

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS Y NEGOCIOS

---

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE “CHOLADOS” A BASE DE  
FRUTAS NATURALES EN EL SECTOR DE LA  
RUMIÑAHUI DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.

---

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en  
Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Bonilla Larco Nicole Madeleine

TUTOR

Ing. Freddy Bravo

QUITO – ECUADOR

2019

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE “CHOLADOS” A BASE DE FRUTAS NATURALES EN EL SECTOR DE LA RUMIÑAHUI DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018”** presentado por Bonilla Larco Nicole Madeleine, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 11 de Junio de 2019

-----  
Ing. Freddy Bravo

TUTOR

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y LA PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Nicole Madeleine Bonilla Larco, declaro ser autora del “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE “CHOLADOS” A BASE DE FRUTAS NATURALES EN EL SECTOR DE LA RUMIÑAHUI, DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018**” como requisito para optar al grado de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, 18 de Junio de 2019, firmo conforme:

**Autora:** Nicole Madeleine Bonilla Larco

**Firma:** \_\_\_\_\_

**Número de Cédula:** 1725993198

**Dirección:** Av. Real Audiencia N57 – 225 y Leonardo Murialdo (Rumiñahui)

**Correo Electrónico:** ni\_cky44@hotmail.com

**Teléfono:** 0987801625

## **AUTORÍA DE TESIS**

Yo, Nicole Madeleine Bonilla Larco, en calidad de estudiante Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, declaro que los contenidos de este informe de Investigación Científica, requisito previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 11 de Junio de 2019

---

Nicole Madeleine Bonilla Larco

C.I: 1725993198

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,..... del 2019

Para constancia firman:

**F** .....

**PRESIDENTE**

**F** .....

**VOCAL**

**F** .....

**VOCAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco ante todo a Jehová por siempre estar a mi lado ayudándome a cumplir mis metas y logros que he tenido durante toda mi vida.

A mi familia, por no dejarme caer ante los problemas, por siempre fortalecerme cuando lo necesitaba.

Agradezco a mis profesores de Administración porque no solo me enseñaron materia, sino un estilo de vida. Gracias a ustedes puedo cumplir mi meta de ser una excelente persona y una magnífica profesional.

**Gracias**

## **DEDICATORIA**

Mi trabajo de tesis dedico a mis padres Eduardo Bonilla y Mery Larco porque fueron el impulso que necesitaba para seguir adelante, cuando tuve algún problema no dudaron en ayudarme. Debido a mis padres hoy puedo culminar mis estudios con éxito ya que nunca perdieron la fe en mí, siempre confiaron en que lo lograría, sin ustedes no lo hubiese podido hacer. Los amo con todo mi corazón.

A mis amigos y familiares que me tienen un cariño sincero y que siempre estuvieron al pendiente tanto de mi progreso profesional como del espiritual.

**La Autora**

## ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA.....	iii
AUTORÍA DE TESIS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
<b>ÁREA DE MARKETING.....</b>	<b>3</b>
Definición del producto o servicio.....	3
Especificaciones del servicio o producto.....	3
Aspectos innovadores.....	3
Definición del mercado.....	5
Demanda potencial.....	24
Análisis del macro y micro ambiente.....	25
Análisis del micro ambiente.....	25
Análisis del macro ambiente.....	28
Proyección de la oferta.....	36
Demanda Potencial Insatisfecha.....	40
Promociones y publicidad que se realizará.....	41
Sistema de distribución a utilizar.....	42
Seguimiento de clientes.....	42
Especificar mercados alternativos.....	43

<b>CAPÍTULO II</b> .....	44
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)</b> .....	44
Descripción de procesos.....	44
Descripción del proceso de transformación.....	44
Mapa de procesos.....	44
Descripción de proceso de compra de materia prima.....	46
Descripción de proceso de elaboración de Cholado.....	48
Descripción de proceso del servicio.....	52
Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	54
Tecnología a aplicar.....	58
Factores que afectan el plan de operaciones.....	59
Ritmo de producción.....	59
Capacidad de producción.....	62
Definición de recursos necesarios para la producción.....	62
Calidad.....	63
Normativa y permisos que afectan su instalación.....	65
<b>CAPÍTULO III</b> .....	67
<b>ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</b> .....	67
Análisis estratégico y definición de objetivos.....	67
Visión de la empresa.....	67
Misión de la empresa.....	67
Definición del objetivo general.....	67
Análisis FODA.....	70
Organización funcional de la empresa.....	72
Organigrama estructural.....	72
Organigrama funcional.....	73
Descripción de puestos.....	74
Control de gestión.....	78
Necesidades de personal.....	79

<b>CAPÍTULO IV</b> .....	80
<b>ÁREA JURÍDICO LEGAL</b> .....	80
Determinación de la forma jurídica.....	80
Patentes y marcas.....	81
Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	83
<b>CAPÍTULO V</b> .....	84
<b>ÁREA FINANCIERA</b> .....	84
Plan de inversiones.....	84
Plan de financiamiento.....	86
Cálculo de costos y gastos.....	88
Cálculo de ingresos.....	100
Flujo de caja.....	102
Punto de equilibrio.....	103
Estado de resultados proyectado.....	105
Evaluación financiera.....	107
Conclusiones.....	111
Recomendaciones.....	112
Bibliografía.....	113
Anexos.....	117

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N°1. Vidrio reciclado.....	4
Ilustración N°2. Local comercial.....	5
Ilustración N°3. Mapa sector de la Rumiñahui.....	5
Ilustración N°4. Personas que han probado los Cholados.....	15
Ilustración N°5. Personas que les gustaría probar un Cholado.....	16
Ilustración N°6. Frecuencia con que la persona compraría un Cholado.....	17
Ilustración N°7. Frutas elegidas para el Cholado.....	18
Ilustración N°8. Sabores elegidos para los jarabes .....	20
Ilustración N°9. Disponibilidad de pago por un Cholado.....	21
Ilustración N°10. Preferencias de medios para un nuevo negocio.....	22
Ilustración N°11. Lo que ven las personas para elegir dónde comer.....	23
Ilustración N°12. Fuerza de Porter.....	26
Ilustración N°13. Permiso de funcionamiento.....	30
Ilustración N°14. Canal directo.....	42
Ilustración N°15. Mapa de Procesos.....	44
Ilustración N°16. Flujograma de compra de materia prima.....	47
Ilustración N°17. Baño María de pulpa de frutas.....	48
Ilustración N°18. Desinfectar y picar frutas.....	48
Ilustración N°19. Elaboración de jarabes.....	49
Ilustración N°20. Picar hielo.....	50
Ilustración N°21. Cholado.....	50
Ilustración N°22. Flujograma de elaboración del Cholado.....	51
Ilustración N°23. Flujograma del servicio.....	53
Ilustración N°24. Mapa de localización del negocio.....	54
Ilustración N°25. Planos del Chol-Ice.....	56
Ilustración N°26. Hoja de verificación.....	65
Ilustración N°27. Organigrama estructural de Chol-Ice.....	72
Ilustración N°28. Organigrama funcional de Chol-Ice .....	73
Ilustración N°29. Marca y logotipo para Chol-Ice.....	82
Ilustración N°30. Punto de Equilibrio.....	105

Ilustración N°31. Cholado caleño.....	117
Ilustración N°32. Artículo sobre el Cholado.....	118
Ilustración N°33. Heladería Avalancha Tropical.....	119
Ilustración N°34. Heladería Disfrutas.....	119
Ilustración N°35. Heladería Oscuro.....	120
Ilustración N°36. Local bate que bate.....	120
Ilustración N°37. Página de Facebook de Chol.Ice.....	121
Ilustración N°38. Cálculo de pago a empleados de jornada parcial.....	122

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Categorización de sujetos.....	6
Tabla N°2. Dimensión conductual.....	6
Tabla N°3. Población por sectores de la Rumiñahui, Quito.....	6
Tabla N°4. Dimensión geográfica.....	7
Tabla N°5. Dimensión demográfica.....	7
Tabla N°6. Cuadro de necesidades.....	8
Tabla N°7. Inflación en el Ecuador año 2017.....	11
Tabla N°8. Personas que han probado los Cholados.....	15
Tabla N°9. Personas que les gustaría probar un Cholado.....	16
Tabla N°10. Frecuencia con que la persona compraría un Cholado.....	17
Tabla N°11. Frutas elegidas para el Cholado.....	18
Tabla N°12. Sabores elegidos para los jarabes.....	19
Tabla N°13. Disponibilidad de pago por un Cholado.....	21
Tabla N°14. Preferencia de medios para un nuevo negocio.....	22
Tabla N°15. Lo que ven las personas para elegir dónde comer.....	23
Tabla N°16. Proyección de la demanda.....	25
Tabla N°17. Matriz EFE.....	31
Tabla N°18. Matriz EFI.....	33
Tabla N°19. Matriz MPC.....	35
Tabla N°20. Personas que compran en distintas heladerías.....	38
Tabla N°21. Personas que compran conos de helado anualmente.....	39
Tabla N°22. Proyección de la oferta.....	40
Tabla N°23. Demanda potencial insatisfecha.....	40
Tabla N°24. Equipamiento.....	57
Tabla N°25. Muebles y enseres.....	57
Tabla N°26. Equipo de computación.....	57
Tabla N°27. Personas.....	58
Tabla N°28. Ritmo de producción.....	59
Tabla N°29. Número de trabajadores.....	60
Tabla N°30. Capacidad de producción futuro.....	62

Tabla N°31. Materias primas y grado de sustitución.....	62
Tabla N°32. Matriz axiológica.....	69
Tabla N°33. Análisis FODA.....	70
Tabla N°34. Descripción de puesto de Gerente propietario.....	74
Tabla N°35. Descripción de puesto de Cocinero 1.....	75
Tabla N°36. Descripción de puesto de Cocinero 2.....	75
Tabla N°37. Descripción de puesto de Ayudante de limpieza 1.....	76
Tabla N°38. Descripción de puesto de Ayudante de limpieza 2.....	77
Tabla N°39. Indicadores de gestión.....	78
Tabla N°40. Plan de inversiones.....	84
Tabla N°41. Forma de financiamiento.....	86
Tabla N°42. Capital de trabajo.....	86
Tabla N°43. Detalle de costos.....	88
Tabla N°44. Proyección de costos.....	90
Tabla N°45. Promedio de la inflación en el Ecuador.....	92
Tabla N°46. Detalle de gastos.....	93
Tabla N°47. Proyección de gastos.....	94
Tabla N°48. Rol de pagos.....	96
Tabla N°49. Rol de provisiones.....	97
Tabla N°50. Depreciaciones.....	98
Tabla N°51. Proyección de depreciación.....	99
Tabla N°52. Cálculo de ingresos.....	100
Tabla N°53. Proyección de ingresos.....	101
Tabla N°54. Flujo de caja.....	102
Tabla N°55. Costos fijos anuales.....	103
Tabla N°56. Elementos para cálculo de punto de equilibrio.....	103
Tabla N°57. Costos variables anuales.....	104
Tabla N°58. Estado de resultados proyectado.....	106
Tabla N°59. Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	107
Tabla N°60. Tasa interna de retorno (TIR).....	109
Tabla N°61. Periodo de recuperación.....	110

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE “CHOLADOS” A BASE DE FRUTAS NATURALES EN EL SECTOR DE LA RUMIÑAHUI DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018”**

**AUTORA:** Bonilla Larco Nicole Madeleine

**TUTOR:** Ing. Freddy Bravo

### RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del proyecto propuesto es desarrollar un plan de negocios para la producción y elaboración de Cholados en la ciudad de Quito, en el sector de la Rumiñahui. Por lo cual se realizó un estudio de mercado, para determinar la acogida que tendría este producto en el mercado y las preferencias de los consumidores; en dicho estudio se obtuvieron resultados positivos ya que la demanda potencial fue de 8644 personas de 9004, esto representa el 96% de la población total del sector de la Rumiñahui. Después de realizar una búsqueda intensiva para determinar la competencia, se encontró que en el sector hay un sólo negocio que vende Cholados, por lo que se procedió a probar y se llegó a la conclusión de que la forma de preparación es diferente a la propuesta en el proyecto, ya que Chol – Ice prepara el producto con ingredientes naturales, no con colorantes; por lo que la competencia no es muy fuerte. La producción de los Cholados será artesanal por lo que no se utilizará ningún tipo de maquinaria sino equipos especializados para mejorar el rendimiento y servicio hacia los clientes. Debido a que no se necesita mucho personal, se consideraron los parámetros para la creación de una Sociedad Unipersonal de Responsabilidad Limitada, por lo que una sola persona será la responsable a cargo del negocio, llamado gerente propietario. Al realizar el análisis financiero se determinó que será rentable ya que la TIR es de 64,08% que es mayor a la Tasa mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) de 6,64%. Además el proyecto será viable ya que se obtuvo un VAN de \$38 952,74 para una inversión de \$18 677, 35; lo cual se obtiene una relación beneficio costo de 3,08; y un Periodo de Recuperación de la Inversión del segundo año de operación.

**Palabras clave:** Cholados, Competencia, Ingredientes Naturales, Innovador, Producción Artesanal

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE ELABORATION AND COMMERCIALIZATION OF "CHOLOS" BASED ON NATURAL FRUITS IN THE SECTOR OF THE RUMIÑAHUI OF THE CITY OF QUITO, YEAR 2018"**

**AUTHOR:** Bonilla Larco Nicole Madeleine

**TUTOR:** Ing. Freddy Bravo

**ABSTRACT**

The objective of the proposed project is to develop a business plan for the production and manufacture of Cholos in the city of Quito, in the Rumiñahui sector. Therefore, a market study carried out to determine the reception of this product in the market and the consumer preferences; this study obtained positive results since the potential demand was 8644 people of 9004, this represents 96% of the total population of Rumiñahui sector. After conducting an intensive search to determine the competition, it found that, in the sector, only one business that sells Cholos, so we proceeded to try and it was concluded that the form of preparation is different from the proposal in the project, since "Chol – Ice" prepares the product with natural ingredients, not colorants; so the competition is not very strong. The production of the Cholos will be artisanal so no machinery is necessary, but specialized equipment to improve the performance and service to the customers. Because this is no need for many staff, the parameters considered for the creation of a single-person limited liability company, so that one person will be responsible for the business, called owner Manager. In carrying out the financial analysis it was determined that it will be profitable because it has TIR is 64.08% that is higher than the Minimum Acceptable Performance Rate (DRINK) of 6.64%. In addition, the project will be viable since a VAN of \$ 38 952.74 was obtained for an investment of \$ 18,677.35; this results in a cost-benefit ratio of 3.08; and a payback period for the second year of operation.

**Key words:** Cholos, Competition, Natural Ingredients, Innovative, Artisanal Production.

## INTRODUCCIÓN

La idea del Plan de Negocio surge después de un viaje a Cali y probar los famosos Cholados caleños por lo que surgió la pregunta: ¿Por qué no traerlos a Quito?

Los quiteños por su cultura están acostumbrados a consumir únicamente helados y de hecho siempre los prefieren, pero es hora de hacer una innovación en los postres fríos. El Cholado es una ensalada de frutas con una base de hielo picado y decorado con leche condensada y jarabes de diferentes sabores, ya sean ácidos como la mora o dulces como el plátano; todo depende de los gustos del consumidor.

El Cholado aparte de ser saludable es delicioso, ya que se realiza con frutas naturales, sin mucha azúcar y la azúcar empleada es azúcar morena. Un auténtico Cholado Caleño en un vaso contiene un 80% de frutas, 10% de hielo picado, 5% de jarabes elaborado con pulpa de fruta y 5% de leche condensada. Se va a servir en vasos de vidrio vintage de 14 onzas ya que estos son ecológicos, son vasos de vidrio reciclado.

Este proyecto está compuesto por 5 capítulos donde:

**El Capítulo I: área de marketing.** Se utilizó el método de investigación exploratoria debido a que esta idea de negocio es poco conocida por lo que no hay datos o antecedentes para investigar. Este método ayudó para describir el producto, calcular la muestra para determinar a cuántas personas se va a realizar el estudio de mercado, necesidades de información, calcular la demanda potencial y su proyección, analizar el macro y microambiente; también se utilizó el método de observación ya que se necesitaba ver cuánta acogida tiene la competencia, para definir la oferta, la demanda potencial insatisfecha, determinar la promoción y publicidad que se va a realizar.

**En el Capítulo II: área de producción.** Se utilizó el método de investigación descriptiva debido a que se describieron algunas características de la forma de producción al, describir el proceso que se realizará desde la recepción o compra de materia prima hasta entregar el producto al cliente mediante el uso de flujogramas, se determina los factores que afecten el plan de operaciones.

**En el Capítulo III: área de organización y gestión.** En este capítulo se utilizó el método de investigación explicativo ya que este método ayudó a determinar las causas o el por qué se va a realizar el proyecto, al realizar el análisis estratégico y definición de objetivos, donde se detalla la misión, visión FODA de la empresa; se determina los diferentes tipos de organigramas según las necesidades del negocio.

**El Capítulo IV: área legal.** Se realizó una investigación general para determinar las normas y leyes del Ecuador que se aplica para el tipo de negocio que se propone. En este capítulo se determinó la forma jurídica que va a tener la empresa, se buscó las normas para el buen funcionamiento de la empresa.

**El Capítulo V: área financiera.** Se utilizó el método de investigación inductivo ya que debido a la investigación realizada se llegó a los resultados que se necesitaban. Mediante el cálculo de la viabilidad y rentabilidad que puede llegar a tener el negocio con el plan de inversiones, el plan de financiamiento, se calcularon los costos y gastos, se definió la mano de obra, se realizó las depreciaciones de los activos de la empresa, se calcularon los ingresos, se realizó el punto de equilibrio, el flujo de caja, el estado de resultados y mediante indicadores se buscó la viabilidad y rentabilidad del negocio como la TIR, el VAN, beneficio costo y el período de recuperación.

## **CAPÍTULO I**

### **ÁREA DE MARKETING**

#### **1.1 Definición del Producto o Servicio**

##### **1.1.1 Especificación del servicio o producto**

El Cholado se caracteriza por ser una ensalada de frutas sobre una base de hielo picado, con una capa de jarabes de diferentes sabores como: chocolate, frutilla, mango, naranjilla, mora y tamarindo. Decorado con leche condensada. Se utiliza frutas como frutilla, banano, manzana roja, uvas, papaya, sandía y piña. Se sirve en vasos de vidrio vintage.

Las frutas proporcionan agua, vitaminas, minerales, fibra y diferentes compuestos beneficiosos para el organismo. Son dulces, sabrosas, tienen pocas calorías y prácticamente nada de grasas saturadas (aquellas más perjudiciales para el organismo), por lo que son un buen capricho cuando necesitan una golosina. (Webconsultas, 2019)

El Cholado es una forma deliciosa y sin muchas calorías de refrescarse e hidratarse ante un día soleado, donde se puede compartir con amigos y familia un momento grato y una experiencia única. Tiene la combinación perfecta de sabores y texturas ya que es delicioso, dulce y con sabor a fruta fresca, todo en una cucharada.

##### **1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona**

El Cholado se centra en el Valle del Cauca, Colombia; al Ecuador llegó esa idea de negocio recientemente pero en Santo Domingo de los Tsáchilas; por lo que en Quito no hay todavía propiamente dicho, debido a que existe un local

donde venden Cholados, pero estos no son iguales ni parecidos a los originales que se venden en Colombia, así que se va a incursionar en este nuevo mercado, poniendo en práctica los conocimientos aprendidos.

Se va a servir en vasos de vidrio vintage de 14 onzas para ayudar al medio ambiente ya que es vidrio reciclado.

El vidrio reciclado es un círculo perfecto en donde los envases de vidrio pueden ser regenerados infinitas veces y darles diferentes usos dándole un buen mantenimiento al vidrio y ser estrictos en la limpieza, se podrá dar forma a este tipo de vidrio en vasos o en lo que se necesite. (Vidrios de Levante, el blog., 2016).



**Ilustración 1 Vidrio Reciclado**

**Fuente:** Google Imágenes

**Elaborado por:** Google Imágenes

El local será decorado de forma llamativa, con colores pasteles, para que brinden una sensación acogedora al entrar, que no solo vayan por la novedad de los Cholados, sino que el local sea un punto de encuentro entre amigos y familiares y disfruten del servicio de calidad que se les va a brindar, viviendo la experiencia.



