



Diseño de un plan de negocio para la propuesta de una heladería artesanal en el centro de la ciudad de Guayaquil av. 9 de octubre

Andrea De Jesus Hurtado Vallejo ¹

Aj.hurtado@istvr.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-7282-0890>

Guayaquil - Ecuador

Ing. Cpa Jhonny Concha Ramírez, MCA

Jconcha@istvr.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6031-5480>

Instituto Superior Tecnológico Vicente

Roca fuerte, "ISTVR"

Guayaquil - Ecuador

RESUMEN

La presente propuesta de dicha idea de negocio es identificar, analizar y examinar su viabilidad técnica, económica y financiera, desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha idea en un negocio estable, concreto y rentable a corto plazo del cómo se vaya dando y para darse a conocer a través del entorno competitivo particular, ya que este será un nuevo punto de atracción comercial. Para aquello se ha evaluado la viabilidad conceptual y operacional de la localidad que se va ubicar y el estudio del mercado, puntos que han servido de partida para realizar la observación económica del proyecto. El estudio técnico formaliza, documenta y revalida la idea del negocio propuesto, reduciendo el riesgo asociado a tomar una decisión de inversión. El concepto de este negocio consiste en ofrecer variedades de sabores para el paladar de los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil y turistas extranjeros o nacionales, como servicio complementario en el clima de la urbe. Este producto es muy diferente el resto de la competencia que existe, ya que su presentación y desarrollo es a base de productos como los colorantes, suelen emplear aromas artificiales, al contrario de los helados industriales tienen más aire y, por tanto, sacian menos.

Palabras clave: *financiera; viabilidad técnica; competencia; aromas artificiales; estudio del mercado.*

¹ Autor principal.

Correspondencia: Aj.hurtado@istvr.edu.ec

Design of a business plan for the proposal of an artisan ice cream parlor in the center of the city of Guayaquil av. october 9

ABSTRACT

The present proposal of such a business idea is to identify, analyse and examine its technical, economic and financial viability, developing all the procedures and strategies necessary to turn this idea into a stable business, concrete and cost-effective in the short term of how it is given and to be made known through the particular competitive environment, as this will be a new commercial attraction. For this purpose the conceptual and operational feasibility of the locality to be located and the study of the market have been evaluated, points that have served as a starting point for the economic observation of the project. The technical study formalizes, documents and revalidates the idea of the proposed business, reducing the risk associated with making an investment decision. The concept of this business consists in offering varieties of flavors for the palate of the citizens of the city of Guayaquil and foreign or national tourists, as complementary service in the climate of the city. This product is very different the rest of the competition that exists, since its presentation and development is based on products such as dyes, they usually use artificial aromas, unlike industrial ice creams have more air and, therefore, they satiate less.

Keywords: *financial; competitio; artificial aromas; market study; technical viability*

Artículo recibido 20 junio 2023

Aceptado para publicación: 20 julio 2023

INTRODUCCIÓN

Su origen se remonta a China (año 3.000 a.C.), donde ya se mezclaba nieve de las montañas con miel, frutas y leche. En Persia, también se tiene constancia del almacenamiento de hielo en grandes contenedores naturales extraídos de la montaña (año 400 a.C.).

Alejandro Magno lo hizo popular en Grecia, y luego los Romanos utilizaron la receta para hacer sorbetes. Se dice que era uno de los postres favoritos del Emperador Nerón.

Pero no fue hasta el año 1660 cuando el italiano Procopio inventó una máquina que homogeneizaba hielo, frutas y azúcar, obteniendo una crema helada, muy similar al helado que se consume en la actualidad.

En la actualidad, se manifiesta un alto consumo de helado en términos generales; Por tal razón, existen varios tipos de negocios que ofrecen este producto, pero son muy pocos los que lo elaboran de manera natural y artesanal, promoviendo así el cuidado de la salud. Ya mencionado esto, y posterior al estudio realizado, pudimos denotar la carencia de este tipo de establecimientos en el sector de la Av. 9 de octubre, aquí surge la oportunidad que se plantea resolver mediante este estudio.

