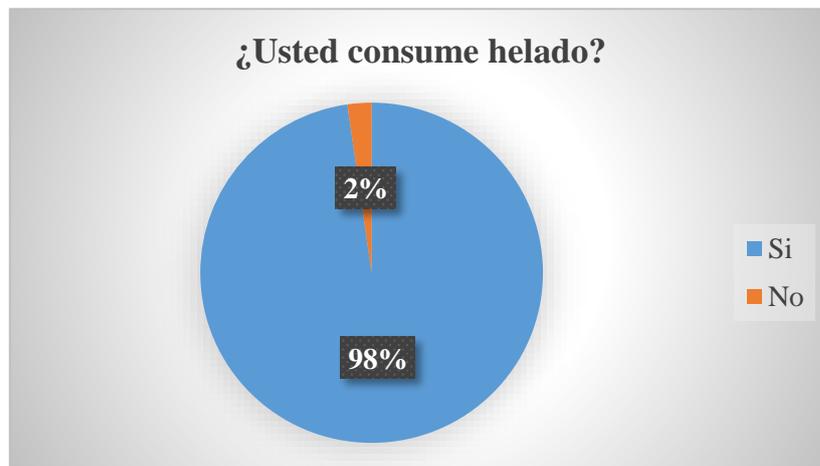
Se determina un grupo prioritario que comprende las edades de 15 a 34 años, compuesto por un mercado de personas con capacidad adquisitiva e interesados en la propuesta.



**Gráfico 16** ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor su ocupación?  
*Elaborado por: Lady Duque*

**Análisis:**

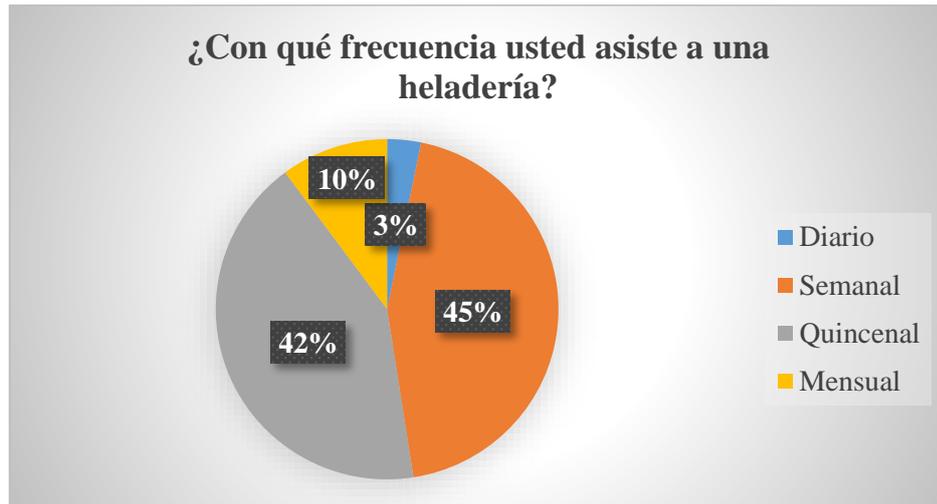
Con los datos obtenidos acerca de las ocupaciones, se observa mayor porcentaje en el grupo de estudiantes con un 55% y empleados con el 35 %, por esta razón se tomará a estos dos grupos como preferencia para la respectiva publicidad.



**Gráfico 17** ¿Usted consume helado?  
*Elaborado por: Lady Duque*

**Análisis:**

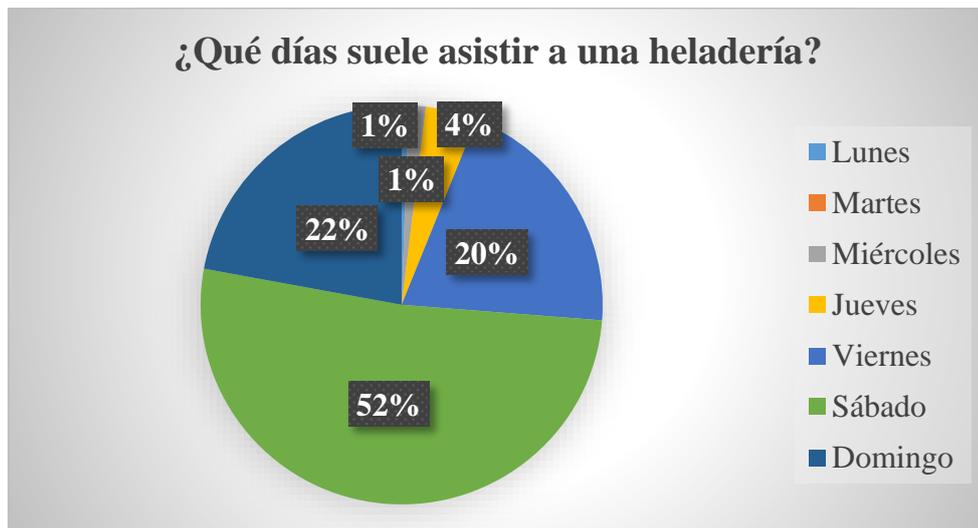
Mediante la encuesta realizada, se establece que de las 353 personas, 345 dijeron que consumen helados, siendo un 98, por otro lado 8 personas contestaron que no les gusta este producto, representando el 2%. Mediante esta información se puede determinar que en la parroquia Belisario Quevedo, existe un nivel alto en el consumo de helados.