## Ilustración 2 Local Comercial

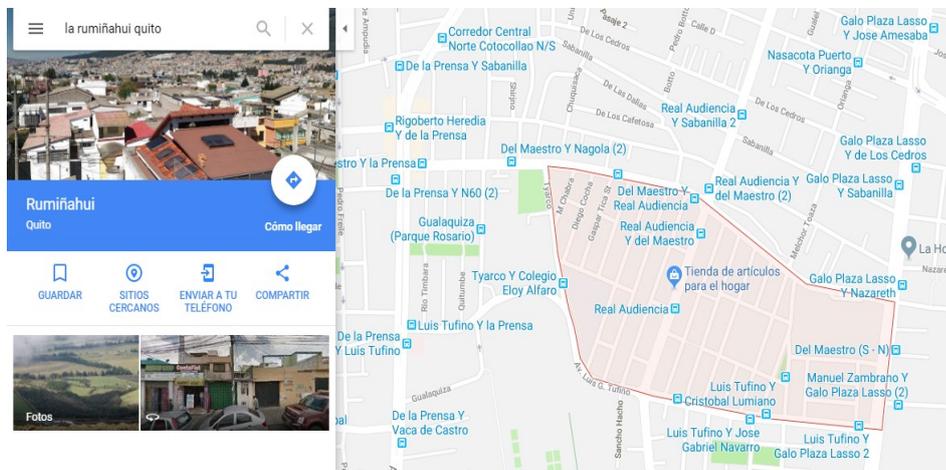
Fuente: Google Imágenes

Elaborado por: Google Imágenes

## 1.2 Definición del mercado

### 1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general

En el Norte de Quito, Sector la Rumiñahui



## Ilustración 3 Mapa Sector de la Rumiñahui

Fuente: Google maps

Elaborado por: Google maps

### 1.2.1.1 Categorización de sujetos

**Tabla 1 Categorización de sujetos**

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres, mujeres de 18 a 65 años
¿Quién usa?	Hombres, mujeres de toda edad
¿Quién decide?	Hombres, mujeres de 18 a 65 años
¿Quién influye?	Necesidad (Amistades, familiares, moda, temporada, clima)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

### 1.2.1.2 Estudio de segmentación

**Tabla 2 Dimensión Conductual**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD	Social, fisiológica
TIPO DE COMPRA	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA	No
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

**Tabla 3 Población por sectores de la Rumiñahui, Quito**

CÓDIGO DE ZONA	CALLES QUE COMPRENDE CADA ZONA	POBLACIÓN
97	Av. Del Maestro	2846 personas
	Prensa	
	Galo Plaza	
	Av. Luis Tufiño	
98	Av. Luis Tufiño	3260 Personas
	Prensa	
	Galo Plaza	
	José María Borrero	
99	José María Borrero	2898 Personas
	Real Audiencia	
	Galo Plaza	
	Ramón Borja	
<b>TOTAL</b>		<b>9004 Personas</b>

Fuente: Banco Central

Elaborado por: La Autora

La población comprendida desde los 18 a 65 años de edad, según el Banco Central, para las zonas que comprenden el sector de la Rumiñahui es de 9004 personas

**Tabla 4 Dimensión Geográfica**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	Ecuador
CIUDAD	Quito
PARROQUIA	La Kennedy
BARRIO	La Rumiñahui
TAMAÑO	9004 (Población de 18 a 65 años)

Fuente: Banco Central

Elaborado por: La Autora

**Tabla 5 Dimensión demográfica**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
EDAD	18 – 65 años	9004
SOCIOECONÓMICO	Nivel general	9004
OCUPACIÓN	Estudiantes, trabajadores, amas de casa	9004

Fuente: Banco Central

Elaborado por: La Autora

### 1.2.1.3 Plan de Muestreo

Para definir el tamaño de la muestra es necesario aplicar la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + Ne^2}$$

**Detalle:**

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Población o Universo

**p**= Probabilidad de ocurrencia

**Z**= Nivel de confiabilidad

**q**= Probabilidad de no ocurrencia

**e**= Error de la muestra (5% - 7%)

**Desarrollo:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + Ne^2} \quad n = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) * (9004)}{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) + (9004) * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{8647,4416}{(0,9604) + (22,51)} \quad n = \frac{8647,4416}{23,4704}$$

$$n = 368,44$$

$$n = 368$$

**Tabla 6 Cuadro de Necesidades**

<b>Necesidades de Información</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumento</b>
¿Cómo se elabora el Cholado?	Secundaria	Periódico El Campesino	Servicios Agrupados
Investigación de la competencia indirecta	Primaria	Competencia (Heladerías del sector)	Observación
¿Existe esta idea de negocio en el Ecuador?	Secundaria	Revista Líderes	Servicios Agrupados
Población del Sector Rumiñahui	Secundaria	INEC	Servicios Agrupados
Inflación en el Ecuador año 2017	Secundaria	Banco Central del Ecuador	Servicios Agrupados
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Hombres y mujeres de 18 a 65 años	Encuesta

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La Autora

#### 1.2.1.4 Diseño y recolección de información

**Necesidad 1:** ¿Cómo se elabora el Cholado?

##### **Preparación**

El Cholado de Frutas Tropicales, según el Anexo 1, y según (el campesino.co): “Se le agregan frutas como mango, lulo, maracuyá y piña, este es el más comercializado y conocido a nivel nacional. Adicionando hielo picado y jarabes o salsas para endulzar más el producto.”

**Necesidad 2:** Investigación de la competencia indirecta

Por medio de observación, se confirmó la competencia más fuerte, que se tiene en el sector de la Rumiñahui como son:

- **Heladería Frutimix:** Su giro de negocios es vender helados de paila con queso, es el más grande competidor, debido a la fidelidad de sus clientes y los sabores únicos de helados.
- **Avalancha Tropical:** Su giro de negocio es la venta de helados de paila de distintos sabores. (Anexo 2)
- **Gelato Mix:** Su giro de negocios es la venta de helados con queso.
- **Helado de paila de la Real Audiencia:** Venden helados de máquina de dos sabores: vainilla y chocolate. Además venden helados de paila.
- **Disfrutas:** Su producto estrella son las ensaladas de frutas con helado y un toque de queso como decoración. (Anexo 3)

- **Helado Oscuro:** Su giro de negocio es vender helados con licor, lo que no representa una amenaza a los “Cholados”, pero sí son un producto sustituto. (Anexo 4)
- **Bate que Bate:** Su giro de negocios es venta de espumilla, pero también venden “Cholados” que después de probar se nota la diferencia con la idea de negocio propuesta, debido a que se utilizarán, para usar los jarabes, frutas naturales, no colorantes. (Anexo 5)

**Necesidad 3:** ¿Existe esta idea de negocio en el Ecuador?

Según la revista Líderes (2016) se encontró que sí existe en el Ecuador esta idea de negocio en Santo Domingo de los Tsáchilas. Una pareja de un ecuatoriano con su esposa colombiana trajo esa idea de Colombia a Ecuador.

En Quito se ubicó un negocio donde se venden Cholados en la Real Audiencia, el local se llama “Bate que Bate” donde su producto estrella son las espumillas, pero también venden Cholados preparados con colorantes. La forma de preparación es similar a cómo se va a realizar en “Chol – ice” pero la diferencia es que no se utilizarán colorantes sino frutas naturales, de esta manera será más saludable.

**Necesidad 4:** Población del Sector Rumiñahui

Según el Banco Central detallado en la Tabla N.3, la población en el sector de la Rumiñahui de hombres y mujeres entre 18 a 65 años es de 9004 personas.

**Necesidad 5:** Inflación en el Ecuador año 2017

**Tabla 7** Inflación en el Ecuador año 2017

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Marzo-31-2018	-0,21%
Febrero-28-2018	-0,14%
Enero-31-2018	-0,09%
Diciembre-31-2017	-0,20%
Noviembre-30-2017	-0,22%
Octubre-31-2017	-0,09%
Septiembre-30-2017	-0,03%
Agosto-31-2017	0,28%
Julio-31-2017	0,10%
Junio-30-2017	0,16%
Mayo-31-2017	1,10%
Abril-30-2017	0,09%
Marzo-31-2017	0,96%
Febrero-28-2017	0,96%
Enero-31-2017	0,90%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** La Autora

## **Necesidad 6: Gustos y preferencias de los consumidores**

### **Encuesta para la creación de un local de “Cholados” en el Sector de la Rumiñahui**

El propósito de realizar esta encuesta es conocer las preferencias de los consumidores, para la creación de un negocio de “Cholados” en el sector de la Rumiñahui, y su aceptación al producto y servicio que se ofrece.

#### **NOTA:**

“Cholados” es un postre frío donde: la mitad es un raspado con jarabes de frutas naturales y en la parte de arriba tiene fruta picada, decorada con leche condensada y coco rayado



#### **1. ¿Ha probado los “Cholados”?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**Si su respuesta es afirmativa, coloque el lugar donde lo probó**

\_\_\_\_\_

#### **2. ¿Le gustaría probar un “Cholado”?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**3. ¿Con qué frecuencia compraría un “Cholado”?**

Semanal \_\_\_\_\_

Quincenal \_\_\_\_\_

Mensual \_\_\_\_\_

**4. Elija 4 frutas que más le gustan para su “Cholado”**

Frutilla \_\_\_\_\_

Banano \_\_\_\_\_

Manzana roja \_\_\_\_\_

Papaya \_\_\_\_\_

Piña \_\_\_\_\_

Sandia \_\_\_\_\_

**5. Elija 2 sabores de los jarabes naturales de su preferencia para su “Cholado”**

Fresa \_\_\_\_\_

Mango \_\_\_\_\_

Naranja \_\_\_\_\_

Mora \_\_\_\_\_

**6. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un “Cholado”?**

\$2,00 \_\_\_\_\_

\$2,75 \_\_\_\_\_

\$3,50 \_\_\_\_\_

\$4,00 \_\_\_\_\_

**7. ¿Por cuál medio prefiere enterarse de un nuevo sitio de comida? (Elija solo un medio)**

Redes Sociales \_\_\_\_\_

Página Web \_\_\_\_\_

Radio \_\_\_\_\_

Prensa escrita \_\_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_ (especifique)

**8. Al elegir un lugar en donde comer, en ¿qué se fija?**

Calidad \_\_\_\_\_

Precio \_\_\_\_\_

Atención al cliente \_\_\_\_\_

Rapidez al servir \_\_\_\_\_

Sabor \_\_\_\_\_

Aseo del local \_\_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_ (especifique)

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

### 1.2.1.5 Análisis e Interpretación de resultados de la encuesta

De acuerdo con las encuestas realizadas, se obtuvieron los siguientes resultados:

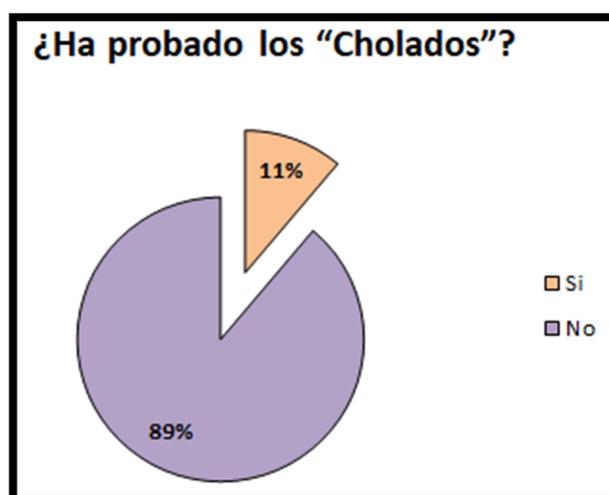
#### 1. ¿Ha probado los “Cholados”?

**Tabla 8 Personas que han probado los Cholados**

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Si	41	11%
No	327	89%
<b>TOTAL</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 4 Personas que han probado los Cholados**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

#### Interpretación

El 89% de la población encuestada no ha probado los Cholados, y de hecho no saben lo que es; pero el 11% sí lo ha probado, en: Cali, Cuenca, Santo Domingo, Esmeraldas y Bogotá.

## Análisis

Esto muestra que se debe entrar con una fuerte promoción y publicidad del producto. Se tiene un punto a favor: es un producto innovador.

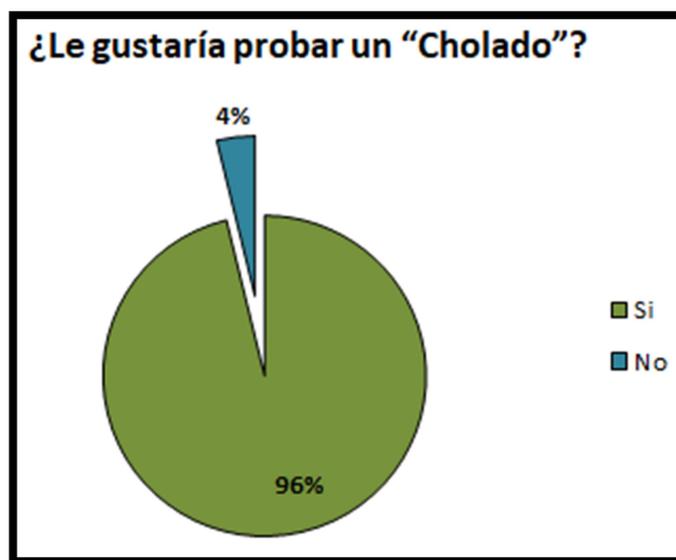
### 2. ¿Le gustaría probar un “Cholado”?

**Tabla 9** Personas que les gustaría probar un Cholado

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Si	354	96%
No	14	4%
<b>TOTAL</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 5** Personas que les gustaría probar un Cholado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### Interpretación

Un 96% de las personas encuestadas sí le gustaría probar un Cholado que equivale a 354 personas encuestadas y un 4% muestra que no le gustaría

## Análisis

Con el resultado de las personas que sí le gustaría probar un Cholado, muestra a los posibles consumidores, y la acogida que va a tener en el mercado la venta de Cholados será positiva. Pero el 4% que no les gustaría probarlos se les preguntó el por qué no lo probarían ya que no se desea descartarlos sino más bien llamar su atención y fidelizarlos y respondieron: debido a que el producto no es conocido, a otros no les llama la atención, por lo cual, se debe formar un plan de degustación, para llegar a aquellas personas que no desean y de esta manera hacerlos cambiar de opinión.

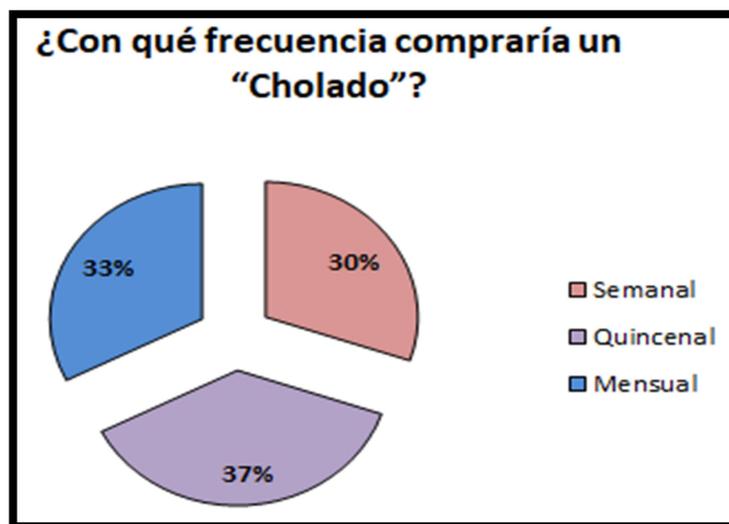
### 3. ¿Con qué frecuencia compraría un “Cholado”?

**Tabla 10 Frecuencia con que la persona compraría un Cholado**

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Semanal	107	30%
Quincenal	132	37%
Mensual	115	33%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 6 Frecuencia con que la persona compraría un Cholado**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## Interpretación

Según los porcentajes obtenidos un 37% comprará su Cholado cada quince días, pero de forma semanal y mensual comprarán un 30% y 33% respectivamente

## Análisis

Esto muestra que la demanda va a ser más frecuente porque los periodos de tiempo son más cortos. Así que se tendrá clientes constantemente.

### 4. Elija 4 frutas que más le gustan para su “Cholado”

Tabla 11 Frutas elegidas para el Cholado

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Frutilla	312	23%
Banana	268	19%
Manzana Roja	210	15%
Papaya	140	10%
Piña	214	16%
Sandía	240	17%
<b>TOTAL</b>	<b>1384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

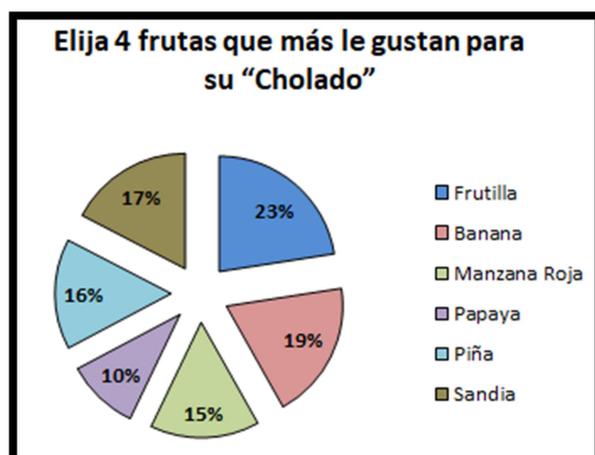


Ilustración 7 Frutas elegidas para el Cholado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## Interpretación

Un 23% eligió las frutillas, el 19% las bananas, el 15% la manzana roja, el 10% la papaya, el 16% la piña y el 17% la sandía

## Análisis

Las cuatro frutas de preferencia para las personas encuestadas son de frutilla, banana, sandía y piña. Por lo que estas frutas estarán en los Cholados pero con respecto a manzana y papaya no se colocarán debido a que no tuvo buena acogida, pero en forma vaya creciendo el negocio se irán implementando las dos frutas antes mencionadas.

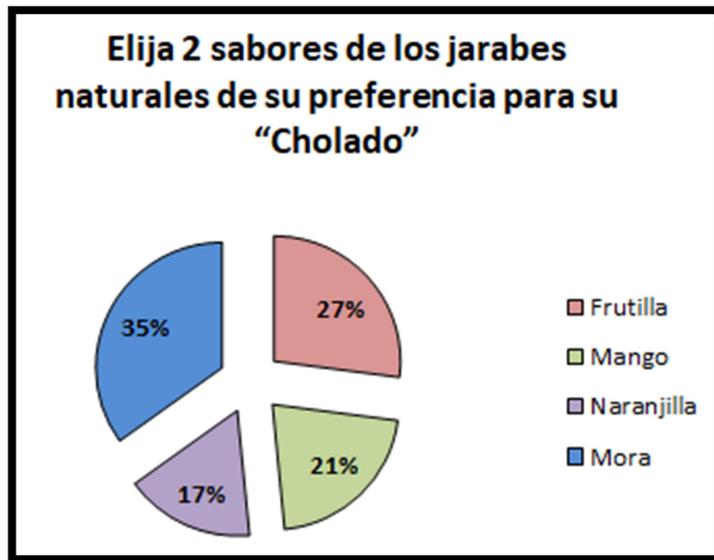
## 5. Elija 2 sabores de los jarabes naturales de su preferencia para su “Cholado”

**Tabla 12 Sabores elegidos para los jarabes**

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Frutilla	192	27%
Mango	152	21%
Naranjilla	118	17%
Mora	248	35%
<b>TOTAL</b>	<b>710</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora



**Ilustración 8 Sabores elegidos para los jarabes**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

**Interpretación**

Las personas eligieron sus sabores preferidos un 27% sabor frutillas, el 21% sabor mango, el 17% sabor naranjilla y el 35% sabor mora.

**Análisis**

Por las encuestas realizadas se tomó la decisión de realizar los jarabes naturales de frutilla y mora, que fueron los sabores más escogidos por las personas que realizaron la encuesta, pero como el sabor a mango también fue uno de los más elegidos, se ha decidido hacer ese jarabe también.

## 6. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un “Cholado”?

Tabla 13 Disponibilidad de pago por un Cholado

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
\$2,00	190	54%
\$2,75	96	27%
\$3,50	57	16%
\$4,00	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

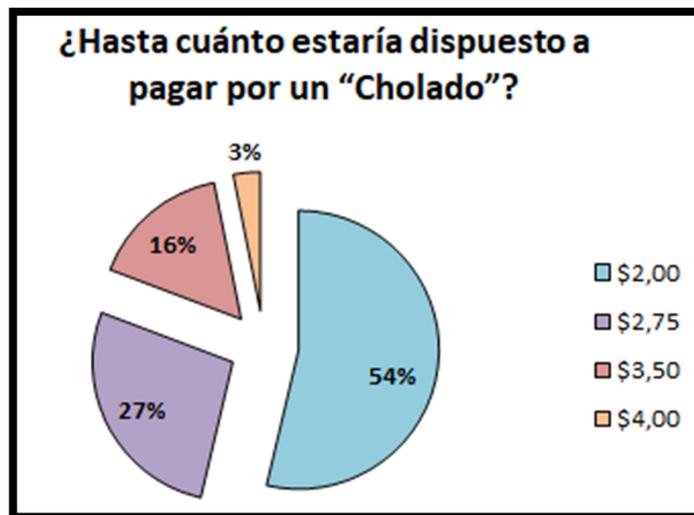


Ilustración 9 Disponibilidad de pago por un Cholado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### Interpretación

Un 54% de los encuestados están dispuestos a pagar hasta \$2,00 por su Cholado y un 27% hasta \$2,75, el 16% hasta \$3,50 y el 3% hasta \$4,00

### Análisis

Esto muestra que se deben conseguir proveedores que tengan un producto de calidad pero con un costo moderado, para poder mantener el precio, la calidad y la

cantidad del Cholado de forma balanceada y que los consumidores la acepten y exista cierto porcentaje de ganancia.