El plan de negocios es una herramienta principal que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, nos permite definir de manera transparente y detalla estrategias a seguir para así poder alcanzar dichos objetivos de la empresa a largo plazo. Este plan va hacer una ayuda para aquel emprendedor, cuan más fijas sean sus metas, mejor serán los resultados. De igual manera, se puede decir que los aspectos mas relevantes para tener en cuenta en el desarrollo de dicho proyecto de negocio o plan son: el aspecto financiero, generaciones de las ideas de negocio, los actos de marketing y el contexto legal. En definitiva, para llevar a cabo un plan de negocio, es necesario tener objetivos específicos, definir este plan de labor detallado, asignar los recursos imprescindibles, monitorear y medir el progreso, etc. Al seguir estos pasos, se puede cooperar a asegurar el éxito del emprendimiento.

Planteamiento del problema

Al nivel mundial, se considera al helado como uno de los postres preferidos por las personas y más aún en zonas y/o en temporadas de clima muy cálido, como lo vivimos actualmente en la ciudad de guayaquil, es ahí donde aumenta el consumo de este producto. Por este motivo muchas empresas se dedican a saciar la necesidad de sus consumidores, produciendo así una gran escala con ciertos

componentes y grasas no naturales, como lo es el azúcar en exceso, bajo en vitaminas y nutrientes, que terminan desfavoreciendo la salud del comprador a largo plazo. Además, la evolución de la heladería y el avance tecnológico del están íntimamente relacionados, por ello cada vez existen más procesos productivos buscando agilizar procesos y abaratar costos.

Podemos mencionar a grandes potencias mundiales como lo son “Estados Unidos o China” donde en términos absolutos su consumo de helados anualmente rodea los 3.700 y 2.000 litros de helado correspondiente.

En Ecuador, pese a que es un país con facilidad para el cultivo y cosecha de frutas libres de químicos gracias a los nutrientes del suelo, las empresas optan por darle uso a los productos no convencionales para así abaratar costos y acortar sus procesos de producción, persiguiendo sus objetivos como empresa y dejando de lado la salud de sus futuros o ya consumidores.

Según un reportaje de prensa escrito por El Universo (2021) dice que:

“Durante el 2019 se calcula que el país consumió mas de 300 millones de paletas de helado al año, que podría representar un per cápita de 18 por habitante, y no considerando los helados en presentaciones de pots o las tortas heladas. El año pasado por la pandemia, se estima que la caída fue del 15% “

Aquellos negocios actualmente tratan de recuperarse y adaptarse los cambios y las restricciones que surgieron con la emergencia sanitaria.

En la ciudad de Guayaquil, precisamente en el sector de la av. 9 de octubre y tomando dicho problema como el mas característico, se muestra la carencia de emprendimientos que comercialicen helados artesanales hechos con fruta y demás ingredientes naturales, ignorando todo tipo de preservante, colorante y saborizante que usan las grandes industrias y marcas ya reconocidas, entregados a esta actividad en nuestro país, observando el alcance que tienen al distribuir sus productos desde tiendas, minimarkets hasta los mas grandes supermercados.

¿Existe la factibilidad al crear y dar apertura una heladería en el sector del centro de la ciudad de Guayaquil av. 9 de octubre?

¿Cómo identificaremos la demanda de los consumidores?

¿De qué manera se conoce las exigencias legales necesarias para la creación de una heladería?

¿Cómo se comprobará el efecto económico de la idea del negocio para conocer su rentabilidad?

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto se realizará con el fin de crear una empresa que se dedicará a la elaboración de toda clase de helados y se preocupa por prestar la mejor atención y el mejor servicio a los clientes. Le ofreceremos una gran variedad de helados y con una excelente calidad.

Se sabe que el helado tiene un gran consumo en el centro de Guayaquil debido al clima de la costa, puesto que lo consumen los niños, jóvenes y adultos, el consumo de helado es general y de agrado para la comunidad ya que satisface la sed y tiene un alto nivel nutricional.