**Gráfico 18** *¿Con qué frecuencia usted asiste a una heladería?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

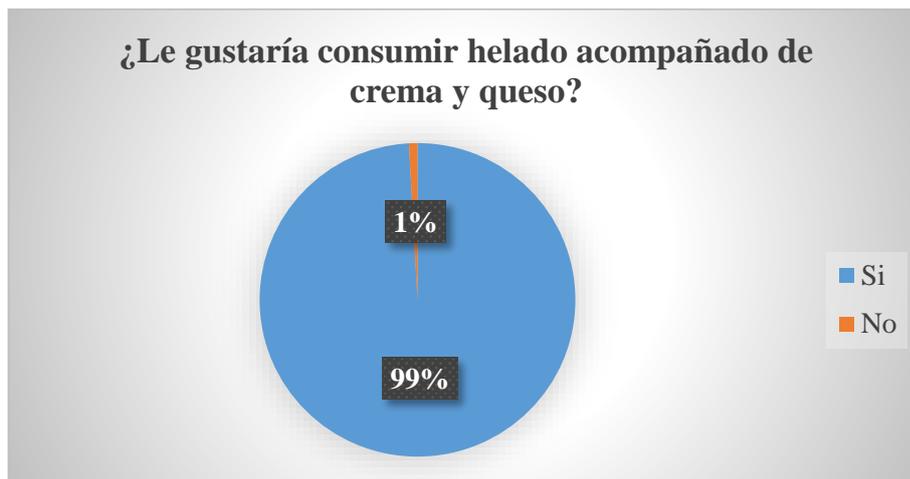
Se puede determinar que las personas asisten con más frecuencia a una heladería semanalmente con un porcentaje del 45%, favoreciendo positivamente, ya que se tendrá la con más frecuencia la visita de los clientes.



**Gráfico 19** *¿Le gustaría consumir helado acompañado de crema y queso?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

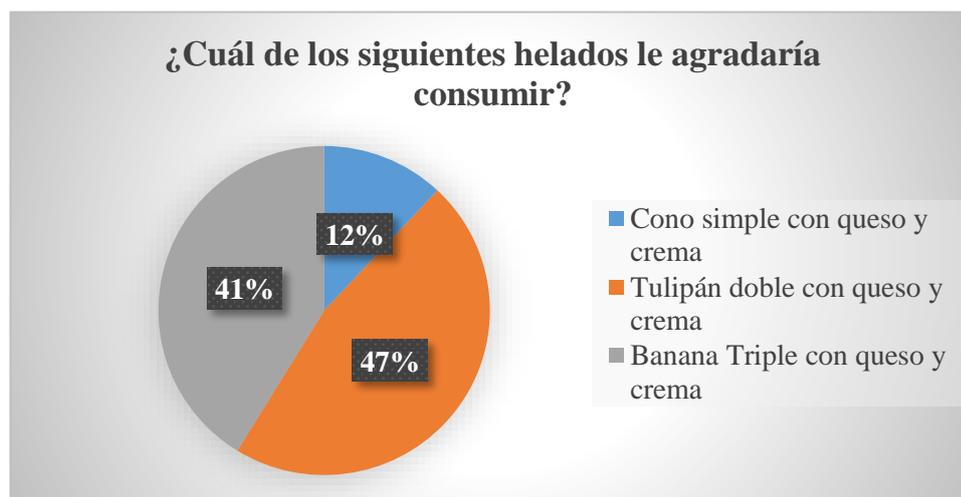
Los días más transcurridos a visitar una heladería son viernes, sábado y domingo es decir los fines de semana, es por ello que se ve en la necesidad de ofrecer promociones atractivas para los otros días y así tener ingresos diarios.



**Gráfico 20** *¿Le gustaría consumir helado acompañado de crema y queso?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

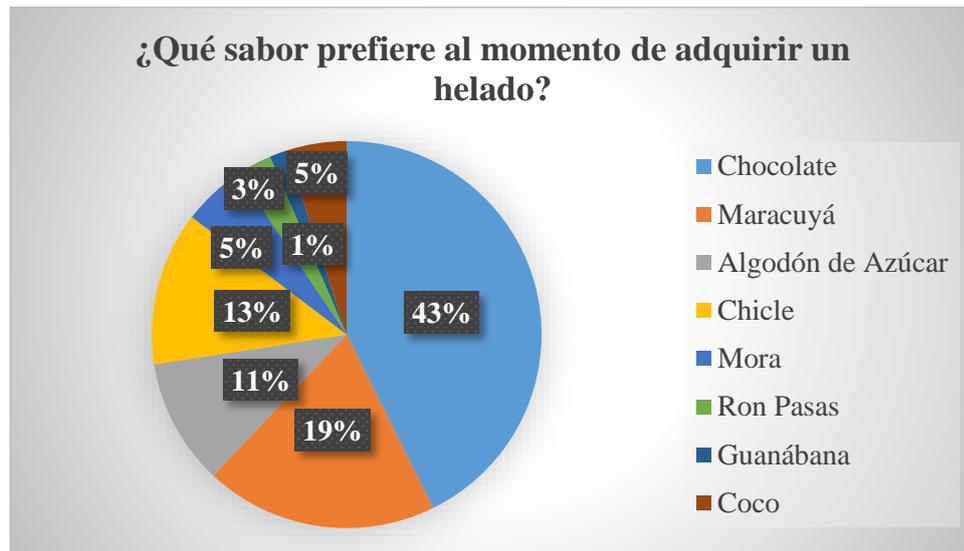
El 99% de encuestados mencionan que les gustaría consumir helado con queso y crema, determinando que el negocio si tendrá acogida en la parroquia Belisario Quevedo, creando un efecto positivo para continuar con el desarrollo de este plan de negocios.



**Gráfico 21** *¿Cuál de los siguientes helados le agradaría consumir?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

De los productos que se realizarán en el negocio, el 12% le agradaría consumir helados de cono simple con queso y crema, el 41% banana triple con queso y crema y el 47% tulipán doble con queso y crema, siendo este el producto estrella por su mayor aceptación.