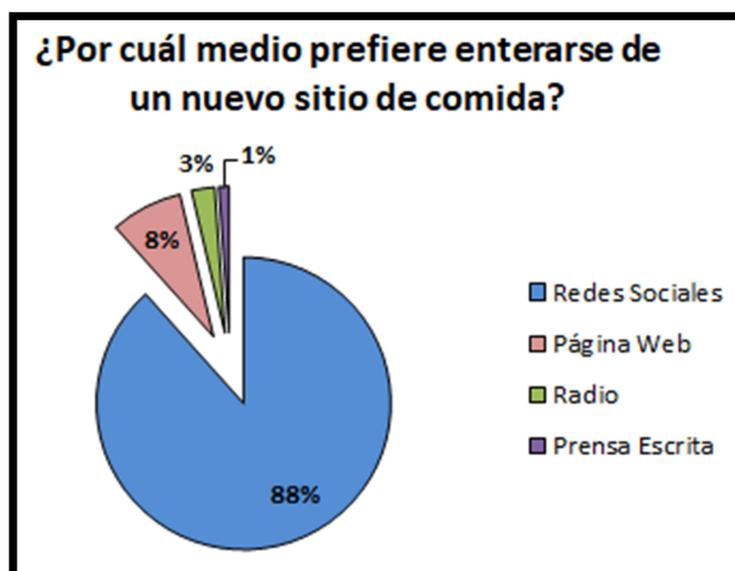
### 7. ¿Por cuál medio prefiere enterarse de un nuevo sitio de comida?

**Tabla 14 Preferencia de medios para un nuevo negocio**

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Redes Sociales	313	88%
Página Web	28	8%
Radio	9	3%
Prensa Escrita	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 10 Preferencia de medios para un nuevo negocio**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### Interpretación

El 88% prefiere enterarse por redes sociales, el 8% por una página web, el 3% mediante la radio y un 1% por la prensa escrita.

## Análisis

Al obtener un 88% de encuestados que desean saber sobre los Cholados por redes sociales, se decidió que se va a tener una cuenta de Facebook e Instagram para que puedan conocer más sobre el producto, estos medios no son muy caros por lo que son más prácticos.

### 8. Al elegir un lugar en donde comer, en ¿qué se fija?

Tabla 15 Lo que ven las personas para elegir dónde comer

Opción de Respuesta	Respuestas	Porcentaje de Respuesta
Calidad	124	35%
Precio	24	7%
Atención al Cliente	81	23%
Rapidez al servir	14	4%
Sabor	53	15%
Aseo del local	58	16%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

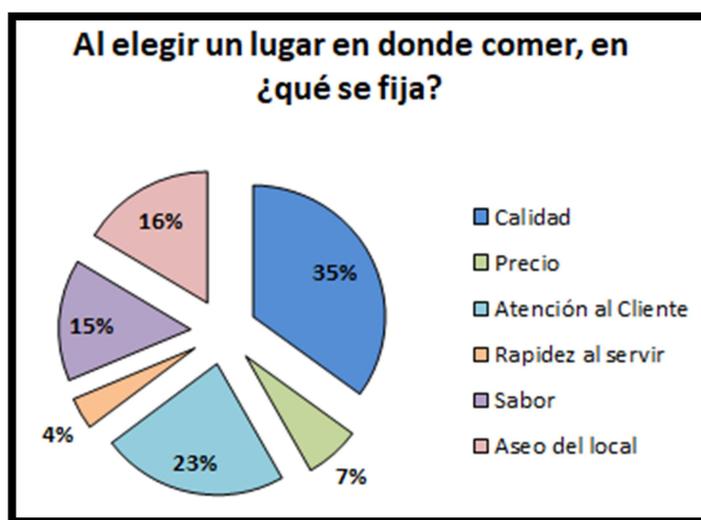


Ilustración 11 Lo que ven las personas para elegir dónde comer

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

## **Interpretación**

Las personas encuestadas se fijan en una serie de características para elegir un establecimiento dónde comer, el 35% se fija en la calidad, el 7% en el precio, el 23% en la atención al cliente, el 4% en la rapidez al servir, el 15% en el sabor y el 16% en el aseo del local.

## **Análisis**

Como se mencionó antes se trabajará en los seis aspectos porque lo que se busca es ser el mejor negocio de Quito, y por las 6 características se desea que vuelvan y recomienden.

### **1.2.2 Demanda Potencial**

La demanda potencial permite identificar a aquellas personas del sector de la Rumiñahui, que quieren consumir Cholados.

El cálculo de la demanda potencial se realiza con la población del sector de la Rumiñahui, Quito de 9004 personas de entre 18 y 65 años; tomando en cuenta la pregunta No. 2 **¿Le gustaría probar un “Cholado”?** en la cual un 96% de los encuestados sí le gustaría probar un Cholado.

$$\text{Demanda potencial} = 9004 \text{ población} * 96\%$$

$$\text{Demanda potencial} = 8643,84$$

$$\text{Demanda potencial} = 8644 \text{ personas}$$

Se obtiene una demanda potencial de 8644 personas de entre 18 a 65 años que consumirán Cholados.

## Proyección de la demanda

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado. El hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que se ofrece, tiene como objetivo principal el ayudar a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas del negocio. (CreceNegocios, 2010)

Para proyectar la demanda se utilizará el porcentaje de crecimiento poblacional en el Ecuador en el 2018, que es de 1,56% según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

**Tabla 16 Proyección de la demanda**

	<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
<b>0</b>	<b>2018</b>	8644
<b>1</b>	<b>2019</b>	8779
<b>2</b>	<b>2020</b>	8916
<b>3</b>	<b>2021</b>	9055
<b>4</b>	<b>2022</b>	9196
<b>5</b>	<b>2023</b>	9340

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

**Elaborado por:** La Autora

## 1.3 Análisis del Macro y Micro ambiente

### 1.3.1 Análisis del Micro Ambiente

El análisis del micro ambiente se va a realizar por medio de las cinco Fuerzas de Porter, donde se identifican los clientes, proveedores, distribuidores y competencia que tendrá “Chol – Ice”, en el sector de la Rumiñahui, al momento en que se ponga en marcha la idea de negocio.



### **Ilustración 12 Fuerzas de Porter**

Fuente: CreceNegocios

Elaborado por: La Autora

### **Rivalidad entre Competidores**

La rivalidad entre competidores se basa en empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo producto que “Chol – Ice”, este es Bate que Bate, localizado en la Real Audiencia, vende Cholados con colorantes, lo que representa al competidor directo.

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Actualmente hay un competidor en Quito detallado anteriormente; además ante el fenómeno de Venezuela están copiando las ideas y pueden colocar a lo largo de la ciudad puntos de venta un producto parecido a los Cholados.

Según el artículo de la Revista Líderes mencionaba que, los propietarios de los Cholados en Santo Domingo ya ampliaron su negocio a otras locaciones entre ellas: El Carmen y La Concordia, se está extendiendo hacia la costa ecuatoriana; por lo que representaría una amenaza baja debido a que a pesar de que elaboran el mismo producto que “Chol – Ice”, no piensan extenderse hacia la sierra.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Para la elaboración y venta de Cholados se necesita varios implementos e ingredientes como: los vasos de vidrio vintage, frutas, cucharas, servilletas. No tienen poder de negociación debido a que la empresa elegirá dónde comprar dependiendo del precio y la calidad que se ofrezca. Como se va a hacer un volumen alto de compra debido a que se comprarán los ingredientes rotativamente, los proveedores van a realizar un descuento y bajarán los costos por el volumen del pedido.

### **Poder de negociación de los consumidores**

Los consumidores sí tienen poder de negociación, debido a que la idea de negocio que se quiere implementar es nueva en el mercado, además, los consumidores prefieren ir a las heladerías tradicionales con los productos ya conocidos, alrededor de donde se piensa poner el local de “Chol - Ice” hay varias heladerías, por lo que el consumidor puede elegir qué desea y dónde comprar dependiendo de qué se le ofrezca, el precio y la calidad del mismo.

### **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

En el sector de la Rumiñahui hay competidores indirectos que se los considera como sustitutos que son: las heladerías ya que durante generaciones está arraigado los helados tradicionales en las personas, los negocios que venden raspados o granizados; estos productos sustituyen a los Cholados debido a que son postres o golosinas frías; con la diferencia de que los Cholados tienen frutas y no son altos en azúcar y sin colorantes, como es el caso de los granizados.

### **1.3.2 Análisis del Macro Ambiente**

El análisis del macro ambiente nos permitirá identificar las fuerzas que rodean a “Chol – Ice”, sobre las cuales no se tiene ningún control: económico, social, tecnológico y legal

#### **Factor Económico**

Este factor afecta las relaciones de producción, distribución y consumo de una empresa, es decir, la forma en que la sociedad decide usar sus recursos.

La inflación en el Ecuador en los últimos meses según el Banco Central del Ecuador y la Tabla N.8 ha bajado considerablemente desde Septiembre del 2017 con -0,03% hasta Marzo del 2018 con -0,21% esto quiere decir que los precios han bajado, eso es bueno para el negocio debido a que se va a comprar la materia prima necesaria para hacer el Cholado a un precio accesible y de esta manera podremos ser competitivos en precios.

Pero a su vez puede perjudicar a futuro a las empresas, debido a que cuando hay deflación quiere decir que las personas no están comprando porque esperan que bajen más los precios, lo cual puede afectar a “Chol – Ice” si no tiene la capacidad de bajar sus precios ya que no van a vender mucho.

#### **Factor Tecnológico**

La tecnología en este tiempo es la base de toda industria o emprendimiento. La tecnología que se utiliza en la elaboración de Cholados es poca debido a que la producción es artesanal, por lo que predomina más la mano de obra más que la tecnología. Si hay algún cambio tecnológico a futuro, no va a afectar a la producción de Cholados.

Por otro lado se utilizará un software para agilizar la toma y despacho de pedidos, y la elaboración de facturas.

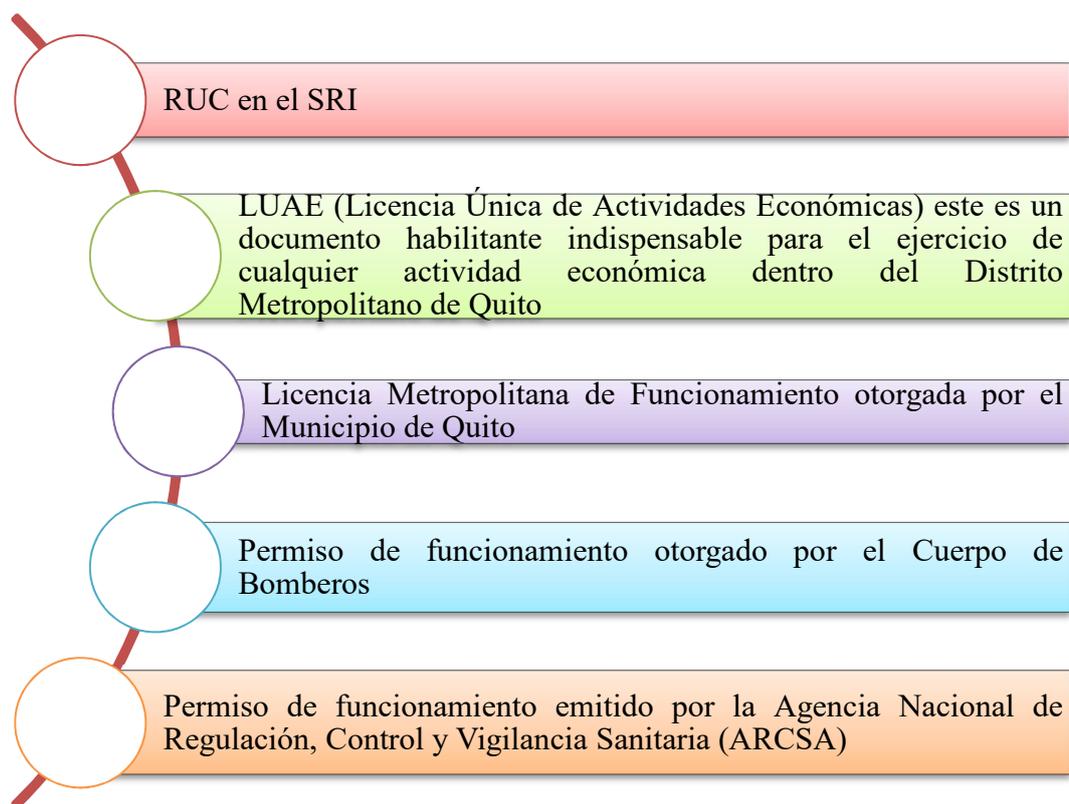
### **Factor Social**

El factor social se refiere al comportamiento, decisiones y la forma de actuar de un individuo al momento de elegir o adquirir un bien o servicio. Para que un individuo elija intervienen varios actores como la familia, la posición social, grupos de referencia y factores personales como la edad y los gustos.

En este sentido se puede ver que hay una gran tendencia a comer postres en Quito, esto incluyen los postres fríos como el helado a pesar de que el clima sea frío. Por ello, se va a llevar al consumidor una idea de negocio innovadora, que no la haya visto antes para que hasta por curiosidad entren a probar los Cholados.

### **Factor Legal**

El factor legal se basa en las normas y reglamentos que se deben seguir para la puesta en marcha del emprendimiento; no hay leyes que afecten al consumo de helados o postres fríos, por lo que el establecimiento se registrará a las leyes normales como sacar los permisos de funcionamiento pertinentes para poner el negocio en funcionamiento.



### **Ilustración 13 Permisos de funcionamiento**

**Fuente:** Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

**Elaborado por:** La Autora

### **Matriz EFE**

La matriz EFE permite resumir y evaluar la información: política, gubernamental, y legal (P); económica y financiera (E); social, cultural, y demográfica (S); tecnológica (T); ecológica y ambiental (E) como resultado del análisis PESTE, para luego cuantificar los resultados en las oportunidades y amenazas identificadas que ofrece el entorno. (Ipinza F. D., 2008, pág. 125)

Con el análisis de la matriz EFE (Evaluación de Factores Externos) se van a definir las oportunidades y amenazas para la creación de “Chol – Ice” en el sector de la Rumiñahui.

Según (Ipinza F. D., pág. 125): “Las calificaciones se basan en la efectividad de las estrategias que está siguiendo una organización. Pueden recibir una calificación de 1 a 4 siendo 1 la respuesta es pobre y 4 la respuesta es superior.”

**Tabla 17 Matriz EFE**

Factores Externos Clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Total Ponderado
<b>Oportunidades</b>				
1	Diversificar el negocio	14%	4	0,56
2	Apertura a mercados nacionales	12%	3	0,36
3	Rápido crecimiento de la demanda	17%	4	0,68
4	Amplia segmentación de clientes	11%	3	0,33
<b>Amenazas</b>				
1	Clima frío de Quito	13%	3	0,39
2	Entrada de nuevos competidores a Quito	10%	2	0,2
3	Cambio de gustos en los consumidores	8%	2	0,16
4	Variedad de productos sustitutos	15%	4	0,6
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>2,72</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Los resultados de la matriz EFE pueden ir de 1 a 4, en este caso es un resultado de 2,72 con un balance positivo; esto quiere decir que la creación de “Chol - Ice” tiene más oportunidades que amenazas, pero se debe crear estrategias para mitigar las amenazas.

### **Matriz EFI**

La matriz de evaluación de factores internos permite, de un lado, resumir y evaluar las principales fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de un negocio, y por otro lado, ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre esas áreas.

Para la calificación se asignará un valor de 1 – 4 a cada factor. Este valor corresponde a la respuesta actual de la estrategia de la organización respecto al factor. Los valores son:

- 4 = Fortaleza mayor
- 3 = Fortaleza menor
- 2 = Debilidad menor
- 1 = Debilidad mayor

Nótese que las fortalezas sólo reciben calificaciones de 4 o 3, y las debilidades sólo de 1 o 2. (Ipinza F. D., 2008, pág. 184)

Con la matriz EFI (Evaluación de Factores Internos) se va a determinar las fortalezas y amenazas para la creación de “Chol – Ice” en el sector de la Rumiñahui. Se va a notar la importancia de cada factor para la empresa.

**Tabla 18 Matriz EFI**

Factores Externos Clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Total Ponderado
<b>Fortalezas</b>				
1	Precios competitivos	17%	4	0,68
2	Costos operativos bajos	10%	3	0,3
3	Tiempo de elaboración corto	13%	3	0,39
4	Agilidad en servicio al cliente	14%	4	0,56
<b>Debilidades</b>				
1	Empresa nueva en el mercado de Quito	15%	1	0,15
2	Presupuesto limitado	12%	2	0,24
3	Negocio de un único producto	10%	2	0,2
4	Falta de conocimiento de realizar “Cholado” de los cocineros	9%	2	0,18
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>2,70</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

El valor total ponderado dio 2,70 que es superior al promedio de 2,5; esto quiere decir que para la creación y puesta en acción de “Chol - Ice”, los factores internos son positivos y favorables para el negocio.

### **Matriz MPC**

La matriz de perfil competitivo MPC identifica a los principales competidores de la organización, sus fortalezas y debilidades con relación a la posición estratégica de una organización modelo, y a una organización determinada como muestra. El propósito de esta matriz es señalar cómo está una organización respecto del resto de competidores asociados al mismo sector, para que a partir de esa información la organización pueda inferir sus posibles estrategias basadas en el posicionamiento de los competidores. (Ipinza F. D., 2008, pág. 145)

La matriz MPC (Matriz del Perfil Competitivo) es una herramienta que identifica a los competidores más importantes que tiene “Col – Ice” y su resultado sirve como ayuda para el proceso de toma de decisiones que haga diferente el negocio de la competencia.

**Tabla 19 Matriz MPC**

Factores importantes para el éxito		Valor	Cholados		FrutiMix		Bate que Bate	
			Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado
1	Reconocimiento y prestigio de la marca	13%	2	0,26	4	0,52	2	0,26
2	Precio	17%	4	0,68	3	0,51	4	0,68
3	Calidad de los productos	18%	3	0,54	4	0,72	3	0,54
4	Características diferenciadoras	15%	4	0,6	4	0,6	2	0,3
5	Publicidad y Marketing	10%	3	0,3	3	0,3	3	0,3
6	Servicio al cliente	15%	3	0,45	4	0,6	3	0,45
7	Decoración del negocio	12%	4	0,48	4	0,48	2	0,24
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>3,31</b>		<b>3,73</b>		<b>2,77</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## **Análisis**

Con la matriz MPC elaborada, se puede ver que el mayor competidor es la Heladería FrutiMix y el menor competidor es “Bate que Bate”, debido al total de ponderaciones que se obtuvo; por lo que al momento de tomar una decisión se debe ir mejorando los factores importantes para el éxito, de esta manera se tendrá un negocio rentable y competitivo.

### **1.3.3 Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta se ha considerado las heladerías que se encuentran en el sector de la Rumiñahui, y son:

- Avalancha Tropical
- Gelato Mix
- Helado de paila de la Real Audiencia
- Disfrutas
- Frutimix
- Helado Oscuro
- Bate que Bate

Cada una de estas heladerías tiene su producto distintivo o estrella por el cual las personas eligen entrar y consumir; por ejemplo:

- “Gelato Mix” y “Fruti Mix” tienen sabores de helados que adornan con queso y crema
- “Disfrutas” y “Avalancha Tropical” algunos de los helados vienen acompañados con frutas
- “Helado Oscuro” los sabores de helados son de licores

- “Helado de paila de la Real Audiencia” los helados son de máquina y únicamente tienen dos sabores: vainilla y chocolate.
- A diferencia de estas heladerías hay un local que se llama “Bate que Bate” en donde están ya vendiendo los Cholados, por lo que se realizó un sondeo para ver la acogida del producto y se notó que casi nadie compraba dicho producto por lo que se procedió a comprar uno para probar y deducir las causas de este problema y se llegó a la conclusión de que es un granizado con fruta no un Cholado.

Por lo que con esta idea de negocio lo que se quiere es innovar la industria de los postres fríos y llegar a satisfacer la demanda potencial que se encontró; por lo que se preguntó en todos estos locales: “**En promedio, ¿Cuántas personas compran sus productos en la semana?**” Con esta pregunta se busca saber en promedio el número de clientes que compran en cada uno de los establecimientos y poder determinar la proyección de la oferta.

Los datos obtenidos fueron los siguientes:

**Tabla 20 Personas que compran en distintas heladerías**

Empresa	Personas							TOTAL
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
<b>Frutimix</b>	25	28	32	36	45	60	72	<b>298</b>
<b>Avalancha Tropical</b>	15	17	15	18	20	26	30	<b>141</b>
<b>Gelato Mix</b>	10	9	12	16	15	20	27	<b>109</b>
<b>Helado de paila de la Real Audiencia</b>	13	8	15	19	22	25	24	<b>126</b>
<b>Disfrutas</b>	18	22	26	25	29	35	40	<b>195</b>
<b>Helado Oscuro</b>	12	16	13	17	20	26	29	<b>133</b>
<b>Bate que Bate</b>	14	11	15	18	23	30	45	<b>156</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Con esta información se realizó un cálculo para sacar el número de personas que compraron en estos negocios en el mes y después en el año, debido a que lo que se obtuvo fue en una semana; por lo que los datos finales serían los siguientes:

**Tabla 21 Personas que compran conos de helados anualmente**

Empresa	Personas		
	Total Semanal	Total Mensual	Total Anual
<b>Frutimix</b>	298	1192	14304
<b>Avalancha Tropical</b>	141	564	6768
<b>Gelato Mix</b>	109	436	5232
<b>Helado de paila de la Real Audiencia</b>	126	504	6048
<b>Disfrutas</b>	195	780	9360
<b>Helado Oscuro</b>	133	532	6384
<b>Bate que Bate</b>	156	624	7488
<b>TOTAL</b>	<b>1158</b>	<b>4632</b>	<b>55584</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

A partir de los datos obtenidos en la Tabla N. 23 se procede a realizar la proyección de la oferta desde el año 2018 hasta el año 2023 (5 años), se realizará dicha proyección tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional, determinada por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018) que es del 1,56%.