MARCO TEÓRICO

Emprendimiento: “Capacidad de actuar, crear o formar un proyecto al identificar oportunidades de negocio viables con potencial en el mercado, considerando factores políticos, ambientales y sociales”

Estudio de mercado: “Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.

Estudio de factibilidad: “Lo realiza una empresa para determinar si es posible desarrollar un proyecto o negocio que planea implementar” (Quiroa, 2020)

Inversión: “Una inversión siempre se refiere al desembolso de algunos activos hoy... con la esperanza de obtener una recompensa mayor en el futuro de lo que se puso originalmente” (Gutiérrez, 2021).

Proyecto

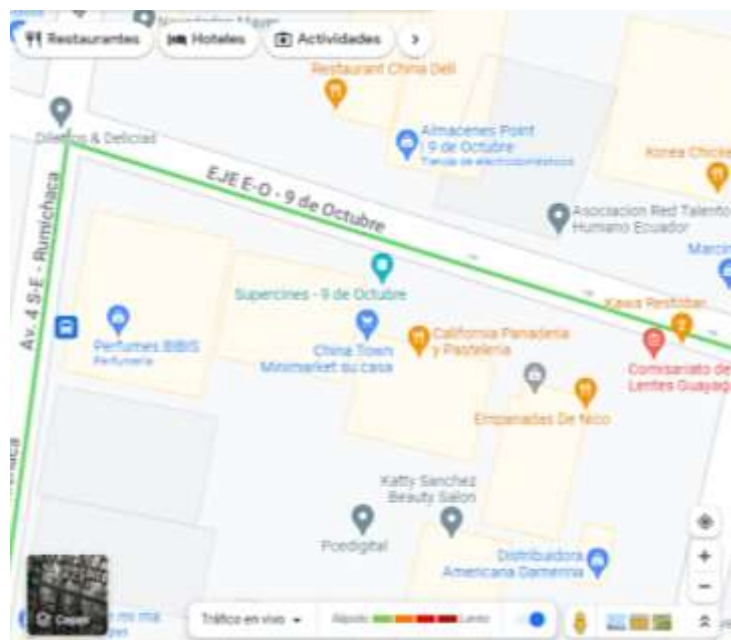
Para Mondragón (2017) “un proyecto es un plan, tarea, suceso en donde se recopila la información necesaria para llevar a cabo una unidad de acción, supone una inversión, utilización de recursos con el fin de obtener un consumo incrementado de bienes y/o servicios. El análisis de estos proyectos no solo puede ser desde el punto de vista económico, sino también técnico, financiero, administrativo e institucional”.

Proyección financiera: “Es un análisis que te permite calcular —desde el punto de vista financiero y contable— cuál será el desenvolvimiento de tu empresa o negocio en un futuro determinado. De esta manera, podrás anticipar las eventuales utilidades o pérdidas del proyecto” (Lesmes, 2021)

MARCO CONTEXTUAL

La porción comercial del sector de la av. 9 de octubre actualmente se encuentra en un crecimiento veloz con una gran variedad de emprendimientos en el área, los mismos que están tomando una buena aceptación de los consumidores, siendo este un punto de partida para la creación de una heladería ya que pretende satisfacer la demanda de niños y adultos que concurren el entorno, como también la obtención de recursos económicos como nuevo emprendedor. La implementación de la heladería “TROPIHELADOS S.A.” se llevará a cabo dentro de uno de los locales comerciales en alquiler en el Teatro sucre a un lado del Supercines Av. 9 de octubre 813, Guayaquil 090312, ubicado en una zona muy concurrida y comercial del centro de la ciudad. Se ofrece dicho producto con un valor agregado como jaleas y aderezos a gusto del cliente para facilitar su satisfacción junto a una buena atención y ambiente dentro del local.

Ubicación de la heladería en la Av. 9 de octubre 813, Guayaquil 090312



MARCO CONCEPTUAL

Actividad económica: “Conjunto de acciones tendientes a elevar la capacidad productiva de los bienes y servicios de una economía, con el fin de satisfacer, en un período, las necesidades de la comunidad” (Gobierno de Colombia, 2023).