**Gráfico 22** *¿Qué sabor prefiere al momento de adquirir un helado?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

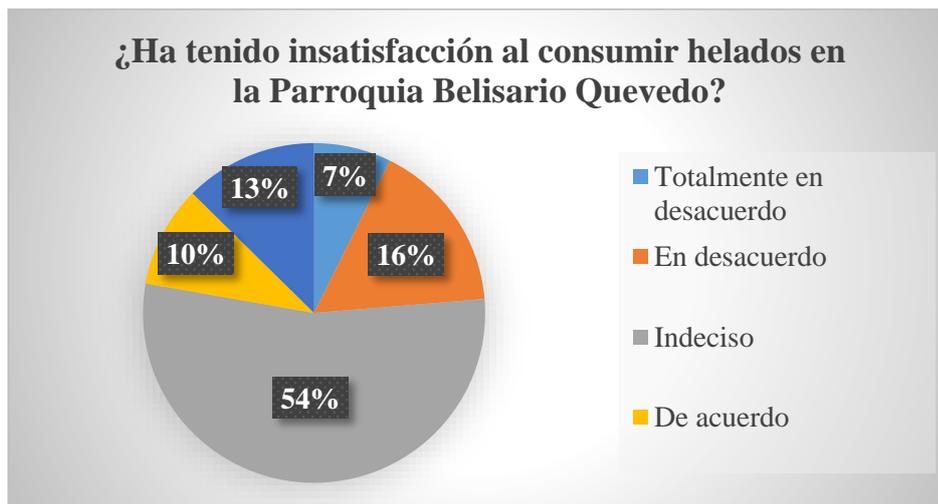
Los sabores de helado con más acogida son chocolate con el 43%, maracuyá con el 19% y chicle con el 13%, sin embargo se dispondrán en la heladería de una variedad de sabores.



**Gráfico 23** *¿Conoce usted una heladería con mobiliario temático de helados que ofrezca helados con crema y queso en la Parroquia Belisario Quevedo?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

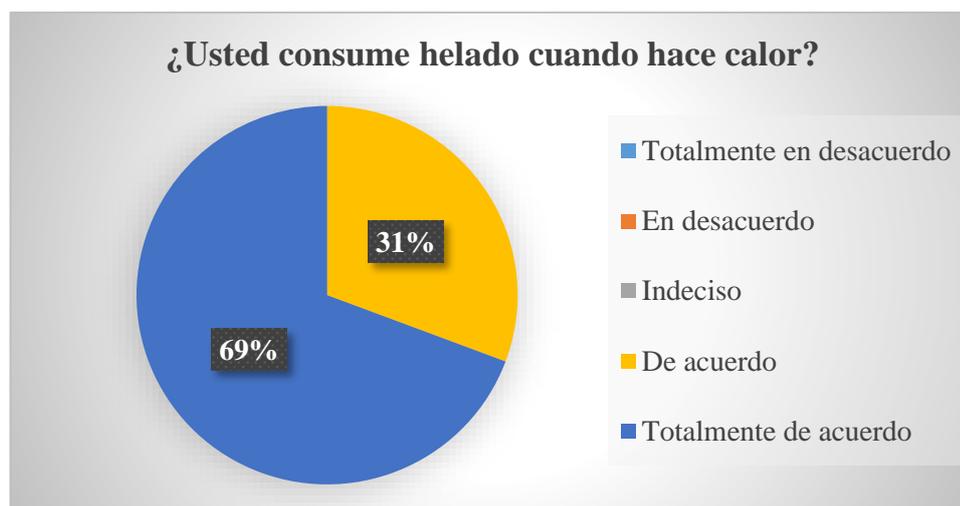
El 98% de los encuestados no conocen una heladería temática en la parroquia Belisario Quevedo, razones por las cuales sería muy aceptable esta idea innovadora.



**Gráfico 24** *¿Ha tenido insatisfacción al consumir helados en la Parroquia Belisario Quevedo?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 54% se encuentra indeciso de haber tenido insatisfacción al consumir helados en la parroquia Belisario Quevedo, por lo que con esta idea innovadora del negocio se pretende satisfacer totalmente a la clientela.



**Gráfico 25** *¿Usted consume helado cuando hace calor?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

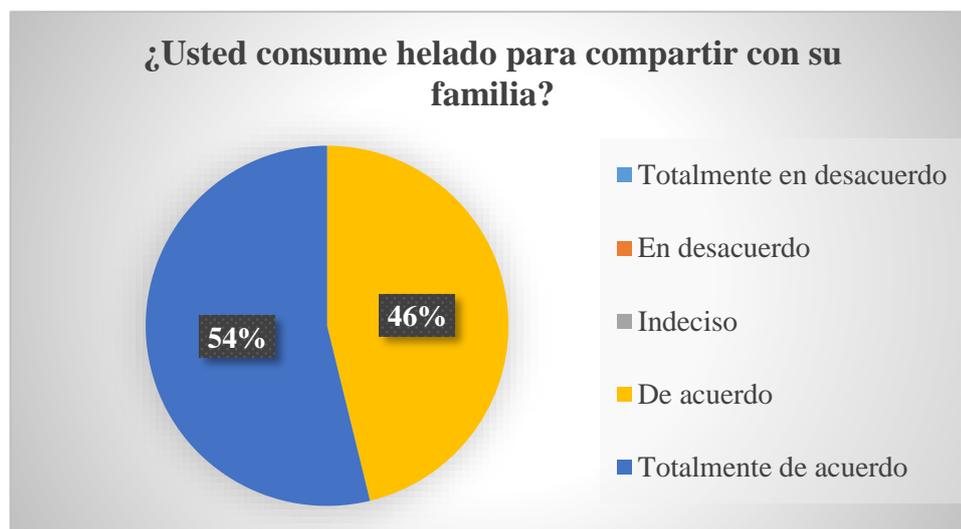
El 69% está totalmente de acuerdo que se consume helados cuando hace calor, por lo que se ha visto la necesidad de implementar más adelante otros productos como cafés y comida rápida, para climas fríos y así tener clientela en todo momento.