Del total anual de personas atendidas en los siete negocios, se realizó un promedio para obtener un dato real para la proyección de la oferta al 2018 (Valor indicado en esta página)

**Total anual:** 55584 / 7

**Promedio:** 7940,57

**Tabla 22 Proyección de la Oferta**

	<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>
<b>0</b>	2018	7941
<b>1</b>	2019	8065
<b>2</b>	2020	8191
<b>3</b>	2021	8318
<b>4</b>	2022	8448
<b>5</b>	2023	8580

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

#### **1.4 Demanda Potencial Insatisfecha**

La demanda potencial insatisfecha es la diferencia entre la demanda proyectada menos la oferta proyectada. A continuación se detalla en la Tabla N. 23 la demanda potencial insatisfecha, es decir que son aquellas personas que no están siendo cubiertas por los actuales competidores vistos en la Tabla N. 21 que ofrecen un producto similar a los Cholados.

**Tabla 23 Demanda Potencial Insatisfecha**

	<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>0</b>	2018	8644	7941	703
<b>1</b>	2019	8779	8065	714
<b>2</b>	2020	8916	8191	725
<b>3</b>	2021	9055	8318	737
<b>4</b>	2022	9196	8448	748
<b>5</b>	2023	9340	8580	760

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

## **1.5 Promoción y publicidad que se realizará (Canales de Comunicación)**

### **Plan de Medios**

#### **Objetivo:**

Lograr el éxito de una campaña de publicidad, que permita el posicionamiento en el mercado; al optimizar la combinación de todos los factores y aspectos de la publicidad, y llegar al público objetivo que serán hombres y mujeres de más de entre 18 y 65 años en el sector de la Rumiñahui, Quito

#### **Estrategia:**

Dar a conocer a “Chol - Ice” a todo el target, mediante la elaboración de una campaña publicitaria; utilizando los canales de marketing on line, es decir mediante plataformas y medios sociales. También al asistir a ferias de emprendedores para poder llegar a la mayor parte de personas.

#### **Medios:**

La publicidad que se realizará va a ser online, por tema de reducción de costos, por lo que se utilizará redes sociales como Facebook e Instagram

#### **Presupuesto:**

Para la publicidad de Facebook e Instagram, se puede comprar anuncios; cada empresa o negocio le indica a Facebook e Instagram cuánto desea gastar en publicidad dependiendo del presupuesto que el negocio tenga disponible; y ellos intentan proporcionarle el mayor número posible de resultados por el importe especificado. Si se desea gastar \$5 a la semana, puede hacerlo, como también si se desea gastar \$50.000.

Por ejemplo, si ha establecido un presupuesto total de \$ 80 y ha configurado su campaña para estar activo durante diez días, se gastarán aproximadamente \$ 8 cada día. Tanto para el caso de Instagram como de Facebook. (Facebook para Empresas)

Por ello se ha seleccionado un presupuesto de \$50 para Instagram y \$50 para Facebook, con un total de \$100 para la publicidad online. (Ver Anexo 6)

### 1.6 Sistema de Distribución a utilizar (Canales de Distribución)

El canal de distribución que se utilizará es el directo, ya que las personas se acercarán al local a realizar la compra de Cholados; por ende no hay intermediarios. Se realizará desde la persona que elabora el Cholato y se le da directamente al consumidor final.



**Ilustración 14 Canal Directo**

Fuente: Google Imágenes

Elaborado por: Google Imágenes

### 1.7 Seguimiento de clientes

Se realizará una encuesta de pocas preguntas con el fin de medir la satisfacción o insatisfacción de cada cliente, tocando varios temas como: atención al cliente, calidad, precio, entre otros. Esto ayudará a mejorar como empresa hacia el cliente.

## Formato de seguimiento a los cliente

**1. Del 1 al 5 califique los siguientes aspectos (siendo que 1 es excelente y 5 es pésimo)**

Limpieza del local	_____
Servicio al cliente	_____
Calidad del producto	_____
Precio del producto	_____
Atención al cliente	_____

## **2. Correo Electrónico**

---

### **1.8 Especificar mercados alternativos**

En caso de que no funcione la creación de un negocio de “Chol – Ice” en el sector de la Rumiñahui, se creará este negocio en otro sector de Quito, que es en el sector de Llano Grande debido a su clima cálido, por lo que crece la necesidad de consumir más postres fríos.

## CAPÍTULO II

### ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

#### 2.1 Descripción de procesos

Según (Amozarra, 1999): “Un proceso es una secuencia de actividades para generar un valor añadido con una entrada, y conseguir un resultado y una salida que a su vez satisfaga las necesidades del cliente.”

##### 2.1.1 Descripción de procesos de transformación del bien o servicio

#### Mapa de Procesos



#### Ilustración 15 Mapa de Procesos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## **Pre – Preparación**

- Preparar los jarabes para poner en los Cholados (15 min.) (Descongelar pulpa de frutas en baño maría: mango, frutilla y mora, licuar añadiendo azúcar)
- Picar las frutas en cuadrados: sandía, frutilla, plátano y piña (10 min) y tenerlas listas para la preparación del Cholado (Desinfectar las frutas (30 min)

## **Pedido de clientes**

Los clientes se acercan a la caja a realizar su pedido de Cholados y a su vez pagarlo y se les toma los datos o si ya está registrado simplemente se le entrega la factura. (5 min)

## **Preparar “Cholado”**

- Triturar el hielo en el picahielo electrónico y ponerlo en el vaso (30 seg.)
- Colocar los sabores de jarabes elegidos (20 seg.)
- Decorar con crema condensada (20 seg.)
- Poner la fruta picada elegida por los clientes (40 seg.)

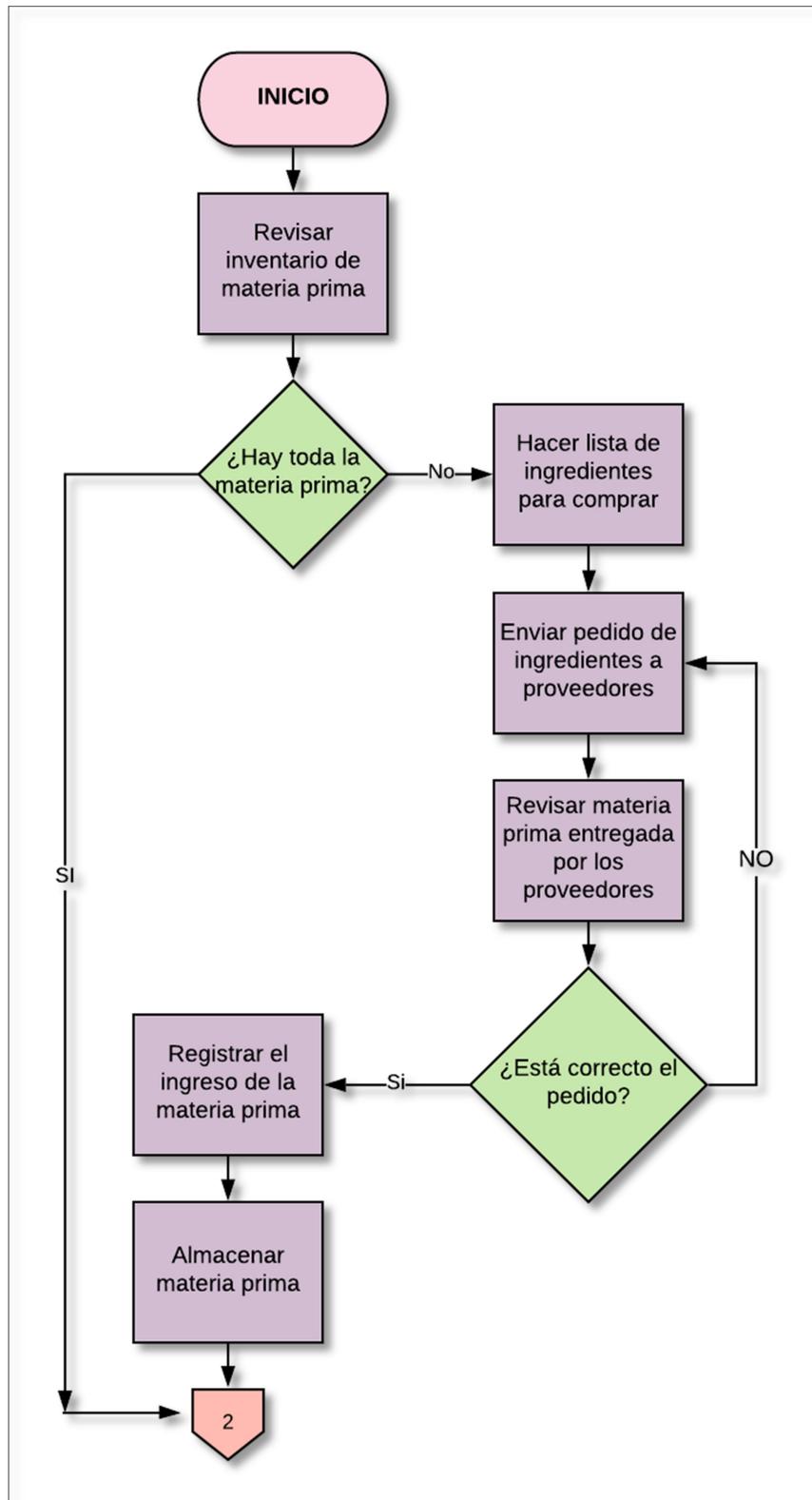
**Servicio a la mesa o para llevar:** Llevar el pedido a la mesa o entregar al cliente para que lo lleve (20 seg.)

**Limpiar:** Limpiar enseguida las mesas para la atención de más clientes (20 seg.)

## Descripción de proceso de compra de materia prima

- **Revisar inventario de materia prima:** Revisar en la base de datos, el inventario realizado el día anterior para ver si hay toda la materia prima para la correcta elaboración de los Cholados
- **Hacer lista de ingredientes:** En caso de que no hayan los ingredientes necesarios para la elaboración de Cholados, se procederá a hacer una lista de materia prima requerida, para la posterior compra de la misma
- **Enviar pedido:** Enviar el pedido de los ingredientes necesarios a los proveedores para que traigan los insumos a “Chol -Ice”
- **Revisar materia prima entregada:** Revisar la materia prima que entregó el proveedor para verificar si está correcto o no, o si hay que hacer algún cambio
- **Registrar ingreso de materia prima:** Registrar en base de datos la materia prima comprada y revisada.
- **Almacenar materia prima:** Almacenar la materia prima comprada en el refrigerador

## Flujograma de compra de materia prima



**Ilustración 16** Flujograma de compra de materia prima

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Descripción de proceso de Elaboración de Cholado

- **Pre – Preparación:** Antes de elaborar el Cholado se necesita tener los ingredientes listos para al final colocarlos en el vaso, por ello se realiza la pre preparación, en dónde, se descongela la pulpa de las frutas que son mora, mango y frutilla; después se debe desinfectar las frutillas y por último se pican todas las frutas.



**Ilustración 17 Baño María de pulpas de frutas**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora



**Ilustración 18 Desinfectar y Picar frutas**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

- **Elaboración de jarabes:** De igual manera, los jarabes deben estar listos antes de la elaboración de los Cholados, y los jarabes se realiza de la siguiente manera: Se coloca en la licuadora la pulpa de fruta descongelada, se agrega azúcar y se licúa todo, por último se coloca cada sabor de jarabe en las botellas de plástico respectivas.



**Ilustración 19 Elaboración de jarabes**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

- **Elaboración de Cholado:** Teniendo todo ya picado y listo para la elaboración se procede a hacer el Cholado:

Primero se pica hielo y se pone en la base del vaso hasta un tercio del mismo, después se pone un poco de leche condensada y el jarabe de mango y un puñado de fruta picada; después se coloca más hielo picado y se repite el proceso con el jarabe de mora y por último con el de frutilla; en la cima del Cholado se coloca el resto de la fruta picada y se decora con leche condensada; teniendo como resultado un Cholado.



**Ilustración 20 Picar hielo**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

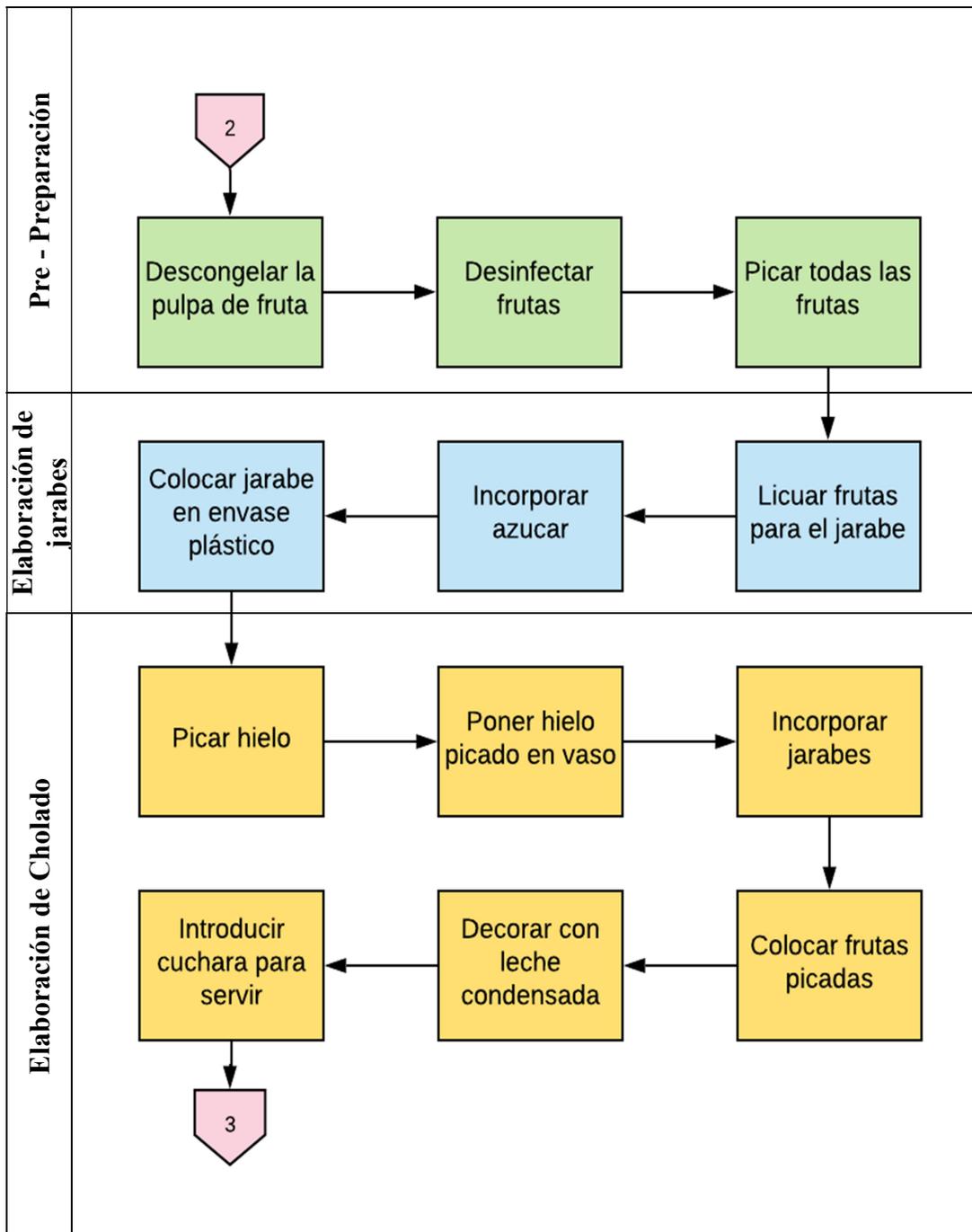


**Ilustración 21 Chulado**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Flujograma de Elaboración del Cholado



**Ilustración 22** Flujograma de Elaboración del Cholado

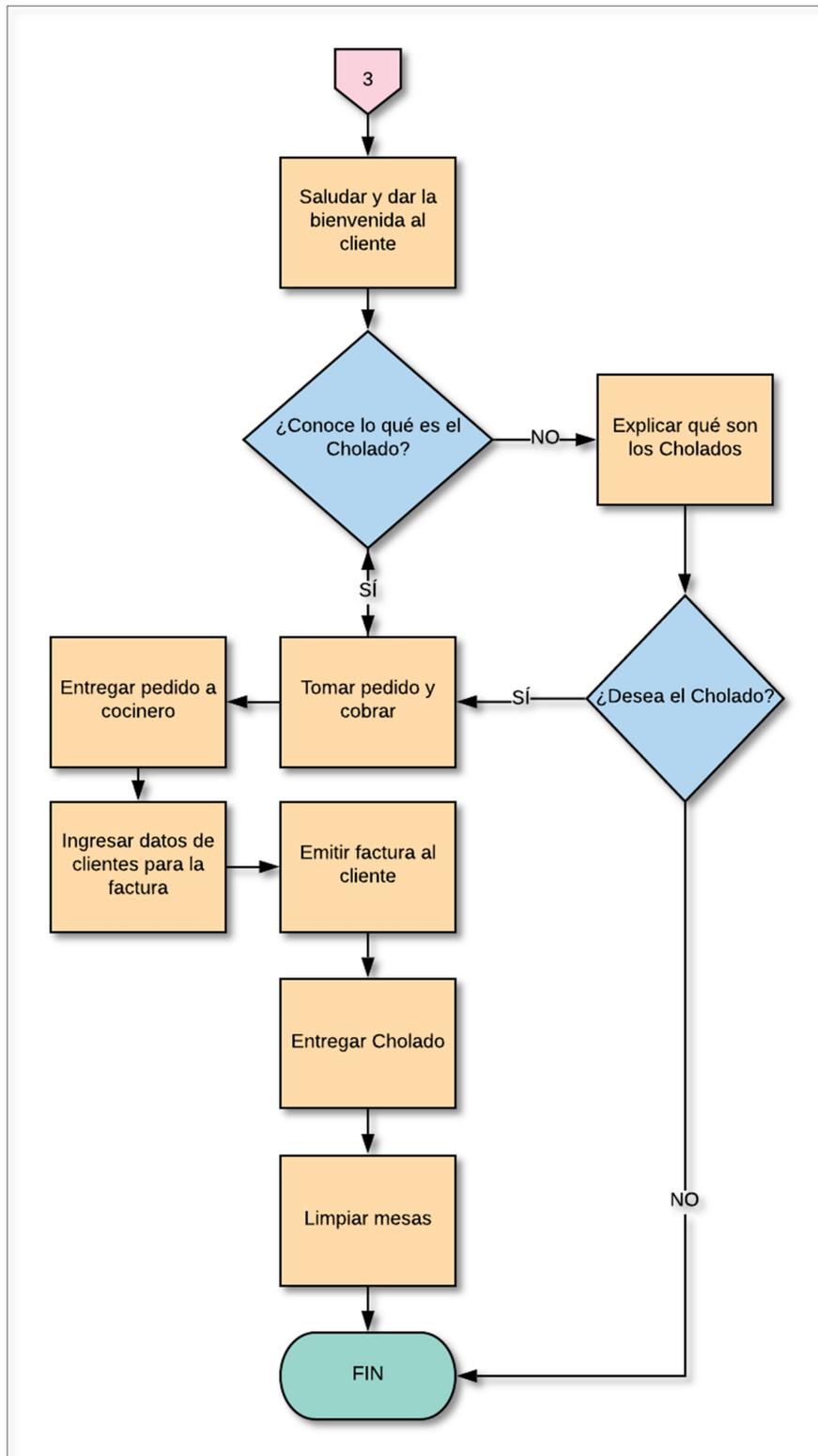
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Descripción de proceso del servicio

- **Saludar y dar la bienvenida:** Saludar a los clientes y preguntar si conoce lo que es un Cholado, para poder explicar qué es un Cholado y de esa manera que el cliente sepa lo que va a comprar
- **Tomar pedido y cobrar:** Preguntar al cliente cuántos Cholados desea y si los desea completos o con un sabor de jarabe en particular. Después de que el cliente esté satisfecho con lo que ha pedido, se cobrará.
- **Entregar pedido al cocinero:** Entregar lo que ha pedido al cocinero para que lo elabore.
- **Ingresar datos para la factura:** En caso de que sea cliente nuevo, se tomarán todos sus datos para ingresarlos en la base de dato y emitir su factura; en caso de que el cliente haya venido anteriormente, se pedirá únicamente su número de cédula, y el programa detallará enseguida el resto de datos para su factura y de igual forma se emitirá y entregará la factura al cliente
- **Entregar Cholado:** Se entregará el pedido realizado, en la mesa o para llevar según lo que desee el cliente.
- **Limpiar mesas:** Después de que el cliente abandone la mesa al retirarse, el personal asignado limpiará la mesa para que otro cliente se sienta cómodo y disfrute su Cholado.