Actividad social: “Conjunto de acciones, de la actividad económica, encaminadas a proporcionar condiciones de calidad de vida del ser humano, a la defensa y prevención del ambiente, en procura del bienestar de la comunidad” (Contaduría General de la Nación de Colombia, s.f.)

Atención al cliente: “Es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta” (Da Silva, 2020) .

Beneficio económico: “Utilidad residual después de haber pagado todos los costos implícitos y explícitos” (Contaduría General de la Nación de Colombia, s.f.)

Capital: “Los activos financieros de una persona u organización. El capital puede incluir fondos en cuentas de depósito o dinero procedente de fuentes de financiación” (Charveron, 2021)

Consumidor: Los consumidores son personas o entidades que intercambian productos, bienes o servicios por dinero con el proveedor (Chavez, 2023).

Costo fijo: “Un tipo de gasto, los costos fijos no cambian de un mes a otro. Los costos fijos incluyen cosas como las nóminas, el alquiler y los pagos de seguros” (Charveron, 2021)

Costo Variable: “Gastos que cambian en función del nivel de producción de una empresa” (Charveron, 2021)

Estados presupuestados: “Presentan la Programación y Ejecución del presupuesto de Ingresos y de Gastos por Fuentes de Financiamiento, aprobados y ejecutados conforme a las metas y objetivos trazados por cada entidad para un período determinado dentro del marco legal vigente” (Ministerio de Economía Y Finanzas, 2018)

Helado Artesanal: “Alimento muy valorado desde el punto de vista nutricional, gracias a la riqueza de sus ingredientes. Para su realización se utilizan de materias primas de alta calidad como leche, nata, frutas, chocolate, etc., sin utilizar colorantes artificiales, ni conservantes” (Redacción Excelencias Gourmet, 2019)

Ingreso: “Los ingresos son los incrementos en el patrimonio neto de la empresa que no se producen por aportaciones de los propietarios. En ocasiones, coinciden con los cobros, pero no necesariamente” (Navarro, 2023)

Mercado: “El mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste” (SERNAC, 2018)

Préstamo: “Contrato por el cual una persona llamada prestamista, entrega un bien que le pertenece, a otra persona llamada prestatario, a fin de que éste se sirva de él con cargo de restitución después de un cierto período” (Contaduría General de la Nación de Colombia, s.f.)

Presupuesto: “El presupuesto de una empresa es un documento físico o virtual que recoge todas y cada una de las partidas que puedan generar un ingreso o gasto en la empresa objetivo” (Llamas, 2020)

Rentabilidad: “Se refiere a los beneficios conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una inversión realizada con anterioridad” (García, 2017)

Tasa Interna de Retorno: “Es la herramienta empleada para la evaluación de una inversión, teniendo en cuenta la rentabilidad del mismo” (Gascó, TIR, 2019).

Valor Presente Neto: “Es una herramienta que actúa como indicador a la hora de determinar si dicha inversión o proyecto tiene viabilidad...” (Gascó, 2019).

Viabilidad: “En términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica” (García I. , 2017)

MARCO LEGAL

En nuestro caso se estima que debemos cumplir con las siguientes obligaciones legales:

- a) Registro Sanitario para productos empacados (al menos 3).
 - Cumplimiento de requisitos de NTE INEN 0706:2005 Helados. Requisitos.
- b) Permiso de funcionamiento de planta de producción por parte del Ministerio de Salud Pública.

Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de helados 6

- c) RUC y declaraciones tributarias.
- d) Permisos y patentes municipales.

Aspectos ambientales

Restricción de materias primas: no existen tales puesto que hay una variada oferta lo cual permite elegir entre muchas opciones tanto por calidad, así como por precio.

- Costo y fuentes de energía: la fuente de energía está disponibles en el lugar de uso y su uso (energía eléctrica) en mayor medida será para la congelación de helados por el uso de equipos de frío.
- Se tratará de manejar los residuos y desechos de manera técnica y responsable con el medio ambiente.