**Gráfico 26** *¿Usted consume helado por sus valores nutritivos que contiene?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

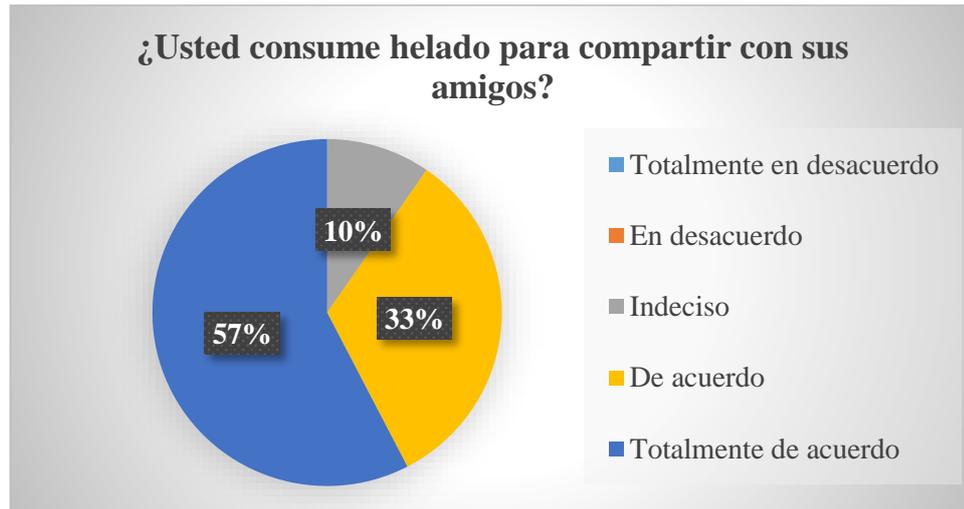
El 31% está de acuerdo en consumir helados por sus valores nutritivos que contiene, es por ello que se ofrecerá solo helados artesanales.



**Gráfico 27** *¿Usted consume helado para compartir con su familia?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

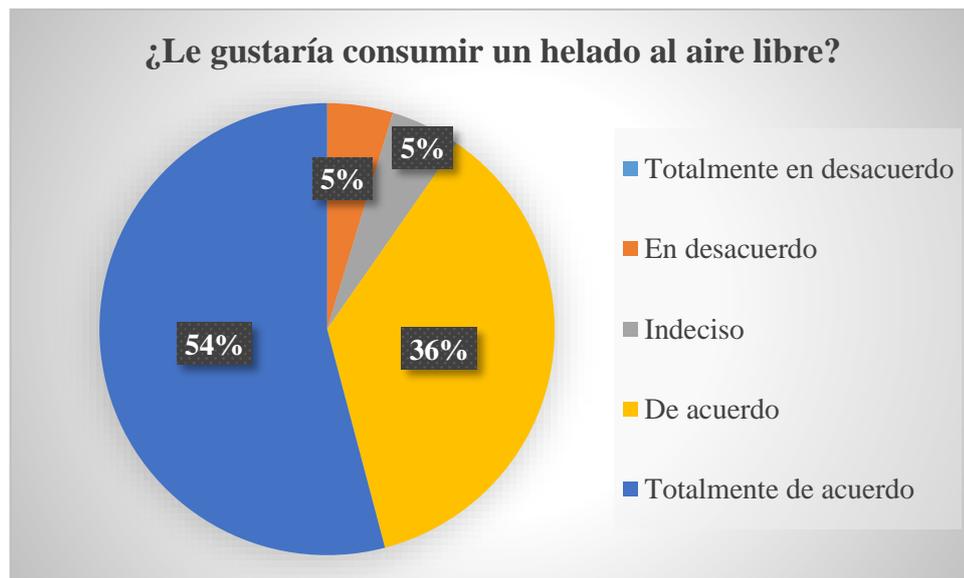
El 54% está totalmente de acuerdo que se consume helados por compartir con la familia, por lo que el local será muy atractivo y acogedor con su temática de figuras de helados, para que puedan disfrutar momentos agradables en familia.



**Gráfico 28** *¿Usted consume helado para compartir con sus amigos?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

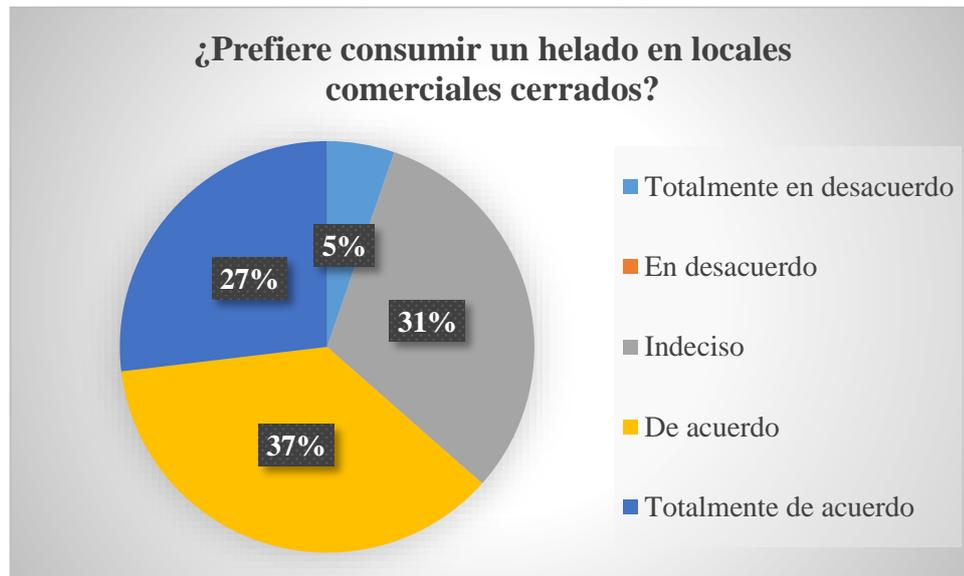
El 57% está totalmente de acuerdo que se consume helados por compartir con amigos, por lo que el local contara con área de juegos, para que puedan pasar momentos interesantes.



**Gráfico 29** *¿Le gustaría consumir un helado al aire libre?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 54% está totalmente de acuerdo que le gustaría consumir helados al aire libre, por lo que en el local se dispondrá de mesas al aire libre con una decoración muy atractiva.