### Flujograma del servicio



**Ilustración 23** Flujograma del servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora



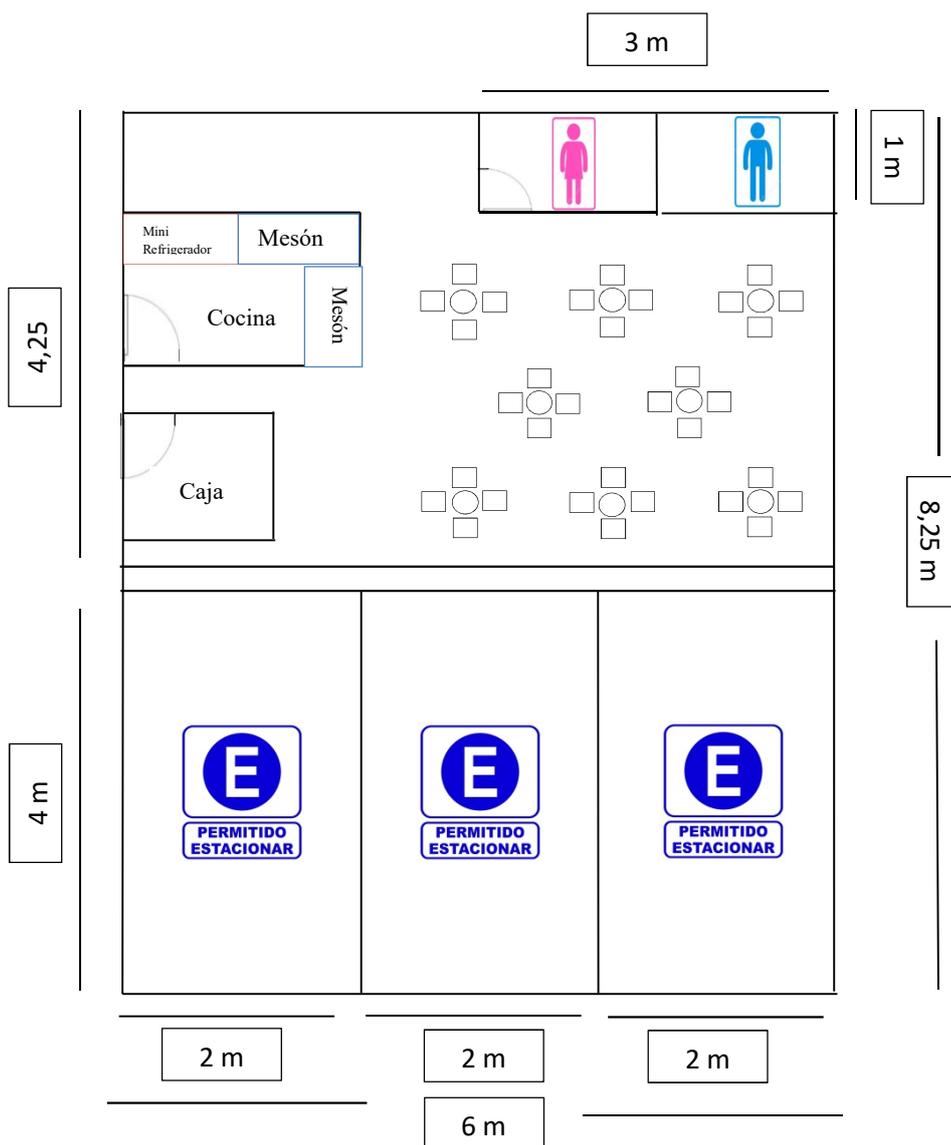
La distribución se diseñó para la comodidad del cliente y tomando en cuenta sus necesidades como la seguridad para el vehículo ya que cuenta con parqueadero, en caso de alguna falla o quejas estará el área administrativa y por último el orden de las mesas y sillas están colocadas de tal forma en que pueda disfrutar.

Según (Krajewski, pág. 312): “La planificación de la distribución es la planificación que incluye decisiones sobre la disposición física de los centros de actividad económica que necesitan los diferentes procesos de una instalación”

La planificación de la distribución física de “Chol – Ice” se realizó pensando en el cliente y en el personal. Por lo que las mesas están localizadas cerca de la puerta, de la caja y de los baños, de esta manera tendrán cerca lo que necesiten.

Existen 4 tipos de distribución según el proceso de elaboración del producto, pero la que se eligió es la distribución de flujo flexible ya que según (Krajewski, págs. 314, 315): “Los procesos de trabajo y de mostrador con flujos de trabajo muy divergentes tienen bajo volumen y un alto nivel de personalización deben elegir una distribución de flujo flexible. Donde los recursos se organizan por funciones”.

Por el hecho de que los clientes deben elegir las frutas y sabores para sus Cholados se decidió distribuir a la cocina según el orden de funciones para la correcta preparación de los Cholados que realizan los cocineros. De esta manera se ahorra tiempo y se vuelve un servicio excelente y rápido.



**Ilustración 25 Planos de Chol – Ice**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## Equipo

Para el buen funcionamiento de Chol – Ice se necesitan varios bienes propios que se detallarán en las siguientes tablas, con la cantidad y precio según el mercado local:

**Tabla 24 Equipamiento**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Licadora de 600w	1	\$50,00	\$50,00
Triturador de Hielo Eléctrico de 110 voltios	1	\$200,00	\$200,00
Mini Refrigeradora	1	\$130,00	\$130,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$380,00</b>	<b>\$380,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Tabla 25 Muebles y enseres**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesas redondas	8	\$45,00	\$360,00
Sillas de madera	32	\$20,00	\$640,00
Mostrador de madera	1	\$100,00	\$100,00
Silla para mostrador	1	\$20	\$20
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.120,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Tabla 26 Equipo de Computación**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Laptop Hp 15,6 Touchscreen 8ram	1	\$500,00	\$500,00
Impresora Canon con sistema de tinta continua	1	\$400,00	\$400,00
Impresora de Facturas Epson	1	\$200	\$200
<b>TOTAL</b>			<b>\$1100,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Tabla 27 Personas**

Actividad	Tiempo	No. De personas	Horas - Hombre Mensual (min)
<b>Pre - Preparación</b>			
Descongelar pulpa de frutas	15 min	1	450 min
Desinfectar las frutillas	30 min	1	900 min
Picar todas las frutas	10 min	1	300 min
<b>Elaboración de Jarabes</b>			
Licuar la pulpa de fruta descongelada mezclada con azúcar	1 min	1	30 min
<b>Servicio</b>			
Saludar y dar la bienvenida	10 seg	1	5 min
Tomar pedido y cobrar	3 min	1	90 min
Entregar pedido al cocinero	5 seg	1	2 min y 30 seg
Ingresar datos para la factura	2 min	1	60 min
<b>Elaboración de Cholados</b>			
Picar el hielo	20 seg	1	10 min
Poner el hielo picado en el vaso	10 seg	1	5 min
Incorporar jarabes	20 seg	1	10 min
Colocar las frutas previamente picadas	40 seg	1	20 min
Decorar con leche condensada	20 seg	1	10 min
Servir	20 seg	1	10 min

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 2.1.3 Tecnología a aplicar

La ventaja de esta idea de negocio, es el hecho de que se hace de forma artesanal, por lo que no se requiere de mucha tecnología para la elaboración de Cholados. Por lo que para iniciar el negocio se requiere un triturador de hielo eléctrico y una licuadora.

Con el paso de los años se va a requerir más debido a la proyección de la demanda por lo que en un rango de 5 años se requerirá más trituradores de hielo y licuadoras, para acelerar el proceso de la elaboración de Cholados

## 2.2 Factores que afectan el plan de operaciones

### 2.2.1 Ritmo de producción

**Tabla 28 Ritmo de producción**

Actividad	No. De personas	Tiempo Promedio	Tiempo Normal	Ritmo de Trabajo
<b>Pre - Preparación</b>				
Descongelar pulpa de frutas	1	15 min	20 min	20/15 * 1 persona * 30 días de trabajo= 40min
Desinfectar las frutillas	1	30 min	35 min	35 min
Picar todas las frutas	1	10 min	20 min	1 hora
<b>Elaboración de Jarabes</b>				
Licuar la pulpa de fruta descongelada mezclada con azúcar	1	1 min	1 min y 30 seg	45 min
<b>Servicio</b>				
Saludar y dar la bienvenida	1	10 seg	12 seg	36 seg
Tomar pedido y cobrar	1	3 min	4 min	40 min
Entregar pedido al cocinero	1	5 seg	10 seg	1 hora
Ingresar datos para la factura	1	2 min	3 min	45 min
<b>Elaboración de Cholados</b>				
Picar el hielo	1	20 seg	25 seg	38 seg
Poner el hielo picado en el vaso	1	10 seg	12 seg	36 seg
Incorporar jarabes	1	20 seg	25 seg	53 seg
Colocar las frutas previamente picadas	1	40 seg	45 seg	34 seg
Decorar con leche condensada	1	20 seg	25 seg	38 seg
Servir	1	20 seg	25 seg	38 seg

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Según el ritmo de trabajo con dos personas realizando el proceso de elaboración de Cholados, considerando que se va a trabajar 35 horas semanales cada uno (en total 70 horas) y el Cholado dure 7 min y 25 seg en realizarse, se prevé que se puede realizar 8 Cholados en una hora y por ende 560 Cholados en una semana, según el ritmo establecido en la tabla anterior.

### 2.2.2 Nivel de Inventario Promedio

En una heladería común se venden 3450 conos de helado al mes, es decir en promedio 115 conos de helados al día.

Por ello, debido a que el plan de negocios es una idea innovadora y no todas las personas conocen qué es un Cholado, además que se basan en costumbres tradicionales, se estableció producir en promedio 60 Cholados al día, es decir, 1800 Cholados al mes, con ello se obtendrá la ganancia requerida.

Pero como inventario promedio se van a realizar los preparativos de ingredientes para 10 Cholados adicionales por día, en caso de que haya más consumidores de los previstos. Es decir, que en total se van a producir en promedio 70 Cholados al día y 2100 en el mes.

### 2.2.3 Número de trabajadores

**Tabla 29 Número de trabajadores**

Cargo	# de recurso humano	Funciones	Costo Fijo	Costo Variable
<b>Gerente Propietario</b>	1	Tomar pedidos de clientes y cobrar	X	
		Hacer y dar facturas		
		Pagar a proveedores		
		Pagar a empleados		
		Contratar empleados		
		Tomar decisiones según previo análisis de información		

		Comprar ingredientes para la elaboración de los Cholados		
		Hacer inventario		
		Hacer encuestas de satisfacción al cliente		
		Declarar impuestos		
		Llevar la contabilidad del negocio		
		Manejar la publicidad del negocio en redes sociales		
<b>Cocinero</b>	2	Picar el hielo	X	
		Poner el hielo picado en el vaso		
		Incorporar jarabes		
		Colocar las frutas previamente picadas		
		Decorar con leche condensada		
		Servir		
<b>Ayudante de limpieza</b>	2	Limpiar mesas	X	
		Limpiar antes de abrir y cerrar todo el local		
		Lavar vajilla		
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>			

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

El negocio atenderá de lunes a domingo con dos cocineros de horario rotativo, la hora de atención será de 10h00 a 19h00, pero los empleados deberán estar a las 09h00 para realizar la limpieza del local y tener listos los ingredientes necesarios para la jornada. El cocinero 1 al igual que el asistente de limpieza 1 van a trabajar de lunes a domingo de 09h00 a 14h00 y el cocinero 2 con el asistente de limpieza 2 van a trabajar de 14h00 a 19h00.

## 2.3 Capacidad de Producción

### 2.3.1 Capacidad de producción futura

La capacidad de producción futura se calculará con la tasa de crecimiento de producción del sector de servicios de alimentos y bebidas que según (Ekos Negocios, 2018) es del 4,4%. Se proyectará por 5 años.

**Tabla 30 Capacidad de producción futuro**

	<b>Año</b>	<b>Producción Mensual</b>	<b>Capacidad de Producción Futura Anual</b>
<b>0</b>	2018	2100	25200
<b>1</b>	2019	2192	26309
<b>2</b>	2020	2289	27466
<b>3</b>	2021	2390	28675
<b>4</b>	2022	2495	29937
<b>5</b>	2023	2604	31254

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## 2.4 Definición de los recursos necesarios para la producción

### 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

**Tabla 31 Materias primas y grado de sustitución**

<b>Ingredientes</b>	<b>Importancia</b>	<b>Proveedores</b>
Leche condensada	Este producto le da el sabor al producto y es parte de la decoración del Chocado, pero sí puede ser sustituido por arropo de mora (en caso de que no se encuentre la leche condensada); aunque son diferentes sabores, cada uno le da un toque especial al Chocado	La leche condensada se puede encontrar en las tiendas del barrio, pero por efectos de calidad, se ha tomado la decisión de que el proveedor sea el Supermaxi

Sandía	Estas cuatro frutas son muy importantes para la elaboración del Cholado ya que representan el 90% del producto final. Pero en caso de que algo llegara a pasar algo con los proveedores se puede cambiar uno o dos ingredientes máximo para dar otro sabor, implementando otras frutas como la manzana roja o la papaya	Para encontrar precios razonables se ha recurrido a las frutas que venden en el mercado, pero se llegó a un trato con una de las personas que vende allí, para que se compre únicamente a este proveedor y tenga frescas y de buena calidad las frutas
Frutilla		
Plátano		
Piña		
Pulpa de frutilla	Estas pulpas de frutas son para la elaboración de los jarabes de los Cholados, estos jarabes son parte fundamental para darle sabor al producto por lo que no pueden ser sustituidos, ya que se puede perder el sabor auténtico del Cholado	Debido a que no todo el tiempo el mango está bueno para comprar, se ha decidido comprar en pulpa congelada ya que se conserva de mejor manera y se mantiene la calidad en todos los sabores de pulpa requeridos; por ello se va a comprar las pulpas en el Supermaxi
Pulpa de mora		
Pulpa de mango		
Azúcar	El azúcar es insustituible porque endulza el jarabe para el Cholado, por lo que no se puede cambiar por nada	Debido a que se prefiere la calidad antes que la cantidad, se buscó un proveedor que sustente de azúcar al negocio, este proveedor es Producto Schullo, ya que tienen la mejor azúcar orgánica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## 2.5 Calidad

### 2.5.1 Método de Control de Calidad

#### Hoja de Verificación o de Chequeo

Es un impreso con formato de tabla o diagrama, destinado a registrar y compilar datos mediante un método sencillo y sistemático. Es un formato construido especialmente para recabar datos de una manera adecuada y

sistemática, de tal manera que su registro sea fácil para analizar la manera en que los principales factores que intervienen, influyen en una situación o problema específico.

La hoja de verificación debe ser visualmente fácil y debe permitir observar la información de manera sencilla para hacer un primer análisis que permita apreciar la magnitud y localización de los problemas principales.

### **Pasos para elaborar una hoja de verificación**

- 1. Determinar claramente el proceso sujeto a observación:** Los integrantes deben enfocar su atención hacia el análisis de las características del proceso, además deben tener claras las partes del proceso a observar para no perderse.
- 2. Definir el período de tiempo durante el cual serán recolectados los datos:** Esto puede variar de horas a semanas. Además deben ser períodos realistas y que de verdad aporten información.
- 3. Diseñar una forma que sea clara y fácil de usar:** Todas las columnas estén claramente descritas y debe haber suficiente espacio para registrar los datos. Esta herramienta busca quitar problemas y que tengamos un formato claro y fácil de usar.  
Cada hoja de verificación debe llevar la información completa sobre el origen de la información: Fecha, turno, máquina, personal, proceso, quién toma los datos, etc.
- 4. Obtener los datos de una manera consistente y honesta:** El encargado o encargada de recopilar los datos, debe tomarse su tiempo, a veces hay procesos que son un poco repetitivos y tediosos y pueden llegar a cansar.  
(Aprendiendocalidadadr.com)

## Formato de Hoja de Verificación

	<b>HOJA DE VERIFICACIÓN</b>		
	<b>CHOL - ICE</b>		
	<b>Proceso para verificar:</b>	Servicio al Cliente	
	<b>Fecha:</b>		
	<b>Elaborado por:</b>		
<b>Actividades</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Saluda con una sonrisa			
Explicación correcta de qué es un Cholado			
Rapidez al tomar el pedido			
Manejo correcto del sistema de facturación			
Existe algún inconveniente al ingresar datos para la facturación del pedido			
El cliente tiene alguna sugerencia o queja			

### **Ilustración 26 Hoja de Verificación**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## **2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación**

### **2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional**

#### **Legislación para el cumplimiento del reglamento de seguridad y salud.**

El Código de trabajo: Art. 434, Reglamento de higiene y seguridad enuncia: “En todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de diez trabajadores. Los empleadores están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales por medio de la Dirección Regional del Trabajo, un reglamento de higiene y seguridad, el mismo que será renovado cada dos años”.

Si la empresa cuenta con 10 trabajadores o menos debe realizar un plan mínimo de prevención de riesgos. Dependiendo del tamaño de la empresa se deberán cumplir con diferentes responsabilidades como:

- Botiquín de primeros auxilios
- 1 Delegado de Seguridad y Salud Responsable de prevención de riesgos
- Diagnóstico de Riesgos Política empresarial
- Plan mínimo de prevención de riesgos
- Exámenes médicos preventivos  
(Higiene Industrial Ambiente)

Los trabajadores tendrán las siguientes obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales:

- Cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones de los programas de Seguridad y Salud en el Trabajo que se apliquen en el lugar de trabajo, así como con las instrucciones que les impartan sus superiores jerárquicos directos.
- Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva, cuando aplique.
- No operar o manipular equipos, herramientas u otros elementos para los cuales no hayan sido autorizados y, en caso de ser necesarios, capacitarlos.
- Informar a sus superiores acerca de acciones o condiciones inseguras de cualquier situación de trabajo (actividades, equipos, instalaciones, herramientas, entre otras), que a su juicio entrañe, por motivos razonables un peligro para la Seguridad o la Salud de los trabajadores.
- Informar a su Jefe Directo oportunamente, sobre cualquier dolencia que sufran y que se haya originado como consecuencia de las labores que realizan o de las condiciones y ambiente de trabajo.

## **CAPÍTULO III**

### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTION**

#### **3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos**

##### **3.1.1 Visión de la empresa**

Ser los Cholados más ricos y nutritivos con el mejor servicio al cliente; siendo reconocidos a nivel nacional en 5 años gracias a la innovación constante de sabores y su incomparable calidad

##### **3.1.2 Misión de la empresa**

“Chol – Ice” se preocupa por la salud de las personas por lo que se elabora y comercializa Cholados con ingredientes naturales y de calidad, con precios competitivos, para personas de todas las edades.

##### **3.1.3 Definición de Objetivos General**

###### **Objetivo General**

Ver la viabilidad económica y productiva para la creación de un negocio que se dedique a la elaboración y comercialización de Cholados en el sector de la Rumiñahui, Quito

## **Objetivos Específicos**

- Determinar si la idea de negocio es competitiva para los consumidores al medir las preferencias de los mismos.
- Evaluar la factibilidad de la puesta en práctica del plan de negocio, mediante indicadores financieros midiendo: la rentabilidad, retorno que se tendrá y en cuánto tiempo se va a recuperar la inversión.