Consideraciones sociales

Los clientes del centro de la Ciudad de Guayaquil buscan un producto de buena calidad, que contribuya su bienestar económico y nutricional adquiriendo nuestro producto que suplan estas necesidades.

Nuestra empresa se enfoca en la producción de helados tomando como un punto de referencia la 9 de octubre del centro de la ciudad de Guayaquil teniendo en cuenta que es un sector transitados por las personas por los atractivos turísticos y los lugares transitados que cuenta el centro de la ciudad calle 9 de Octubre y también la temperatura es muy alta (calor) y en donde nuestro producto tendrá buena acogida, también se tienen muy en cuenta los niños, quienes son los que más consumen el producto, como también los jóvenes y los adultos, el consumo de helado es general y de agrado para la comunidad.

METODOLOGÍA

La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo, ya que genero la comprensión del fenómeno social respecto a preferencias que tiene el cliente y el consumidor para interpretar y comprender la realidad social del sector donde se va a llevar a cabo la comercialización de los helados artesanales. Por otro lado, la técnica y herramienta utilizados para la recolección de datos fue la encuesta ya que, se logró obtener información de los clientes en relación a sus gustos e inclinaciones sobre los sabores de los helados artesanales.

Unidad de muestreo

En razón de que el consumo de helados se da en todos los estratos sociales, sexos y no hay edad límite, no habrá una estratificación ni grupo objetivo al cual se dirija la aplicación de la herramienta de recolección de datos.

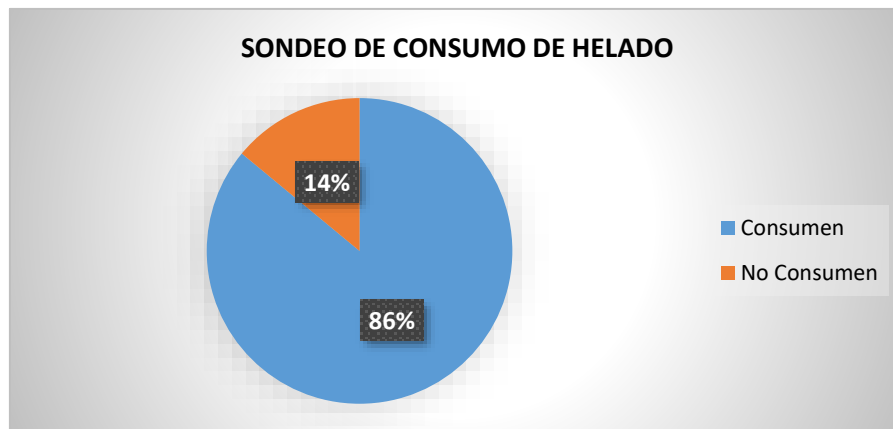
Solamente con la distribución adecuada de los formatos de encuesta a personas que tienen un círculo social variado estimado que se estratificará el estudio en especial en los referentes a la edad, en todo caso se confía en que el estudio será representativo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el presente estudio realizamos una estimación considerando una variable muy importante: a muchas personas no les gusta el helado. Para lo cual, elaboramos un cuestionario con una sola pregunta sobre si consume/gusta de los helados sin distinción de tipo ni sabor. Se realizaron resultados:

30 encuestas teniendo los siguientes resultados:

Segmentación	Frecuencia	%
Consumen	26	86%
No Consumen	4	14%



Nota: no se realizó una estratificación por edad, género, ocupación o nivel de educación por considerar que el helado es un producto de consumo popular.