**Gráfico 30** *¿Prefiere consumir un helado en locales comerciales cerrados?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

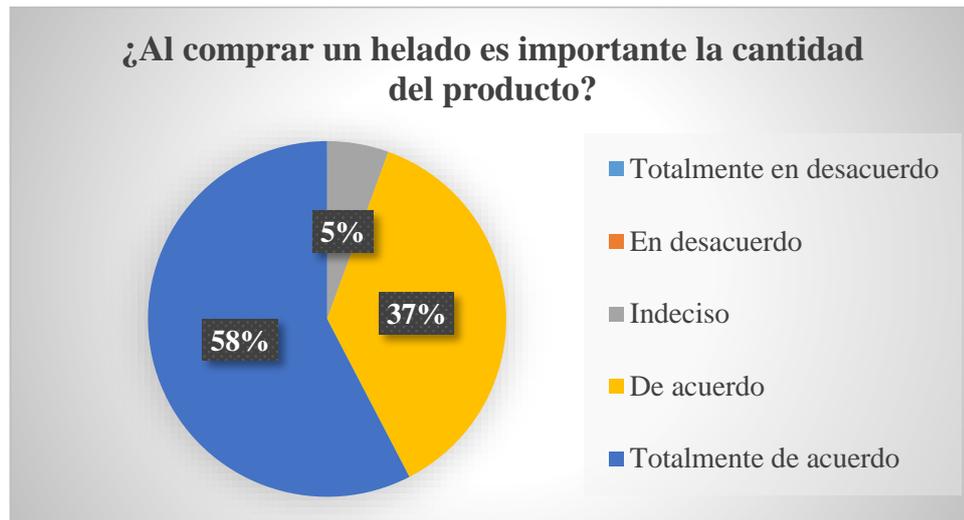
El 37% de acuerdo en que prefieren consumir helados en un local cerrado, por ello se dispondrá del mismo en un lugar amplio.



**Gráfico 31** *¿Al comprar un helado es importante para usted la calidad de los ingredientes que componen el helado?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 62% está totalmente de acuerdo que al comprar un helado es importante la calidad de los ingredientes que componen, por lo que se ofrecerá helados de frutas naturales.



**Gráfico 32** *¿Al comprar un helado es importante la cantidad del producto?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

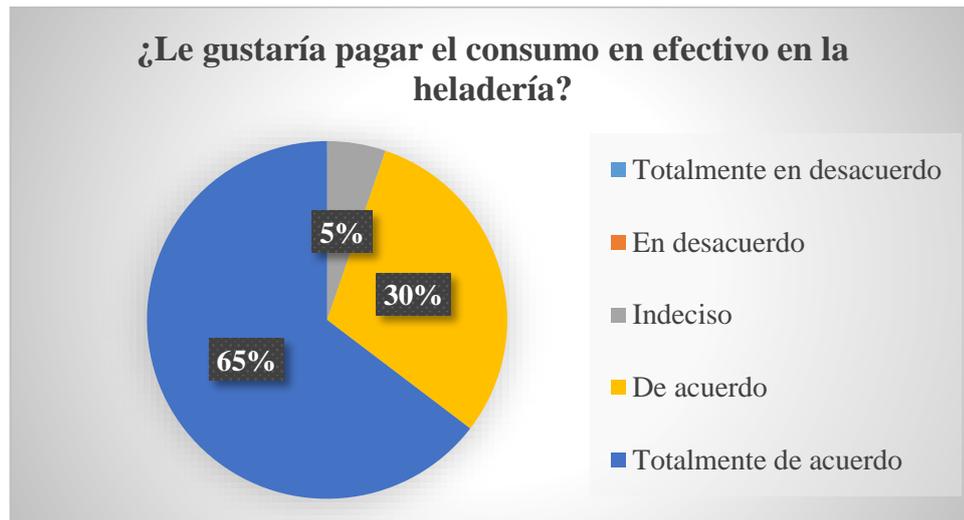
El 58% está totalmente de acuerdo que al comprar un helado es importante la cantidad del producto, es por ello que se despachará los helados en porciones adecuadas.



**Gráfico 33** *¿Al comprar un helado es importante el precio del producto?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

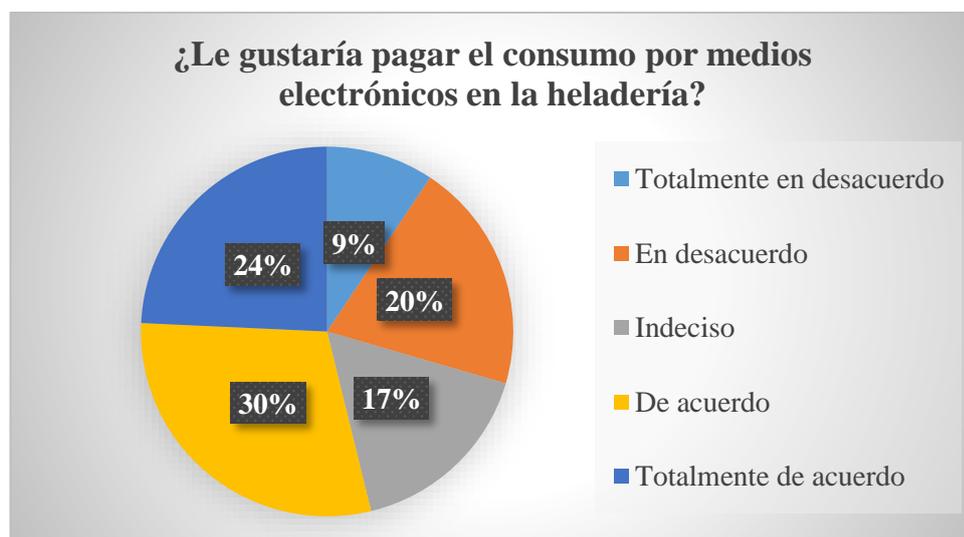
El 66% está totalmente de acuerdo que al comprar un helado es importante el precio del producto, por lo que se ofrecerá precios asequibles.