## **Valores**

Se mantendrán los siguientes valores dentro y fuera de la organización con los clientes, proveedores, empleados, competencia y medio ambiente:

- Honestidad
- Respeto
- Responsabilidad
- Honradez
- Compromiso
- Amabilidad
- Transparencia
- Lealtad
- Eficacia
- Ética

**Tabla 32 Matriz Axiológica**

<b>VALORES</b>	<b>Empresa</b>	<b>Clientes</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Empleados</b>	<b>Competencia</b>	<b>Medio Ambiente</b>
Respeto	X	X	X	X	X	
Honestidad	X	X	X	X	X	
Responsabilidad	X	X	X	X	X	X
Honradez	X	X	X	X	X	
Compromiso	X	X	X	X		X
Amabilidad	X	X	X	X	X	
Transparencia	X	X	X	X	X	
Lealtad	X	X	X	X	X	
Eficacia	X		X	X		
Ética	X	X	X	X	X	

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.1.4 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (Matriz FODA)

Exige un concienzudo pensamiento para generar estrategias en los cuatro cuadrantes de la matriz, estos son los de: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA), y debilidades y amenazas (DA). Desarrollar un serio análisis del entorno, de la competencia y del intorno ayudará mucho a generar las estrategias de los cuatro cuadrantes. (Ipinza F. D., 2008, págs. 267, 268)

**Tabla 33 Análisis FODA**

ESTRATEGIA DAFO		INTERNOS		
		FORTALEZAS	DEBILIDADES	
			F1: Precios competitivos	D1: Empresa nueva en el mercado de Quito
			F2: Costos operativos bajos	D2: Presupuesto limitado
			F3: Tiempo corto de elaboración de producto	D3: Negocio de un único producto
	F4: Agilidad en servicio al cliente	D4: Falta de conocimiento de realizar Cholados de los cocineros		
EXTERNOS	OPORTUNIDADES	FO	DO	
	O1: Rápido crecimiento de la demanda	F1yO1: Crear promociones por la compra de los Cholados para llamar la atención de más personas	D1yO1: Hacer degustaciones del producto a la gente que pasa por la calle	
	O2: Apertura a mercados nacionales	F2yO2: Tener preparados los ingredientes previamente para acelerar el tiempo de preparación del Cholado	D2yO2: Hacer un plan de ventas que incrementen los ingresos	
	O3: Diversificar el negocio	F3yO3: Participar en ferias de emprendimientos, para dar a conocer el producto	D3yO3: Crear un producto alternativo como los Frappes	

<b>O4:</b> Amplia segmentación de clientes	<b>F4yO4:</b> Hablar con el director de los colegios del sector para dar a conocer el producto para venderlos allí; de igual manera en los trabajos	<b>D4yO4:</b> Capacitar a los cocineros sobre cómo se realizan los “Cholados” y en atención al cliente.
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<b>A1:</b> Entrada de nuevos competidores a Quito	<b>F1yA1:</b> Implementar nuevos sabores de jarabes de frutas naturales para mantener e incrementar clientes	<b>D1yA1:</b> Crear un sistema de publicidad por redes sociales, por su bajo costo y gran acogida, para dar a conocer los “Cholados”
<b>A2:</b> Clima frío de Quito	<b>F2yA2:</b> Obsequiar una bebida caliente por cada compra de Cholado	<b>D2yA2:</b> Realizar previamente un presupuesto para gastos de calefactores, utilizando el dinero limitado sin mal gastar
<b>A3:</b> Cambio de gustos en los consumidores	<b>F3yA3:</b> Adicionar cada cierto tiempo la fruta que este en temporada	<b>D3yA3:</b> Un fin de semana por mes cambiar todos los sabores de los jarabes y todas las frutas
<b>A4:</b> Variedad de productos sustitutos	<b>F4yA4:</b> Crear un sabor de jarabe único para diferenciar a los Cholados de los productos sustitutos o competidores	<b>D4yA4:</b> Enseñar técnicas de ventas a los empleados para que atraigan a más consumidores

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

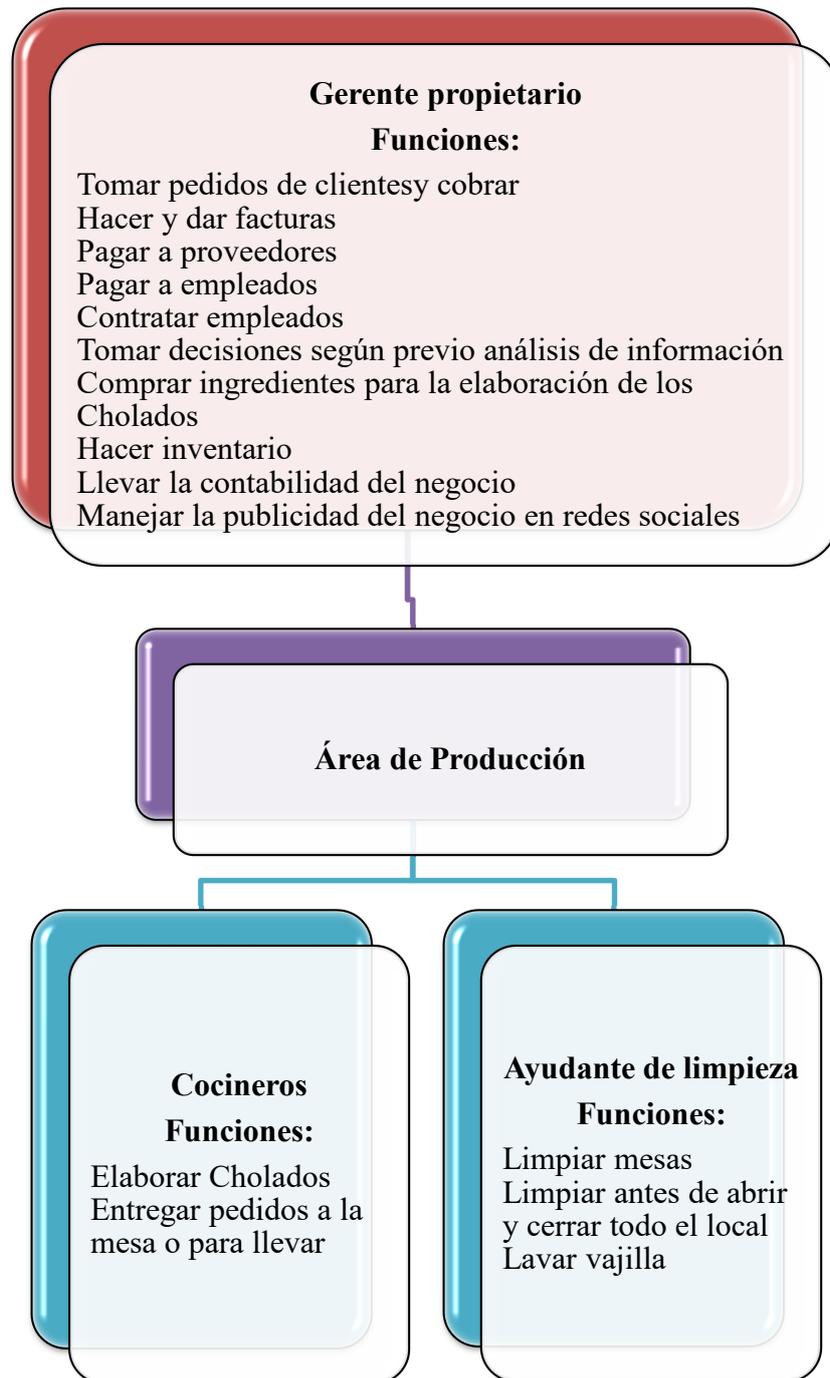
## 3.2 Organización funcional de la empresa

### 3.2.1 Organigrama Estructural



**Ilustración 27 Organigrama Estructural de Chol – Ice**  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

## Organigrama Funcional



**Ilustración 28 Organigrama Funcional de Chol – Ice**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.2.2 Descripción de Puestos

**Tabla 34 Descripción de puesto de Gerente Propietario**

<b>I. INFORMACION BASICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Gerente propietario
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Ninguno
<b>SUPERVISA A</b>	Jefe de Producción, Jefe de Contabilidad, Jefe de Márketing
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Dirigir, controlar y coordinar el funcionamiento del negocio	
<b>III. FUNCIONES</b>	
Tomar pedidos de clientes y cobrar	
Hacer y dar facturas	
Pagar a proveedores	
Pagar a empleados	
Contratar empleados	
Tomar decisiones según previo análisis de información	
Comprar ingredientes para la elaboración de los Cholados	
Hacer inventario	
Hacer encuestas de satisfacción al cliente	
Manejar la publicidad del negocio en redes sociales	
Declarar impuestos	
Manejar la publicidad del negocio en redes sociales	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Título de tercer nivel en Administrador de empresas y negocios o Ingeniería comercial.
<b>EXPERIENCIA</b>	3 años Administrando en una empresa
<b>HABILIDADES</b>	Facilidad de comunicación
	Toma de decisiones
	Capacidad de análisis y de síntesis
	Manejo de facturas
<b>FORMACION</b>	Administración del talento humano
	Administración de empresas y negocios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Tabla 35 Descripción de puesto de Cocinero 1**

<b>I. INFORMACION BASICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Cocinero 1
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de producción
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Elaboración de “Cholados”	
<b>III. FUNCIONES</b>	
En la mañana de 09h00 a 14h00	
Elaborar Cholados	
Entregar pedidos a la mesa o para llevar	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	6 meses en atención al cliente
<b>HABILIDADES</b>	Agilidad
	Proactividad
<b>FORMACION</b>	Atención al cliente

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 36 Descripción de puesto de Cocinero 2**

<b>I. INFORMACION BASICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Cocinero 2
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de producción
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Elaboración de “Cholados”	
<b>III. FUNCIONES</b>	
En las tardes de 14h00 a 19h00	
Elaborar Cholados	
Entregar pedidos a la mesa o para llevar	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	6 meses en atención al cliente
<b>HABILIDADES</b>	Agilidad
	Proactividad
<b>FORMACION</b>	Atención al cliente

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 37 Descripción de puesto de Ayudante de limpieza 1**

<b>I. INFORMACION BASICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Ayudante de limpieza 1
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de producción
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Limpieza general del local	
<b>III. FUNCIONES</b>	
En la mañana de 09h00 a 14h00	
Limpiar mesas	
Limpiar antes de abrir y cerrar todo el local	
Lavar vajilla	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Ninguna
<b>HABILIDADES</b>	Orden
	Proactividad
<b>FORMACION</b>	Atención al cliente

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 38 Descripción de puesto del Ayudante de limpieza 2**

<b>I. INFORMACION BASICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Ayudante de limpieza 2
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de producción
<b>SUPERVISA A</b>	Nadie
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Limpieza general del local	
<b>III. FUNCIONES</b>	
En las tardes de 14h00 a 19h00	
Limpiar mesas	
Limpiar antes de abrir y cerrar todo el local	
Lavar vajilla	
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Ninguna
<b>HABILIDADES</b>	Orden
	Proactividad
<b>FORMACION</b>	Atención al cliente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### 3.3 Control de Gestión

#### 3.3.1 Indicadores de gestión necesarios

**Tabla 39 Indicadores de gestión**

N.	Nombre del proceso	Nombre del Indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de Medida	Frecuencia	Meta	Herramienta de control	Responsable
1	Producción	Nivel de Recursos Utilizados	Medir los recursos utilizados	$\frac{\text{Ventas (Unidades)}}{\text{Recursos Utilizados}}$	Unidades	Mensual	Utilizar al 100% los recursos materiales	Hoja de control	Dpto. de Producción
2	Producción	Nivel de Recursos Utilizados	Medir los recursos utilizados	$\frac{\text{Ventas (\$)}}{\text{Recursos Utilizados}}$	\$	Mensual	Utilizar al 100% los recursos materiales	Hoja de control	Dpto. de Producción
3	Servicio al cliente	Nivel de satisfacción al cliente	Medir la satisfacción de los clientes atendidos	$\frac{\text{Número de Quejas}}{\text{Total de clientes atendidos}}$	Unidades	Mensual	Aumentar el número de clientes satisfechos un 50%	Encuesta	Gerente propietario
4	Ventas	Nivel de Ventas	Medir las ventas realizadas	$\frac{\# \text{ de Clientes Atendidos}}{\# \text{ de Clientes programados}}$	Unidades	Mensual	Aumentar el número de clientes atendidos un 5%	Diagrama de causa y efecto	Dpto. de Marketing Digital

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **3.4 Necesidades de personal**

Para iniciar el negocio, se contratará con 2 cocineros en horario rotativo, detallado en la Tabla N.35 y la Tabla N.36 y con 2 ayudantes de limpieza con horario rotativo detallado en la Tabla N.37 y la Tabla N.38, que son los operarios, pero después de 5 años se prevé contratar un cocinero más que colabore en la elaboración de los Cholados, debido a que después de este tiempo se cumplirá el objetivo de darse a conocer, y las ventas incrementarán por lo que se necesitará otro operario; es decir que después de 5 años se tendrá a 3 cocineros en total.

## CAPÍTULO IV

### ÁREA JURÍDICO LEGAL

#### 4.1 Determinación de la forma jurídica

Para la constitución de Chol – Ice se consideraron los parámetros para la creación de una Sociedad Unipersonal de Responsabilidad Limitada, debido a que una sola persona será la responsable a cargo del negocio, llamado gerente propietario; es la mejor opción debido a que los patrimonios se separan, es decir, los personales y los de la empresa.

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la Ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello. (Artículo 1 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada).

Como se observa, estas Empresas solo pueden tener un titular o gerente-propietario, designación con la que lo identifica la Ley, que debe necesariamente ser una persona natural. No pueden constituir estas Empresas las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio. (Artículo 5 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada).

## **Beneficios**

Una sociedad unipersonal de responsabilidad limitada ofrece protección para el propietario en contra de una posible demanda, se considera una entidad separada de la empresa. Por lo tanto, los acreedores no pueden embargar los activos personales del propietario, como una casa o un automóvil para cumplir una sentencia en contra de su negocio. (DerechoEcuador.com, 2015)

## **4.2 Patentes y Marcas**

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales)

Se tendrá una Marca Comercial, el mismo que es un rótulo o enseña comercial que identifica un local comercial y las actividades que desarrolla.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre Comercial cuesta \$ 208,00 USD. La protección del nombre comercial tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

Constituye marca cualquier signo que pueda por si sólo distinguir los productos o servicios que expende en el mercado, respecto de otros ya existentes, para lo cual deberá ser susceptible de representación gráfica.

### **Consejos para registrar una marca**

- Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro.

- Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registro para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

### **Pagar para la búsqueda:**

Informe de búsqueda general de Signo Distintivo \$ 16,00

Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado) \$ 2,00. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)



**Ilustración 29 Marca y Logotipo para Chol – Ice**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales**

Los propietarios de micro mercados, heladerías, fuentes de soda, casas-hogar, entre otros establecimientos, ya no necesitan obtener permisos sanitarios de funcionamiento, informó la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa).

Sin embargo, estos establecimientos no están exentos del control y vigilancia sanitarios que realiza la agencia de manera permanente en todo el Ecuador, sin perjuicio de posibles sanciones que se generen por el incumplimiento de las condiciones higiénico-sanitarias. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)

Según se debe obtener el RUC en el SRI, el LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito licencia metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito. (Perez Bustamante y Ponce)

Además según Redacción de Negocios (2010) se debe obtener el permiso de Funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos y el permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud para empresas que manipulen alimentos.

## CAPÍTULO V

### ÁREA FINANCIERA

#### 5.1 Plan de inversiones

**Tabla 40 Plan de Inversiones**

N.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
<b>1</b>	<b>Material y Equipo</b>			<b>\$380,00</b>
	Licuadaora	1	\$50,00	\$50,00
	Pica hielo	1	\$200,00	\$200,00
	Mini refrigeradora	1	\$130,00	\$130,00
<b>2</b>	<b>Instalaciones</b>			<b>\$42,00</b>
	Toma corrientes	11	\$2,00	\$22,00
	Focos ahorradores	8	\$1,75	\$14,00
	Apagadores	4	\$1,50	\$6,00
<b>3</b>	<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$1.140,00</b>
	Mesas redondas	8	\$45,00	\$360,00
	Sillas de madera	32	\$20,00	\$640,00
	Mostrador de madera	1	\$100,00	\$100,00
	Silla para mostrador	1	\$40,00	\$40,00
<b>4</b>	<b>Equipos de computación</b>			<b>\$1.100,00</b>
	Laptops	1	\$500,00	\$500,00
	Impresora de Facturas Epson	1	\$200,00	\$200,00
	Impresora Canon con sistema de tinta continua	1	\$400,00	\$400,00
<b>5</b>	<b>Suministros de oficina</b>			<b>\$146,25</b>
	Carpetas Archivadoras	10	\$1,80	\$18,00
	Resmas de Papel de Bond	5	\$3,50	\$17,50
	Rollos de papel térmico para factura	30	\$1,30	\$39,00
	Caja de Esferográficos	1	\$1,75	\$1,75
	Caja de Clips	1	\$1,00	\$1,00
	Resaltadores	9	\$0,50	\$4,50

	Caja de Grapas	1	\$1,80	\$1,80
	Grapadora	3	\$4,00	\$12,00
	Perforadora	3	\$4,50	\$13,50
	Tinta de Impresora	4	\$8,00	\$32,00
	Lápices	9	\$0,30	\$2,70
	Cinta adhesiva	5	\$0,50	\$2,50
<b>6</b>	<b>Equipo de Oficina</b>			<b>\$80,00</b>
	Calculadora	1	\$30,00	\$30,00
	Teléfono inalámbrico	1	\$50,00	\$50,00
<b>7</b>	<b>Costos de Constitución</b>			<b>\$916,00</b>
	RUC	1	\$200,00	\$200,00
	Permiso de Funcionamiento Municipal	1	\$500,00	\$500,00
	Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	\$200,00	\$200,00
	Informe de búsqueda general de Signo Distintivo	1	\$16,00	\$16,00
<b>8</b>	<b>Local</b>			<b>\$20.000,00</b>
<b>9</b>	<b>Capital de trabajo</b>			<b>\$10.886,49</b>
	Costos		\$8.494,38	\$8.494,38
	Gastos		\$2.392,11	\$2.392,11
	<b>TOTAL</b>			<b>\$34.690,74</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Se necesitará una inversión inicial de \$34 690,74 para poder poner en práctica la idea de negocio, en este valor está incluido el capital de trabajo que es un colchón que debe tener una empresa para establecerse por 3 meses.

## 5.2 Plan de Financiamiento

### a) Forma de Financiamiento

**Tabla 41 Forma de Financiamiento**

DESCRIPCIÓN	TOTAL USD	PARCIAL %
<b>Recursos Propios</b>		
Efectivo	\$14.690,74	42%
Bienes	\$20.000,00	58%
<b>TOTAL</b>	<b>\$34.690,74</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Se financiarán los \$14 690,74 del plan de negocios mediante recursos propios en efectivo lo que representa el 42% y se aportará con \$20 000 en bienes, es decir con el local que representa el 58%; dándonos un total del 100%

### b) Capital de trabajo

**Tabla 42 Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR POR 3 MESES
<b>COSTOS</b>		
<b>Materia Prima</b>	<b>\$1.302,35</b>	<b>\$3.907,05</b>
Leche condensada	\$202,50	\$607,50
Sandía	\$65,00	\$195,00
Frutilla	\$50,00	\$150,00
Plátano	\$29,85	\$89,55
Piña	\$40,00	\$120,00
Pulpa de frutilla	\$165,00	\$495,00
Pulpa de mora	\$165,00	\$495,00
Pulpa de mango	\$165,00	\$495,00
Azúcar	\$420,00	\$1.260,00
<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>\$723,18</b>	<b>\$2.169,54</b>
Cocinero 1	\$361,59	\$1.084,77
Cocinero 2	\$361,59	\$1.084,77

<b>Mano de Obra Indirecta</b>	<b>\$723,18</b>	<b>\$2.169,54</b>
Ayudante de limpieza 1	\$361,59	\$1.084,77
Ayudante de limpieza 2	\$361,59	\$1.084,77
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	<b>\$82,75</b>	<b>\$248,25</b>
Cucharas de metal	\$27,50	\$82,50
Vasos Vintage	\$45,00	\$135,00
Vasos de plástico	\$2,50	\$7,50
Cucharas de plástico	\$4,50	\$13,50
Servilletas	\$3,25	\$9,75
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$2.831,46</b>	<b>\$8.494,38</b>
<b>GASTOS</b>		
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$697,37</b>	<b>\$2.092,11</b>
Sueldo de Gerente Propietario	\$617,37	\$1.852,11
Servicios Básicos	\$80,00	\$240,00
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$100,00</b>	<b>\$300,00</b>
Publicidad	\$100,00	\$300,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$797,37</b>	<b>\$2.392,11</b>
<b>TOTAL COSTOS + GASTOS</b>	<b>\$3.628,83</b>	<b>\$10.886,49</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

En el capital de trabajo se detallan los costos y los gastos, donde, la empresa va a incurrir por 3 meses en caso de que las ventas no sean como se las espera.

### 5.3 Cálculo de costos y gastos

#### a) Detalle de Costos

En la Tabla N. 43 se detalla los costos que tiene “Chol – Ice”, separando la materia prima, la mano de obra directa, la mano de obra indirecta y los costos indirectos de fabricación.