Por tanto:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

En donde:

n: Tamaño de la Muestra

Z: Estadístico distribución normal para intervalo de confianza del 95% P: proporción que consume helado

Q: proporción que no consume helado E: máximo error permisible

Entonces:

$$n = (1.96)^2 (0.86)(0.14)$$

$$(0.05)^2$$

Recolección de Datos

$$n = 185 \text{ personas}$$

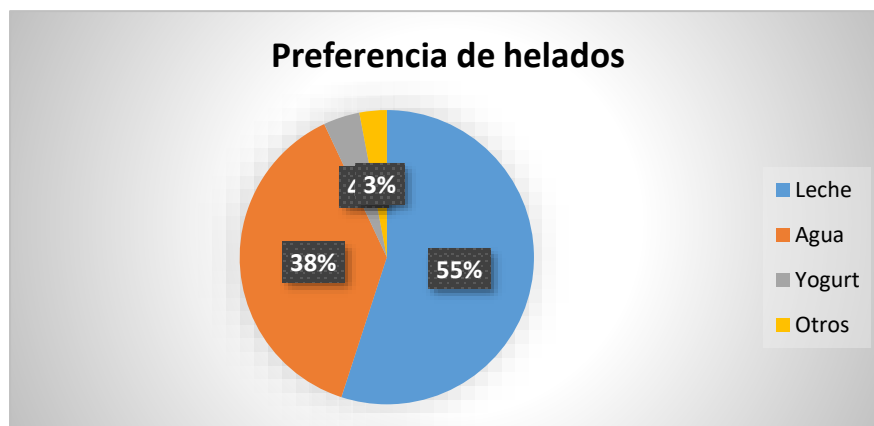
La fase de recolección de datos de la investigación de mercado suele ser la más costosa y la más propensa a errores. En nuestro caso como ya se dijo emplearemos la herramienta de encuesta para recolectar los datos, procesarla y sacar la información que nos interesa para nuestro proyecto.

RESULTADOS

Luego de la aplicación de las encuestas procedemos a tabular los datos y procesar la información para finalmente conseguir la información útil para nuestro estudio:

Pregunta 1: *que tipo de helado de paleta consume?*

Tipos de helados	Frecuencia	%
Leche	102	55%
Agua	70	38%
Yogurt	8	4%
Otros	5	3%
TOTAL	185	100%



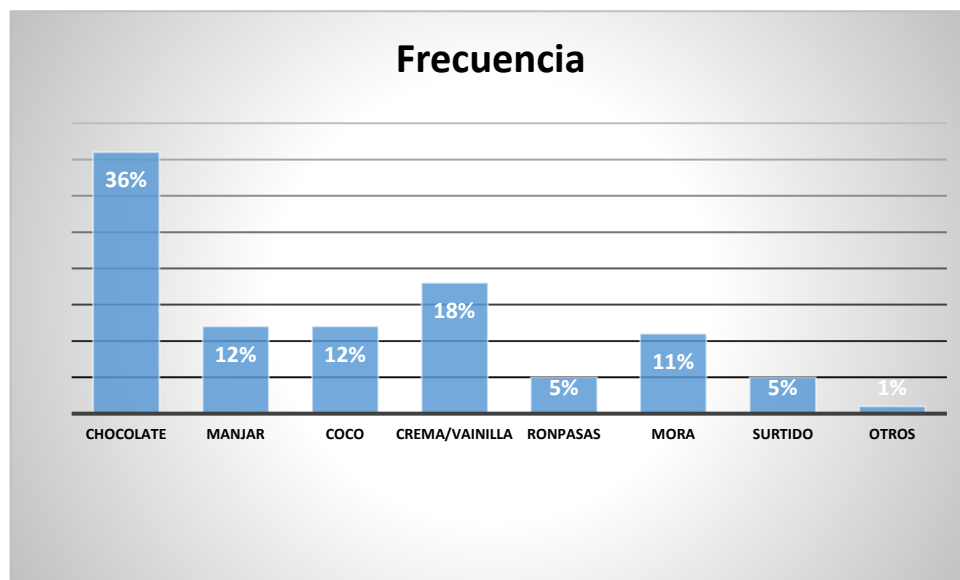
Con esta pregunta buscamos conocer las preferencias de los consumidores sobre una gran clasificación que tienen los helados: helados con base de leche y crema, y los de hielo o agua, también consideramos a los helados de yogurt que no son muy populares en nuestra región sin embargo pueden tomar un repunte importante gracias a un sustituto. En la categoría otros están los helados de ensalada de frutas

(jugo de naranja con trozos de fruta), los helados “chocobabana” y los que helados simples pero que tienen unas formas atractivas.