**Gráfico 34** *¿Le gustaría pagar el consumo en efectivo en la heladería?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

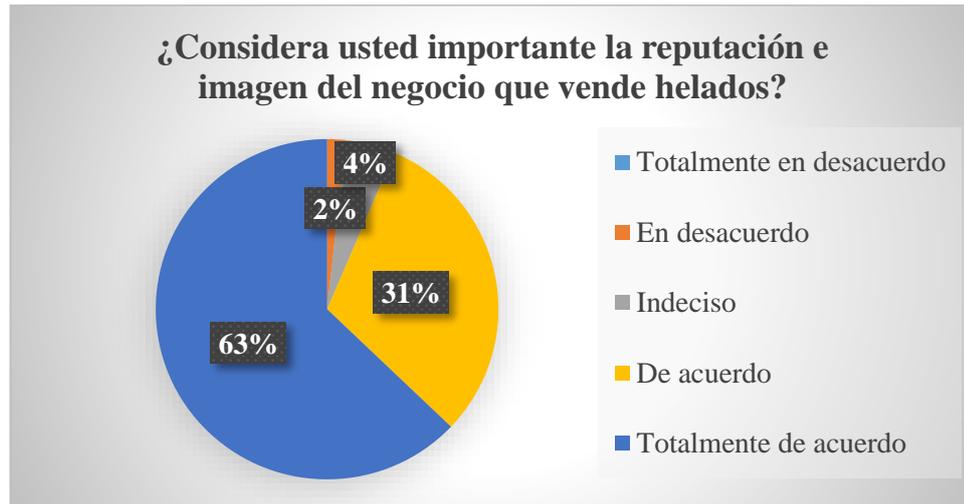
El 65% está totalmente de acuerdo que le gustaría pagar el consumo en efectivo, por lo que se realizará cobros en efectivo acompañados de buena atención.



**Gráfico 35** *¿Le gustaría pagar el consumo por medios electrónicos en la heladería?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 30% está de acuerdo que le gustaría pagar el consumo por medios electrónicos, por lo que se implementará en el local los medios necesarios para realizar los cobros ya sea con tarjetas de débito o crédito.



**Gráfico 36** *¿Considera usted importante la reputación e imagen del negocio que vende helados?*  
 Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 63% está totalmente de acuerdo que es importante la reputación e imagen del negocio que vende helados, razones por las que el local será decorado atractivamente.



**Gráfico 37** *¿Usted está de acuerdo que el local comercial cuente con recursos tecnológicos para atender al cliente?*  
 Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 60% está totalmente de acuerdo que el local comercial cuente con recursos tecnológicos para atender al cliente, por lo que se implementará pedidos desde sus mesas, aprovechando la tecnología.



**Gráfico 38** *¿Los lugares a los que usted acude a consumir helado son de su entera satisfacción?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

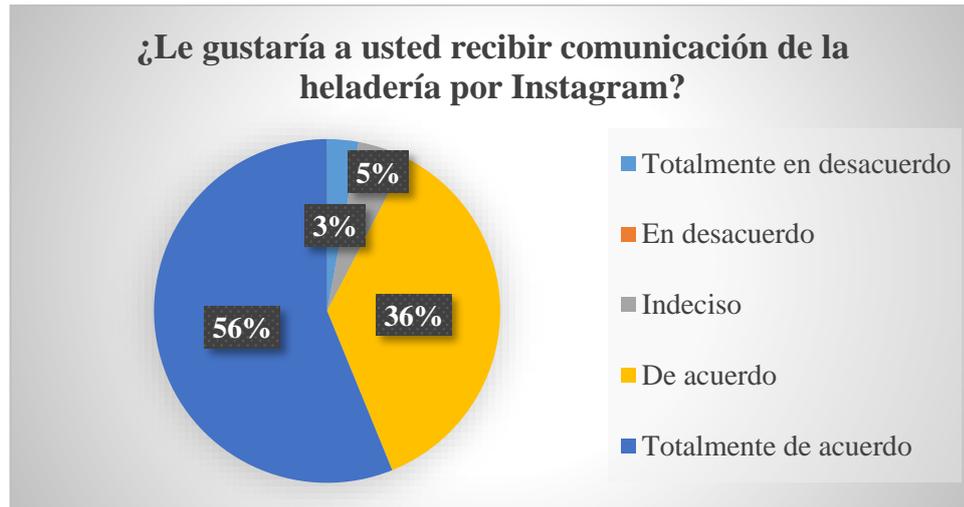
El 56% está de acuerdo que a los lugares a los que acudido a consumir helado son de su entera satisfacción, por lo que se pretende igualmente satisfacer totalmente a los clientes, adicionalmente dándoles un plus al atenderles para que puedan recomendar a otras personas.



**Gráfico 39** *¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Facebook?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

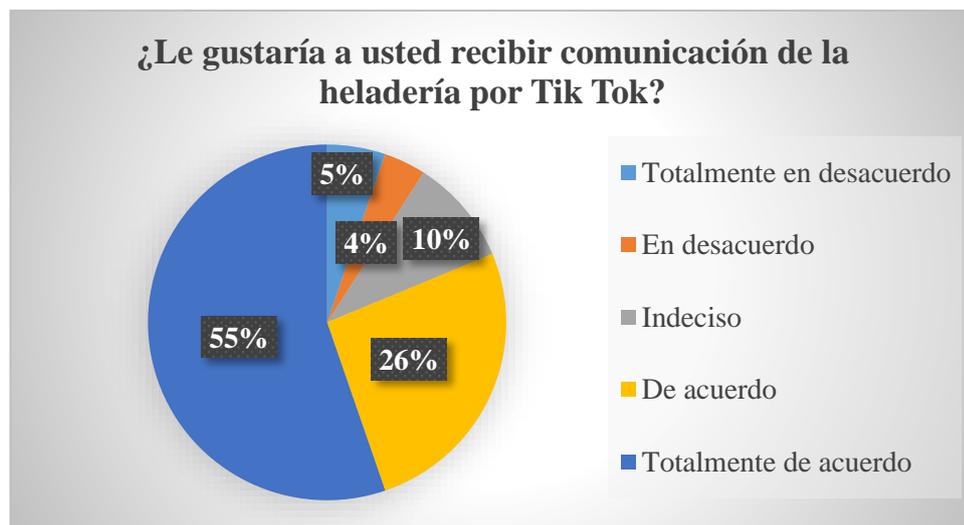
El 46% está de acuerdo que le gustaría recibir comunicación de la heladería por Facebook, es por ello que la publicidad se realizará por dichos medios, logrando así llegar a más personas para que conozcan sobre la heladería.



**Gráfico 40** *¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Instagram?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 56% está totalmente de acuerdo que le gustaría recibir comunicación de la heladería por Instagram, es por ello que la publicidad se realizará por dichos medios, logrando así llegar a más personas para que conozcan sobre la heladería.