**Tabla 43 Detalle de Costos**

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>Materia Prima</b>				<b>\$1.302,35</b>	<b>\$15.628,20</b>
Leche condensada	unidades	135	\$1,50	\$202,50	\$2.430,00
Sandía	unidades	65	\$1,00	\$65,00	\$780,00
Frutilla	libras	100	\$0,50	\$50,00	\$600,00
Plátano	unidades	995	\$0,03	\$29,85	\$358,20
Piña	unidades	80	\$0,50	\$40,00	\$480,00
Pulpa de frutilla	pulpa de 500g	165	\$1,00	\$165,00	\$1.980,00
Pulpa de mora	pulpa de 500g	165	\$1,00	\$165,00	\$1.980,00
Pulpa de mango	pulpa de 500g	165	\$1,00	\$165,00	\$1.980,00
Azúcar	funda de 2kg	210	\$2,00	\$420,00	\$5.040,00

<b>Mano de Obra Directa</b>				<b>\$723,18</b>	<b>\$8.678,16</b>
Cocinero 1	personas	1	\$361,59	\$361,59	\$4.339,08
Cocinero 2	personas	1	\$361,59	\$361,59	\$4.339,08
<b>Mano de Obra Indirecta</b>				<b>\$723,18</b>	<b>\$8.678,16</b>
Ayudante de Limpieza 1	personas	1	\$361,59	\$361,59	\$4.339,08
Ayudante de Limpieza 2	personas	1	\$361,59	\$361,59	\$4.339,08
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>				<b>\$82,75</b>	<b>\$993,00</b>
Cucharas de metal	juego de 20 cucharas	5	\$5,50	\$27,50	\$330,00
Vasos Vintage	juego de 8 vasos	10	\$4,50	\$45,00	\$540,00
Vasos de plástico	paquete de 50 unid	5	\$0,50	\$2,50	\$30,00
Cucharas de plástico	paquete de 25 unid.	10	\$0,45	\$4,50	\$54,00
Servilletas	paquete de 225 unid.	5	\$0,65	\$3,25	\$39,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$2.831,46</b>	<b>\$33.977,52</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**b) Proyección de Costos**

**Tabla 44 Proyección de Costos**

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Leche condensada	\$202,50		\$202,50	\$2.430,00		\$214,75	\$2.577,02
Sandía	\$65,00		\$65,00	\$780,00		\$68,93	\$827,19
Frutilla	\$50,00		\$50,00	\$600,00		\$53,03	\$636,30
Plátano	\$29,85		\$29,85	\$358,20		\$31,66	\$379,87
Piña	\$40,00		\$40,00	\$480,00		\$42,42	\$509,04
Pulpa de frutilla	\$165,00		\$165,00	\$1.980,00		\$174,98	\$2.099,79
Pulpa de mora	\$165,00		\$165,00	\$1.980,00		\$174,98	\$2.099,79
Pulpa de mango	\$165,00		\$165,00	\$1.980,00		\$174,98	\$2.099,79
Azúcar	\$420,00		\$420,00	\$5.040,00		\$445,41	\$5.344,92
Sueldo de Cocinero 1	\$361,59		\$361,59	\$4.339,08		\$383,47	\$4.601,59
Sueldo de Cocinero 2	\$361,59		\$361,59	\$4.339,08		\$383,47	\$4.601,59
Sueldo de Ayudante de Limpieza 1	\$361,59	\$361,59		\$4.339,08	\$367,56		\$4.410,67
Sueldo de Ayudante de Limpieza 2	\$361,59	\$361,59		\$4.339,08	\$367,56		\$4.410,67
Cucharas de metal	\$27,50	\$27,50		\$330,00	\$27,95		\$335,45
Vasos Vintage	\$45,00	\$45,00		\$540,00	\$45,74		\$548,91
Vasos de plástico	\$2,50	\$2,50		\$30,00	\$2,54		\$30,50
Cucharas de plástico	\$4,50	\$4,50		\$54,00	\$4,57		\$54,89
Servilletas	\$3,25	\$3,25		\$39,00	\$3,30		\$39,64
<b>TOTALES</b>	<b>\$2.831,46</b>			<b>\$33.977,52</b>			<b>\$35.607,63</b>

DESCRIPCION	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Leche condensada		\$227,74	\$2.732,92		\$241,52	\$2.898,27		\$256,13	\$3.073,61
Sandía		\$73,10	\$877,23		\$77,53	\$930,31		\$82,22	\$986,59
Frutilla		\$56,23	\$674,80		\$59,64	\$715,62		\$63,24	\$758,92
Plátano		\$33,57	\$402,85		\$35,60	\$427,23		\$37,76	\$453,07
Piña		\$44,99	\$539,84		\$47,71	\$572,50		\$50,59	\$607,13
Pulpa de frutilla		\$185,57	\$2.226,83		\$196,80	\$2.361,55		\$208,70	\$2.504,42
Pulpa de mora		\$185,57	\$2.226,83		\$196,80	\$2.361,55		\$208,70	\$2.504,42
Pulpa de mango		\$185,57	\$2.226,83		\$196,80	\$2.361,55		\$208,70	\$2.504,42
Azúcar		\$472,36	\$5.668,29		\$500,93	\$6.011,22		\$531,24	\$6.374,90
Sueldo de Cocinero 1		\$406,67	\$4.879,99		\$431,27	\$5.175,23		\$457,36	\$5.488,33
Sueldo de Cocinero 2		\$406,67	\$4.879,99		\$431,27	\$5.175,23		\$457,36	\$5.488,33
Sueldo de Ayudante de Limpieza 1	\$373,62		\$4.483,45	\$379,79		\$4.557,43	\$386,05		\$4.632,63
Sueldo de Ayudante de Limpieza 2	\$373,62		\$4.483,45	\$379,79		\$4.557,43	\$386,05		\$4.632,63
Cucharas de metal	\$28,41		\$340,98	\$28,88		\$346,61	\$29,36		\$352,33
Vasos Vintage	\$46,50		\$557,97	\$47,26		\$567,17	\$48,04		\$576,53
Vasos de plástico	\$2,58		\$31,00	\$2,63		\$31,51	\$2,67		\$32,03
Cucharas de plástico	\$4,65		\$55,80	\$4,73		\$56,72	\$4,80		\$57,65
Servilletas	\$3,36		\$40,30	\$3,41		\$40,96	\$3,47		\$41,64
<b>TOTALES</b>			<b>\$37.329,34</b>			<b>\$39.148,07</b>			<b>\$41.069,59</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En la proyección de costos, para el incremento de los costos variables a partir del año 2, se ha tomado en consideración un promedio de inflaciones desde el año 2014 hasta el año 2018 es decir de los últimos 5 años ya que se requiere un dato más exacto debido a que la inflación varía constantemente tomado de la página web del Banco Central, que es de 1,65% y el 4,4% de la tasa de crecimiento del sector de servicios de alimentos y bebidas. Y para los costos fijos para el año 2 en adelante se incrementó el promedio de la inflación de los últimos 5 años mencionado en la tabla N. 45.

A continuación se detalla el promedio obtenido.

**Tabla 45 Promedio de la Inflación en el Ecuador**

<b>Inflación Anual</b>		
<b>N.</b>	<b>Año</b>	<b>Inflación</b>
<b>1</b>	2014	3,67%
<b>2</b>	2015	3,38%
<b>3</b>	2016	1,12%
<b>4</b>	2017	-0,20%
<b>5</b>	2018	0,27%
<b>TOTAL</b>		8,24%
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,65%</b>

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** La Autora

### **c) Detalle de Gastos**

Los gastos detallados en la Tabla N. 46 son gastos administrativos y de ventas, no constan los gastos financieros debido a que no se contraerá ningún préstamo bancario, todo será financiado mediante recursos propios.

**Tabla 46 Detalle de Gastos**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Sueldo de Gerente Propietario	USD	\$617,37	\$617,37	\$7.408,44
Servicios Básicos	USD	\$80,00	\$80,00	\$960,00
Depreciación Material y Equipo	USD	\$3,17	\$3,17	\$38,00
Depreciación Equipos de Computación	USD	\$30,55	\$30,55	\$366,63
Depreciación Muebles y Enceres	USD	\$9,50	\$9,50	\$114,00
Depreciación de local	USD	\$50,00	\$50,00	\$600,00
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	USD	<b>\$740,59</b>	<b>\$740,59</b>	<b>\$9.487,07</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
-----		-----	-----	-----
<b>GASTOS DE VENTAS</b>				
Publicidad	USD	\$100,00	\$100,00	\$1.200,00
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>	USD	<b>\$100,00</b>	<b>\$100,00</b>	<b>\$1.200,00</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	USD	<b>\$840,59</b>	<b>\$840,59</b>	<b>\$10.687,07</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**d) Proyección de Gastos**

**Tabla 47 Proyección de Gastos**

DESCRIPCION	GASTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Sueldo de Gerente Propietario	\$617,37	\$617,37		\$7.408,44	\$627,56		\$7.530,68
Servicios Básicos	\$80,00	\$80,00		\$960,00	\$81,32		\$975,84
Depreciación Material y Equipo	\$3,17	\$3,17		\$38,00	\$3,22		\$38,63
Depreciación Equipos de Computación	\$30,55	\$30,55		\$366,63	\$31,06		\$372,68
Depreciación Muebles y Enceres	\$9,50	\$9,50		\$114,00	\$9,66		\$115,88
Depreciación de local	\$50,00	\$50,00		\$600,00	\$50,83		\$6.840,00
Publicidad	\$100,00	\$100,00		\$1.200,00	\$101,65		\$1.219,80
<b>TOTALES</b>				<b>\$10.687,07</b>			<b>\$17.093,51</b>

DESCRIPCION	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Sueldo de Gerente Propietario	\$637,91		\$7.654,94	\$648,44		\$7.781,24	\$659,14		\$7.909,63
Servicios Básicos	\$82,66		\$991,94	\$84,03		\$1.008,31	\$85,41		\$1.024,95
Depreciación Material y Equipo	\$3,27		\$39,26	\$3,33		\$39,91	\$3,38		\$40,57
Depreciación Equipos de Computación	\$31,57		\$378,83						
Depreciación Muebles y Enceres	\$9,82		\$117,79	\$9,98		\$119,74	\$10,14		\$121,71
Depreciación de local	\$51,66		\$6.840,00	\$52,52		\$6.840,00	\$53,38		\$6.840,00
Publicidad	\$103,33		\$1.239,93	\$105,03		\$1.260,39	\$106,77		\$1.281,18
<b>TOTALES</b>			<b>\$17.262,69</b>			<b>\$17.049,58</b>			<b>\$17.218,04</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

En la proyección de gastos para el año 2 en adelante se incrementa el 1,65% del promedio de inflación de los últimos 5 años, detallado anteriormente en la Tabla N. 45

## Mano de Obra

A continuación se detalla en la Tabla N.48 el cálculo del rol de pagos y en la Tabla N.49 la del rol de provisiones para saber cuánto hay que pagar a cada empleado. Según el Anexo 7 se detalla el cálculo para pagar a los empleados que trabajan la jornada parcial.

**Tabla 48 Rol de Pagos**

N.	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SBU	HORAS EXTRAS	TOTAL INGRESOS	IMPUESTO A LA RENTA	9,45%	TOTAL	
1	Nicole Larco	Gerente Propietario	\$600,00	\$0,00	\$600,00	\$150,00	\$56,70	\$206,70	\$393,30
3	Sofía González	Cocinero 1	\$337,75	\$0,00	\$337,75	\$84,44	\$31,92	\$116,35	\$221,40
4	Valentina Bonilla	Cocinero 2	\$337,75	\$0,00	\$337,75	\$84,44	\$31,92	\$116,35	\$221,40
5	Esteban Paredes	Ayudante de limpieza 1	\$337,75	\$0,00	\$337,75	\$84,44	\$31,92	\$116,35	\$221,40
6	Jocelyn Jaramillo	Ayudante de limpieza 1	\$337,75	\$0,00	\$337,75	\$84,44	\$31,92	\$116,35	\$221,40
	<b>TOTALES</b>		<b>\$1.951,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$1.951,00</b>	<b>\$487,75</b>	<b>\$184,37</b>	<b>\$672,12</b>	<b>\$1.278,88</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 49 Rol de Provisiones**

<b>PROVISIONES</b>						
<b>PATRONAL 12,15%</b>	<b>XIII</b>	<b>XIV</b>	<b>FONDO RESERVA</b>	<b>VAC.</b>	<b>TOTAL PROVISIONES</b>	<b>COSTO MANO DE OBRA</b>
\$66,90	\$50,00	\$32,17	\$50,00	\$25,00	\$224,07	<b>\$617,37</b>
\$37,66	\$28,15	\$32,17	\$28,15	\$14,07	\$140,19	<b>\$361,59</b>
\$37,66	\$28,15	\$32,17	\$28,15	\$14,07	\$140,19	<b>\$361,59</b>
\$37,66	\$28,15	\$32,17	\$28,15	\$14,07	\$140,19	<b>\$361,59</b>
\$37,66	\$28,15	\$32,17	\$28,15	\$14,07	\$140,19	<b>\$361,59</b>
<b>\$217,54</b>	<b>\$162,58</b>	<b>\$160,83</b>	<b>\$162,58</b>	<b>\$81,29</b>	<b>\$784,83</b>	<b>\$2.063,71</b>
<b>COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =</b>						<b>\$2.063,71</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## Depreciación

En la Tabla N. 50 se detallan los bienes que tiene la empresa, es decir los activos fijos, que se deben depreciar. Se utiliza el método de porcentajes para depreciar los activos de “Chol – Ice”.

Se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación Anual} = \text{Costo Histórico} * \% \text{ de depreciación}$$

**Tabla 50 Depreciaciones**

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	% DE DEPRECIACIÓN	DEP. ANUAL
Material y equipo	10 años	\$380,00	10%	\$38,00
Equipos de computación	3 años	\$1.100,00	33,33%	\$366,63
Muebles y enseres	10 años	\$1.140,00	10%	\$114,00
Local	20 años	\$12.000,00	5%	\$600,00
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>				<b>\$518,63</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Proyección de la depreciación

Cada año se deprecián los activos fijos que tiene la empresa, para el caso de material y equipo, local y muebles y enseres se ha considerado los 5 primeros años, a diferencia de los equipos de computación, que se termina de depreciar al tercer año.

**Tabla 51 Proyección de la Depreciación**

<b>DETALLE DEL BIEN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Material y equipo</b>	\$38,00	\$38,00	\$38,00	\$38,00	\$38,00
<b>Equipos de computación</b>	\$366,63	\$366,63	\$366,63		
<b>Muebles y enseres</b>	\$114,00	\$114,00	\$114,00	\$114,00	\$114,00
<b>Local</b>	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.118,63</b>	<b>\$1.118,63</b>	<b>\$1.118,63</b>	<b>\$752,00</b>	<b>\$752,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## 5.4 Cálculo de Ingresos

En la Tabla N.52 se observa el margen de utilidad en efectivo que es de \$2 102,95 que se calcula al restar los ingresos mensuales menos los costos y gastos. También se obtiene el margen de utilidad en porcentual que es del 36% y se calcula al dividir el margen de utilidad en efectivo sobre los ingresos mensuales. El costo unitario se obtiene al dividir los costos y gastos mensuales para las unidades producidas. Estos valores demuestran que el plan de negocios va a tener utilidad si se vende un Cholado a \$2,75.

**Tabla 52 Cálculo de Ingresos**

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO + GASTO MENSUAL	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
				%	\$			
Cholado	Unidades	\$3.672,05	\$1,75	36%	\$2.102,95	\$5.775,00	2100	\$2,75
<b>TOTAL</b>		<b>\$3.672,05</b>	<b>\$1,75</b>	<b>36%</b>	<b>\$2.102,95</b>	<b>\$5.775,00</b>	<b>2100</b>	<b>\$2,75</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## Proyección de Ingresos

Para realizar la proyección de ingresos a 5 años, se tomó en cuenta que para proyectar la cantidad para el año 2 en adelante se utilizó la tasa de crecimiento del sector de servicios de alimentos y bebidas que según (Ekos Negocios, 2018) que es del 4,4%. Y para proyectar el precio desde el año 2 en adelante se utilizó el promedio de la inflación en el Ecuador que es del 1,65%.

**Tabla 53 Proyección de Ingresos**

PRODUCTO	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 1	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 2
Cholados	25200	\$2,75	\$69.300,00	26309	\$2,80	\$73.542,96
<b>TOTAL</b>	<b>25200</b>	<b>\$2,75</b>	<b>\$69.300,00</b>	<b>26309</b>	<b>\$2,80</b>	<b>\$73.542,96</b>

PRODUCTO	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 3	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 4	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 5
Cholados	27466	\$2,84	\$78.045,70	28675	\$2,89	\$82.824,13	29937	\$2,94	\$87.895,12
<b>TOTAL</b>	<b>27466</b>	<b>\$2,84</b>	<b>\$78.045,70</b>	<b>28675</b>	<b>\$2,89</b>	<b>\$82.824,13</b>	<b>29937</b>	<b>\$2,94</b>	<b>\$87.895,12</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## 5.5 Flujo de Caja

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. (El Blog Salmón, 2010)

Según la Tabla N. 54 el saldo del flujo de caja es positivo, esto significa que los ingresos anuales fueron mayores a los egresos (o gastos). Esta información muestra que sí hay liquidez en la empresa.

**Tabla 54 Flujo de Caja**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		\$69.300,00	\$73.542,96	\$78.045,70	\$82.824,13	\$87.895,12
(-) Costo de Ventas		\$33.977,52	\$34.538,15	\$35.108,03	\$35.687,31	\$36.276,15
(=) <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$35.322,48</b>	<b>\$39.004,81</b>	<b>\$42.937,67</b>	<b>\$47.136,82</b>	<b>\$51.618,97</b>
(-) Gastos de venta		\$1.200,00	\$1.219,80	\$1.239,93	\$1.260,39	\$1.281,18
(=) <b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>		<b>\$34.122,48</b>	<b>\$37.785,01</b>	<b>\$41.697,75</b>	<b>\$45.876,43</b>	<b>\$50.337,79</b>
(-) Gastos Administrativos (Sin Depreciaciones)		\$8.368,44	\$8.506,52	\$8.646,88	\$8.789,55	\$8.934,58
(=) <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$25.754,04</b>	<b>\$29.278,49</b>	<b>\$33.050,87</b>	<b>\$37.086,88</b>	<b>\$41.403,21</b>
(-) Gastos Financieros		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) Otros Ingresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Otros Egresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>		<b>\$25.754,04</b>	<b>\$29.278,49</b>	<b>\$33.050,87</b>	<b>\$37.086,88</b>	<b>\$41.403,21</b>
(-) 15% Participación trabajadores		\$3.863,11	\$4.391,77	\$4.957,63	\$5.563,03	\$6.210,48
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$21.890,93</b>	<b>\$24.886,72</b>	<b>\$28.093,24</b>	<b>\$31.523,85</b>	<b>\$35.192,73</b>
(-) Impuesto a la renta 25%		\$5.472,73	\$6.221,68	\$7.023,31	\$7.880,96	\$8.798,18
(=) <b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$16.418,20</b>	<b>\$18.665,04</b>	<b>\$21.069,93</b>	<b>\$23.642,89</b>	<b>\$26.394,55</b>
(+) Depreciaciones		\$1.118,63	\$1.118,63	\$1.118,63	\$752,00	\$752,00
(-) Amortización pago de capital		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Inventario Inicial	-\$34.690,74	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) <b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>-\$34.690,74</b>	<b>\$17.536,83</b>	<b>\$19.783,67</b>	<b>\$22.188,56</b>	<b>\$24.394,89</b>	<b>\$27.146,55</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

## 5.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio indica cuál es el nivel de ventas en términos monetario y en unidades que permitirá cubrir los costos, tanto los fijos como los variables. Dicho de una manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, que se obtiene una ganancia igual a cero. (La Praktica, 2017)

**Tabla 55 Costos Fijos Mensuales**

COSTOS FIJOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cucharas de metal	\$27,50	\$330,00
Vasos Vintage	\$45,00	\$540,00
Vasos de plástico	\$2,50	\$30,00
Cucharas de plástico	\$4,50	\$54,00
Servilletas	\$3,25	\$39,00
Sueldo Ayudante de limpieza 1	\$361,59	\$4.339,03
Sueldo Ayudante de limpieza 2	\$361,59	\$4.339,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$805,92</b>	<b>\$9.671,05</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

**Tabla 56 Elementos para cálculo de Punto de Equilibrio**

Costo variable unitario	\$0,96
Ventas Totales	\$70.560,00
Precio Unitario	\$2,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

$$PEu = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario})}$$

$$PEu = \frac{\$9\,671,05}{\$2,75 - \$0,96} \qquad PEu = \frac{\$9\,671,05}{\$1,79}$$

$$PEu = 5\,403 \text{ Cholados Anuales}$$

**Tabla 57 Costos Variables Anuales**

<b>COSTOS VARIABLES</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Leche condensada	\$202,50	\$2.430,00
Sandía	\$65,00	\$780,00
Frutilla	\$50,00	\$600,00
Plátano	\$29,85	\$358,20
Piña	\$40,00	\$480,00
Pulpa de frutilla	\$165,00	\$1.980,00
Pulpa de mora	\$165,00	\$1.980,00
Pulpa de mango	\$165,00	\$1.980,00
Azúcar	\$420,00	\$5.040,00
Sueldo de Cocinero 1	\$361,59	\$4.339,03
Sueldo de Cocinero 2	\$361,59	\$4.339,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.025,52</b>	<b>\$24.306,25</b>

Fuente: Investigación Propia

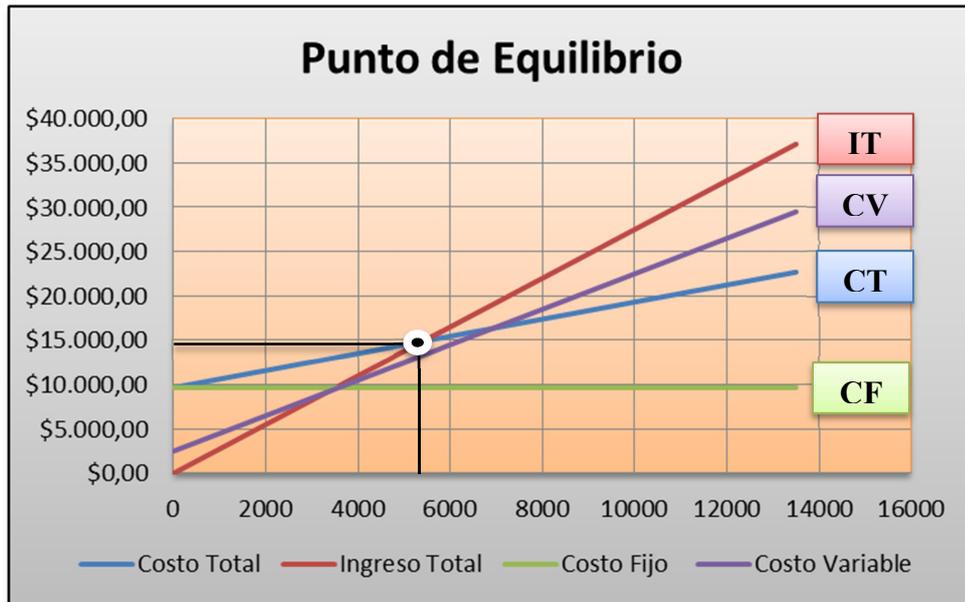
Elaborado por: La Autor

$$PE (\$) = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE (\$) = \frac{\$9\ 671,05}{1 - \frac{\$24\ 306,25}{\$70\ 560}}$$

$$PE (\$) = \frac{\$9\ 671,05}{1 - 0,3445} \quad PE (\$) = \frac{\$9\ 671,05}{0,6555}$$

$$PE (\$) = \$14\ 753,70 \text{ Anuales}$$



### Ilustración 30 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

### Análisis

Según los resultados obtenidos se deben producir 5 403 Cholados al año, es decir 450 Cholados al mes y obtener \$14 753,70 anuales para que el negocio mantenga un punto de equilibrio, es decir, no gane pero tampoco pierda.