Pregunta 2: ¿Cuál es su sabor preferido?

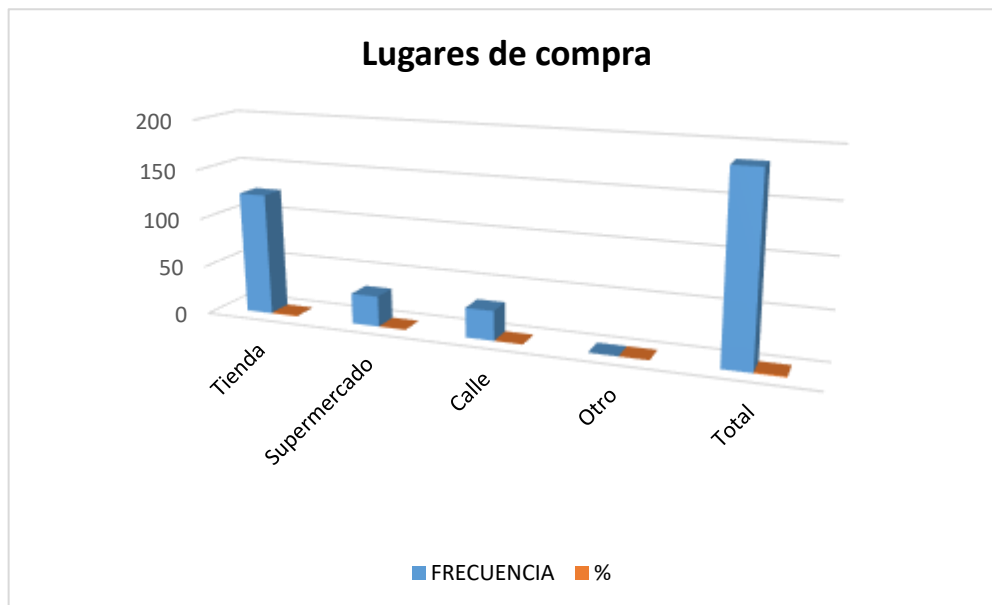
Sin duda el sabor a chocolate es el preferido con los consumidores, pero le sigue el de crema o vainilla, por lo que entendemos que los consumidores prefieren los más los helados con base de láctea que de agua. En el caso de los de agua destaca el de mora, y explicamos que el “surtido” se refiere al helado “todo en uno” que es el conocido helado de Salcedo.

Sabor	Frecuencia	%
Chocolate	66	36%
Manjar	22	12%
Coco	22	12%
Crema/Vainilla	34	18%
Ronpasas	9	5%
Mora	20	11%
Surtido	10	5%
Otros	2	1%
Total:	185	100%



Pregunta 3: ¿Regularmente donde lo compra?

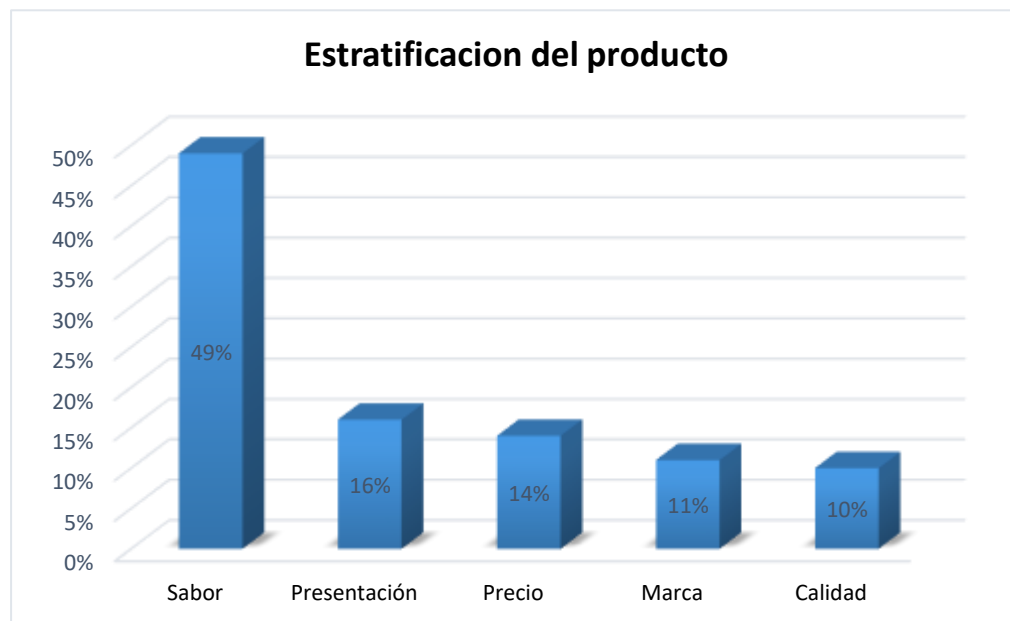
Lugar	Frecuencia	%
Tienda	124	67%
Supermercado	31	17%
Calle	30	16%
Otro	0	0%
Total	185	100%