**Gráfico 41** *¿Le gustaría a usted recibir comunicación de la heladería por Tik Tok?*  
Elaborado por: Lady Duque

**Análisis:**

El 55% está totalmente de acuerdo que le gustaría recibir comunicación de la heladería por Tik Tok, es por ello que la publicidad se realizará por dichos medios, logrando así llegar a más personas para que conozcan sobre la heladería.

## ANEXO 4.- ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 33. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos operacionales</u>	\$ 31,458.03	\$ 32,447.18	\$ 33,467.43	\$ 34,519.76	\$ 35,605.17
(-) Costo de ventas	\$ 22,020.62	\$ 22,713.03	\$ 23,427.20	\$ 24,163.83	\$ 24,923.62
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>\$ 9,437.41</b>	<b>\$ 9,734.15</b>	<b>\$ 10,040.23</b>	<b>\$ 10,355.93</b>	<b>\$ 10,681.55</b>
( - ) Gastos operacionales					
(-) Gastos administrativos	\$ 5,863.20	\$ 5,915.38	\$ 5,968.03	\$ 6,021.14	\$ 6,074.73
(-) Depreciaciones	\$ 621.51	\$ 621.51	\$ 621.51	\$ 621.51	\$ 621.51
(-) Amortizaciones	\$ 20.80	\$ 20.80	\$ 20.80	\$ 20.80	\$ 20.80
Total gasto operacional	\$ 6,505.51	\$ 6,557.69	\$ 6,610.34	\$ 6,663.45	\$ 6,717.04
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>\$ 2,931.90</b>	<b>\$ 3,176.46</b>	<b>\$ 3,429.89</b>	<b>\$ 3,692.47</b>	<b>\$ 3,964.51</b>
<u>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</u>					
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 795.00	\$ 679.17	\$ 544.92	\$ 389.33	\$ 209.00
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 2,136.90</b>	<b>\$ 2,155.92</b>	<b>\$ 2,175.11</b>	<b>\$ 2,194.47</b>	<b>\$ 2,214.00</b>
22% Impuesto a la Renta	\$ 470.12	\$ 474.30	\$ 478.52	\$ 482.78	\$ 487.08
<b>(=) Utilidad antes de Participación Trabajadores</b>	<b>\$ 1,666.78</b>	<b>\$ 1,681.62</b>	<b>\$ 1,696.58</b>	<b>\$ 1,711.68</b>	<b>\$ 1,726.92</b>
15% Participación Trabajadores	\$ 250.02	\$ 252.24	\$ 254.49	\$ 256.75	\$ 259.04
Utilidad Neta del Ejercicio	<b>\$ 1,416.77</b>	<b>\$ 1,429.38</b>	<b>\$ 1,442.10</b>	<b>\$ 1,454.93</b>	<b>\$ 1,467.88</b>

Elaborado por: Lady Duque

## ANEXO 5.- PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTOS

Tabla 34. Punto de Equilibrio Cono Simple

Punto De Equilibrio En Unidades Cono Simple			
Pe	=	Costo Fijo	
		Precio Unitario	-
Pe	=	5383.20	
		1.34	-
Pe	=	<b>9.628,48</b>	
Punto De Equilibrio En Dólares			
Pe	=	Costo Fijo	
		1	-
Pe	=	5383.20	
		1	-
Pe	=	1.34	
		<b>\$ 12,944.77</b>	