### 5.7 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados proyectado, según la Tabla. N. 58, se detalla los costos y gastos del producto de producción, impuestos y como consecuencia el beneficio o utilidad del ejercicio que “Chol – Ice” generará anualmente.

**Tabla 58 Estado de Resultados Proyectado**

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	\$69.300,00	\$73.542,96	\$78.045,70	\$82.824,13	\$87.895,12
(-)	Costo de Ventas	\$33.977,52	\$34.538,15	\$35.108,03	\$35.687,31	\$36.276,15
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$35.322,48</b>	<b>\$39.004,81</b>	<b>\$42.937,67</b>	<b>\$47.136,82</b>	<b>\$51.618,97</b>
(-)	Gastos de venta	\$1.200,00	\$1.219,80	\$1.239,93	\$1.260,39	\$1.281,18
(=)	<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>\$34.122,48</b>	<b>\$37.785,01</b>	<b>\$41.697,75</b>	<b>\$45.876,43</b>	<b>\$50.337,79</b>
(-)	Gastos Administrativos (Sin Depreciaciones)	\$8.368,44	\$8.506,52	\$8.646,88	\$8.789,55	\$8.934,58
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$25.754,04</b>	<b>\$29.278,49</b>	<b>\$33.050,87</b>	<b>\$37.086,88</b>	<b>\$41.403,21</b>
(-)	Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+)	Otros Ingresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-)	Otros Egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>\$25.754,04</b>	<b>\$29.278,49</b>	<b>\$33.050,87</b>	<b>\$37.086,88</b>	<b>\$41.403,21</b>
(-)	15% Participación trabajadores	\$3.863,11	\$4.391,77	\$4.957,63	\$5.563,03	\$6.210,48
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$21.890,93</b>	<b>\$24.886,72</b>	<b>\$28.093,24</b>	<b>\$31.523,85</b>	<b>\$35.192,73</b>
(-)	Impuesto a la renta 25%	\$5.472,73	\$6.221,68	\$7.023,31	\$7.880,96	\$8.798,18
(=)	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$16.418,20</b>	<b>\$18.665,04</b>	<b>\$21.069,93</b>	<b>\$23.642,89</b>	<b>\$26.394,55</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

## 5.8 Evaluación Financiera

### a) Indicadores

#### a.1) Tasa mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR es un porcentaje que se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no. Para calcular la TMAR se tomó en cuenta el promedio de inflación del Ecuador de 1,65% y la tasa pasiva de 4,99%, del año 2018 según el Banco Central del Ecuador que da una TMAR de 6,64%.

**Tabla 59 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento**

Tasa mínima aceptable de retorno	
Inflación	1,65%
Tasa Pasiva	4,99%
<b>TMAR</b>	<b>6,64%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

#### a.2) Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. Si el VAN es menor a 0 quiere decir que el proyecto no es rentable, si es mayor o igual a 0 quiere decir que el proyecto sí es rentable. (conexionesan, 2017)

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I_0$$

$$\text{VAN} = \frac{\$17\,536,83}{(1+0,0664)^1} + \frac{\$19\,783,67}{(1+0,0664)^2} + \frac{\$22\,188,56}{(1+0,0664)^3} +$$

$$\frac{\$24\,394,89}{(1+0,0664)^4} + \frac{\$27\,146,55}{(1+0,0664)^5} - \$34\,690,74$$

$$\text{VAN} = \frac{\$17\,536,83}{1,0664} + \frac{\$19\,783,67}{1,13720896} + \frac{\$22\,188,56}{1,212719634944} +$$

$$\frac{\$24\,394,89}{1,2932442187042816} + \frac{\$27\,146,55}{1,37911563482624589824} - \$34\,690,74$$

$$\text{VAN} = \$16\,444,89 + \$17\,396,69 + \$18\,296,53 + \$18\,863,33 + \$19\,684,03 -$$

$$\$34\,690,74$$

$$\text{VAN} = \$55\,994,73$$

### **Análisis**

El VAN obtenido es de \$55 994,73 como se mencionó anteriormente si el valor calculado es mayor a 0 quiere decir que es conveniente invertir ya que el proyecto es viable.

### **a.3) Tasa Interna de Retorno**

La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado. (Economipedia, 2017).

**Tabla 60 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

<b>Tasa Interna de Retorno</b>	
<b>Año</b>	<b>Valor</b>
Año 0	-\$34.690,74
Año 1	\$17.536,83
Año 2	\$19.783,67
Año 3	\$22.188,56
Año 4	\$24.394,89
Año 5	\$27.146,55
<b>TIR</b>	<b>51,35%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autor

### **Análisis**

Según la Tabla N. 60 se calculó una TIR de 51,35% que es mayor a la Tasa mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) que era de 6,64%; esto quiere decir que el proyecto es rentable. A mayor TIR mayor rentabilidad y debido a que se sacó un porcentaje razonable quiere decir que la rentabilidad será la esperada.

#### **a.4) Beneficio Costo**

Se calculó un beneficio costo de 2,61, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$1,61.

$$R \frac{b}{c} = \frac{\sum \frac{FNE}{(1+i)^n}}{I_0}$$

$$R \frac{b}{c} = \frac{\$90\ 685,47}{\$34\ 690,74}$$

$$R \frac{b}{c} = 2,61$$

### a.5) Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación es una medida de evaluación, donde indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que se obtengan. Según la Tabla N. 61 se va a recuperar la inversión al segundo año con una ganancia de \$2 629,76

**Tabla 61 Periodo de Recuperación**

	PERIODO DE RECUPERACION		
	Inicial	Final	Saldo
AÑO 1	-\$34.690,74	\$17.536,83	-\$17.153,91
AÑO 2	-\$17.153,91	\$19.783,67	\$2.629,76

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autor

### b) Razones

#### b.1) Rentabilidad

Según Geópolis (2002): “Las razones financieras de rentabilidad son aquellas que permiten evaluar las utilidades de la empresa respecto a las ventas, los activos o la inversión de los propietarios”

$$\frac{\text{Utilidad bruta} - \text{Costos de venta}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$\frac{\$35\,322,48 - \$33\,977,52}{\$69\,300,00} \times 100 \qquad 0.019 \times 100 = \mathbf{1,94\%}$$

Chol – Ice obtendrá un 1,94% de rentabilidad en el primer año de funcionamiento.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Se determinó que el proyecto tiene una gran acogida por parte de los consumidores hacia los Cholados, según el análisis de la demanda potencial, por lo que sí se puede poner en marcha la idea de negocio. Además la competencia no es tan fuerte debido a que a pesar de que existe el producto en el mercado, la forma de preparar es muy diferente a la propuesta en el proyecto; por lo que se mantiene como un producto innovador.
- Debido a que la producción de Cholados es de forma artesanal, no se requiere de mucho personal para realizarlo, por lo que en el área organizacional se propuso un organigrama con el personal necesario para la correcta elaboración de los Cholados. Cabe mencionar que después de cierto tiempo pertinente, y según las ventas e ingresos obtenidos, se incrementará el personal en el área de la cocina para hacer más efectivo y rápido la producción de los Cholados.
- Según los indicadores financieros empleados como el VAN, la TIR y el Beneficio Costo, se determinó que el proyecto es viable y factible para la puesta en práctica de la idea de negocio propuesta, ya que se obtuvieron resultados positivos, como se mostró anteriormente, además, que la ganancia obtenida anualmente permitirá que se recupere la inversión inicial al segundo año de apertura de “Chol – Ice”.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantener contacto con los clientes después de la compra del producto, para ofrecerle nuevas promociones, sabores de jarabes o variación en las frutas, de esta manera se mantendrá al cliente interesado y al tanto de cualquier cambio.
- Se recomienda revisiones o pruebas de las tareas que desempeña cada empleado de la organización para saber en qué se puede mejorar o si hay alguna falla en el proceso de elaboración del Chocado corresponder con la respectiva capacitación en el área requerida, de esta manera se irá puliendo el servicio al cliente y mejorando las capacidades del personal.
- Se recomienda mantener un control semanal sobre las ventas y compras realizadas, para que en caso de tener algún percance financiero se pueda resolver de inmediato y se puedan tomar las medidas o decisiones necesarias para solucionar el problema; y no tener que esperar al final del mes para recién enterarse de cualquier eventualidad.

## Bibliografía

*Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.* (s.f.).

Recuperado el 30 de Abril de 2019, de

<https://www.controlsanitario.gob.ec/micromercados-heladerias-fuentes-de-soda-casas-hogar-ya-no-necesitan-permisos-sanitarios-de-funcionamiento/>

Amozarra. (1999).

*Aprendiendocalidadyadr.com.* (s.f.). Recuperado el 24 de Junio de 2018, de

<https://aprendiendocalidadyadr.com/hoja-de-verificacion-o-de-chequeo/>

*Banco Central del Ecuador.* (s.f.). Recuperado el 26 de Junio de 2018, de

[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

*conexionesan.* (24 de Enero de 2017). Obtenido de

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>

*Countrymeters.* (1 de Diciembre de 2018). Obtenido de

<https://countrymeters.info/es/Ecuador>

*CreceNegocios.* (26 de Marzo de 2010). Obtenido de

<https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>

*CreceNegocios.* (13 de Abril de 2015). Recuperado el 26 de Junio de 2018, de

<https://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

- DerechoEcuador.com.* (22 de Octubre de 2015). Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/empresa-unipersonal-de-responsabilidad-limitada>
- Economipedia.* (23 de Mayo de 2017). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Ekos Negocios.* (6 de Febrero de 2018). Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10183>
- El Blog Salmón.* (12 de Julio de 2010). Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- el campesino.co.* (25 de Abril de 2016). Obtenido de <http://www.elcampesino.co/preparar-autentico-cholao-caleno/>
- Facebook para Empresas.* (s.f.). Recuperado el 5 de Junio de 2018, de <https://es-la.facebook.com/business/help/201828586525529>
- Geopolis.* (27 de Junio de 2002). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/cuales-son-las-razones-financieras-de-rentabilidad/>
- Gestiopolis.* (s.f.). Recuperado el 24 de Junio de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/diagrama-de-pareto/>
- Higiene Industrial Ambiente.* (s.f.). Obtenido de <http://www.higieneindustrialyambiente.com/reglamentos-seguridad-salud->

planes-de-emergencia-quito-guayaquil-cuenca-ecuador.php?tablaib=reglamentos&p=13&t=Reglamento-Interno-de-Seguridad-y-Salud-Ocupacional&

*Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. (s.f.). Recuperado el 30 de Abril de 2019, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

(2008). En F. D. Ipinza, *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia* (pág. 125). Pearson.

Ipinza, F. D. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. Pearson Educación.

Krajewski, L. J. (2008). *Administración de Operaciones*. Pearson Educación. (pág. 312)

Krajewski, L. J. (2008). *Administración de Operaciones*. Pearson Educación. (pág. 314, 315)

La combinación de sabores posicionó a este helado caleño. (2016). *Lideres*.

*La Praktica*. (02 de Octubre de 2017). Obtenido de <http://www.lapraktica.com/que-es-el-punto-de-equilibrio-y-para-que-sirve/>

*Matriz FODA*. (s.f.). Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Oviedo, U. d. (s.f.). *SlidePlayer*. Recuperado el 08 de Agosto de 2018, de <https://slideplayer.es/slide/6145326/>

*Perez Bustamante y Ponce.* (s.f.). Recuperado el 30 de Abril de 2019, de <http://www.pbplaw.com/que-es-luae/>

*Perez Bustamante y Ponce.* (s.f.). Recuperado el 8 de Junio de 2018, de <http://www.pbplaw.com/que-es-luae/>

Redaccion Negocios. (17 de Julio de 2010). Las claves para montar un negocio propio. *El Comercio*, pág. 1.

*Revista Líderes.* (27 de Junio de 2016). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/helado-colombia-santodomingo-colombia-foodtruck.html>

*Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.* (s.f.). Recuperado el 30 de Abril de 2019, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

*Vidrios de Levante, el blog.* (30 de 12 de 2016). Obtenido de <http://vidriosdelevante.blogspot.com/2016/12/vasos-de-vidrio-reciclado.html>

*Webconsultas.* (17 de Enero de 2019). Obtenido de <https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/higiene-alimentaria/saber-comprar/comprar-fruta/beneficios-3101>

*ZEUS.* (s.f.). Recuperado el 26 de Junio de 2018, de [https://zeus.com.ec/permisos-de-funcionamiento-para-negocios-y-empresas-quito-2018/?campaignid=1056496030&adgroupid=50387586417&adid=252641174805&gclid=CjwKCAjwyMfZBRAXEiwAR3gM4xdFM3YYKGMv7ijt-rmhPBNqBg4e0Yf8JVDC4ZoTkCXvRsIAssPUBoCjhwQAvD\\_BwE](https://zeus.com.ec/permisos-de-funcionamiento-para-negocios-y-empresas-quito-2018/?campaignid=1056496030&adgroupid=50387586417&adid=252641174805&gclid=CjwKCAjwyMfZBRAXEiwAR3gM4xdFM3YYKGMv7ijt-rmhPBNqBg4e0Yf8JVDC4ZoTkCXvRsIAssPUBoCjhwQAvD_BwE)

## ANEXOS

### Anexo 1

**el campesino.co**  
Fundado en 1958  
La voz del campo colombiano

Teléfono(57)(1) 282

NACIÓN ECONOMÍA LAS CARTAS DEL CAMPO EDUCACIÓN Y EMPRENDIMIENTO CAMPO Y CIUDAD

Inicio > DESTACADOS > ¿Cómo preparar un auténtico Cholao' caleño?

DESTACADOS REGIONES

# ¿Cómo preparar un auténtico Cholao' caleño?

Por Katherine Vargas Gaitán - 25 abril, 2016

8886

f t G+

*¿Quiere impresionar con un postre? Intente con esta receta*

Hay una cosa además de la salsa por la que Cali es recordada en todo el país: El Cholado, una ensalada de frutas auténtica del Valle del Cauca que tiene en su preparación una serie de sabores exóticos que de otra forma nadie se atrevería a combinar.



**Ilustración 31 Cholado Caleño**

**Fuente:** el campesino.co

**Elaborado por:** La Autor

La receta, aunque está muy popularizada en todo el departamento vallecaucano, es originaria del municipio de Jamundí; donde El Cholao' refresca las tardes calurosas y hasta quita la resaca.

La base del Cholado está constituida por hielo, a esto se le adicionan las frutas y los jarabes de diferentes sabores, leche condensada y hasta chocolate en polvo. Entre las frutas que se utilizan se encuentran: la banana, la manzana verde, el kiwi, fresa, coco, papaya, piña, lulo y limón. Esta mezcla de cítricos fue la que le creó la fama al Cholado de ser el 'Mataguayabos' de Jamundí.

Existen dos formas de hacer Cholado en el Valle del Cauca, la primera es la receta tradicional del cholao' que tiene como ingredientes principales el hielo, las salsas y leche condensada con las frutas mencionadas anteriormente. La segunda receta es el Cholao' de Frutas Tropicales, en a que al Cholao' tradicional se le agregan frutas como mango, lulo, maracuyá y piña, este es el más comercializado y conocido a nivel nacional. Y finalmente el Cholao' de lulo y licor, que se prepara con pulpa de lulo, leche condensada y vodka.

En la celebración del 20 de julio de 2012 32 choladeros del municipio de Jamundí batieron el record del Cholado más grande del mundo. El enorme manjar fue hecho con 350 kilos de papaya, 350 de banano, 150 de piña, 70 de guanábana, 70 de maracuyá, 70 de lulo, 30 de mermelada, 80 arrobas de hielo (920 kilos) y 12 tarros de leche condensada de 5 kilos cada una. En el parque del Cholado de Jamundí.

Esta no fue la primera vez que los choladeros participan para los Guinness Record con el Cholado más grande del mundo, su primera vez fue en el año 2002 y la segunda se realizó en el año siguiente.

### **Ilustración 32 Artículo sobre El Cholado**

**Fuente:** el campesino.co

**Elaborado por:** La Autor

## Anexo 2



**Ilustración 33 Heladería Avalancha Tropical**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Anexo 3



**Ilustración 34 Heladería Disfrutas**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

#### Anexo 4



**Ilustración 35 Helado Oscuro**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

#### Anexo 5

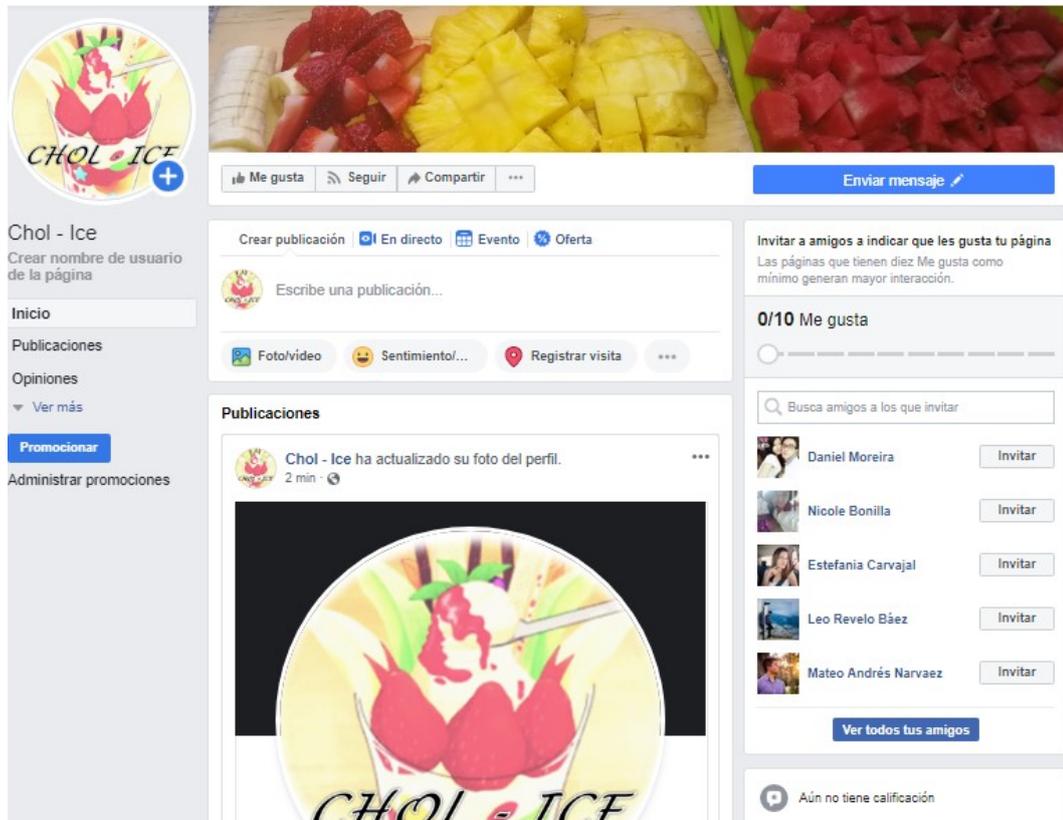


**Ilustración 36 Local Bate que Bate**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## Anexo 6



**Ilustración 37** Página de Facebook de Chol – Ice  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** La Autora

## Anexo 7

**CALCULO PARA EL SUELDO BÁSICO MÍNIMO 2019 EN LA JORNADA DE TRABAJO PARCIAL PERMANENTE & SERVICIO DOMESTICO**

Tipo de contrato:

Tipo de servicio:

Periodo:

Número de horas que va a trabajar en el periodo:  Horas

Google ha cerrado el anuncio

[Dejar de ver anuncio](#)

[¿Por qué este anuncio? ⓘ](#)

[Siguiente](#)

Recomendar



### RESULTADO

**Periodo de trabajo:** Mensual

**Sueldo básico** (Jornada parcial): 337.75 dólares mensuales

**Afiliación:** Empleado paga 31.92 dólares mensuales

**Empleador paga:** 37.66 dólares mensuales

### Ilustración 38 Cálculo de pago a empleados de jornada parcial

Fuente: Ecuador Legal Online

Elaborado por: La Autora