Elaborado por: Lady Duque

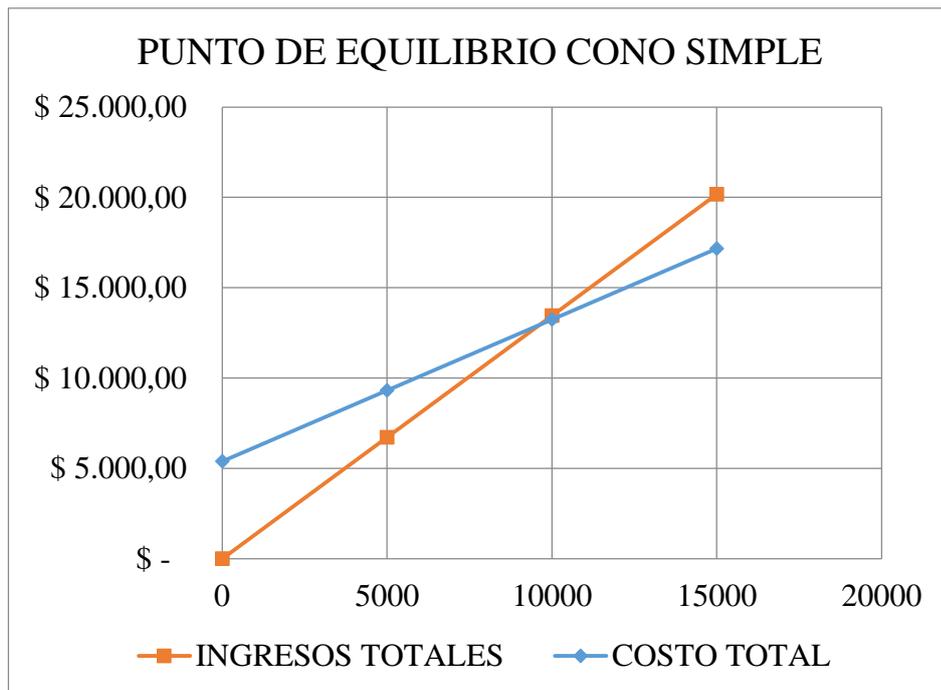


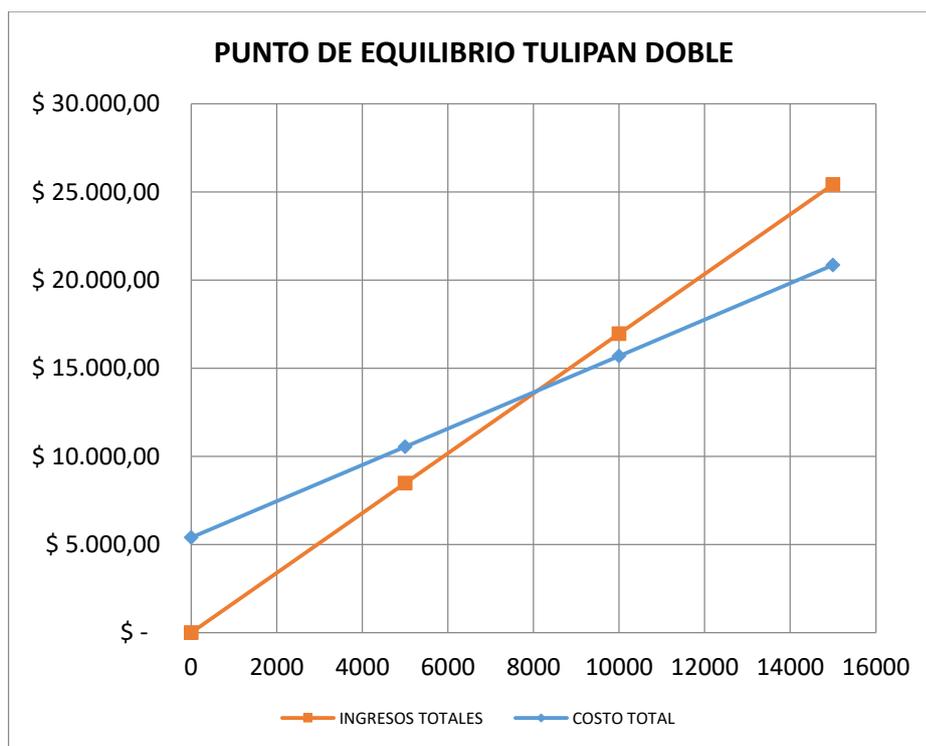
Gráfico 42 Punto de Equilibrio Cono Simple

Elaborado por: Lady Duque

**Tabla 35. Punto de Equilibrio Tulipán Doble**

Punto De Equilibrio En Unidades Tulipán Doble			
Pe	=	Costo Fijo	
		Precio Unitario	- Costo Variable Unitario
Pe	=	5383.20	
		1.69	- 1.03
Pe	=	<b>8.104</b>	
Punto De Equilibrio En Dólares			
Pe	=	Costo Fijo	
		1	- Costo Variable Unitario
Pe	=	5383.20	
		1	- Precio Unitario
Pe	=	1.03	
		1.69	
Pe	=	<b>\$ 13.736,11</b>	

*Elaborado por: Lady Duque*

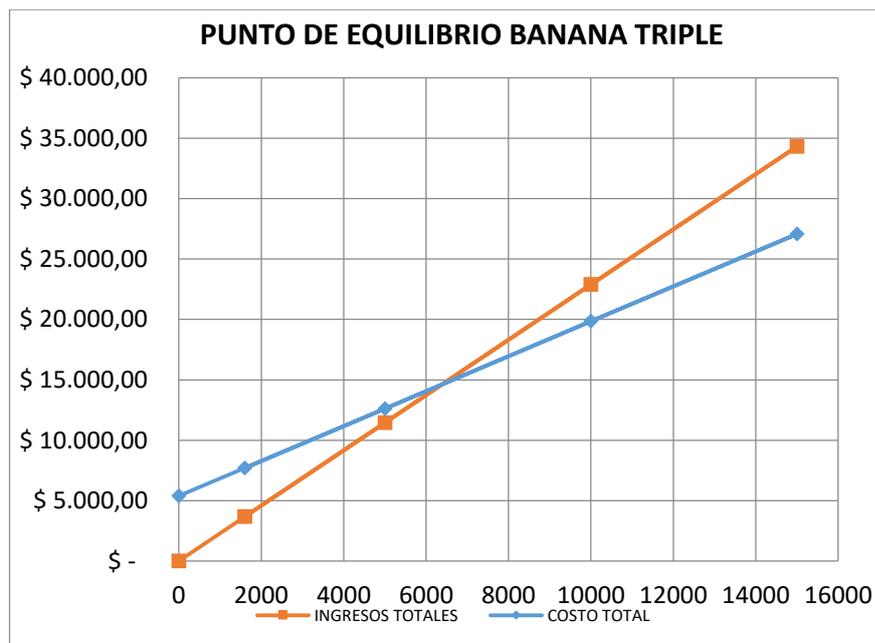


**Gráfico 43 Punto de Equilibrio Tulipán Doble**  
*Elaborado por: Lady Duque*

**Tabla 36. Punto de Equilibrio Banana Triple**

Punto De Equilibrio En Unidades Banana Triple			
Pe	=	Costo Fijo	
		Precio Unitario	-
Pe	=	5383.20	
		2.29	-
Pe	=	<b>6.392</b>	
Punto De Equilibrio En Dólares			
Pe	=	Costo Fijo	
		1	-
Pe	=	5383.20	
		1	-
Pe	=	1.45	
		2.29	
Pe	=	<b>\$ 14.625,41</b>	

*Elaborado por: Lady Duque*



**Gráfico 44 Punto de Equilibrio Banana Triple**

*Elaborado por: Lady Duque*

## ANEXO 6.- INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 37. Indicadores Financieros

FÓRMULA	CÁLCULO		%
MARGEN BRUTO=(UTILIDAD BRUTA)/VENTAS =	9384.64	=	30%
	31282.13		
<b>Interpretación:</b> Se determina que por el monto de ventas de \$ 31,282.13 se genera el 30% de utilidad.			
MARGEN NETO=(UTILIDAD NETA)/VENTAS =	2084.13	=	7%
	31282.13		
<b>Interpretación:</b> Se determina que la utilidad neta corresponde al 7% de las ventas al año.			
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO=(UTILIDAD NETA)/PATRIMONIO =	2084.13	=	59%
	3507.21		
<b>Interpretación:</b> Se determina que las utilidades netas corresponden al 59%.			
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO=(TOTAL PASIVO)/(TOTAL ACTIVO) =	4271.51	=	55%
	7778.72		
<b>Interpretación:</b> Se determina que del total de activos un 55% pertenece a terceras personas.			
APALANCAMIENTO=(TOTAL PASIVO)/PATRIMONIO =	4271.51	=	122%
	3507.21		
<b>Interpretación:</b> Se determina que del total del patrimonio un 122% pertenece a terceras personas.			

Elaborado por: Lady Duque