El mejor canal para la venta de este tipo de helados es la tienda de barrio, razón por lo que hasta allá van a apuntar nuestras posteriores estrategias de ventas, comunicación y demás. Prácticamente están al mismo nivel de preferencia los supermercados y calles a través de los vendedores ambulantes. Es también oportuno aclarar que los “supermercados” no incluyen a Supermaxi, ni AKI.

Pregunta 4: En el tema helados, que es mas importante para usted?:

Atributos	Frecuencia	%
Sabor	91	49%
Presentación	29	16%
Precio	26	14%
Marca	21	11%
Calidad	18	10%
TOTAL	185	100%

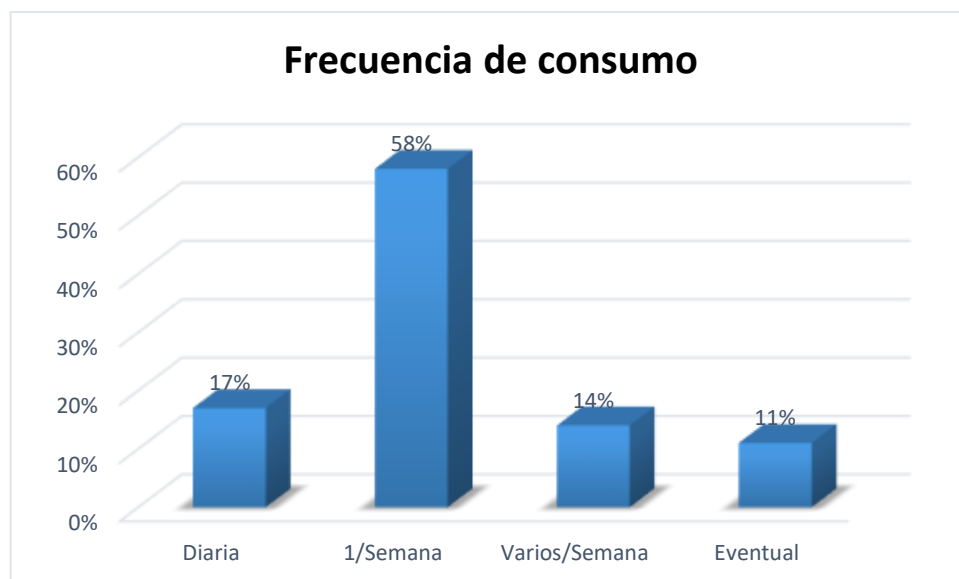


El sabor del helado es el atributo que es el más importante para consumidores y tomando en cuenta que el siguiente atributo más valorado es la presentación podemos decir que los consumidores evaluados hacen la compra por impulso. Esto nos da la pauta para realizar un trabajo de investigación y desarrollo bien prolijo.

Un dato interesante es que hubo algunas coincidencias en los encuestados en que en la categoría otros pusieron “calidad” como un atributo importante al momento de comprar un helado.

Pregunta 5: ¿Con que frecuencia consume helados?

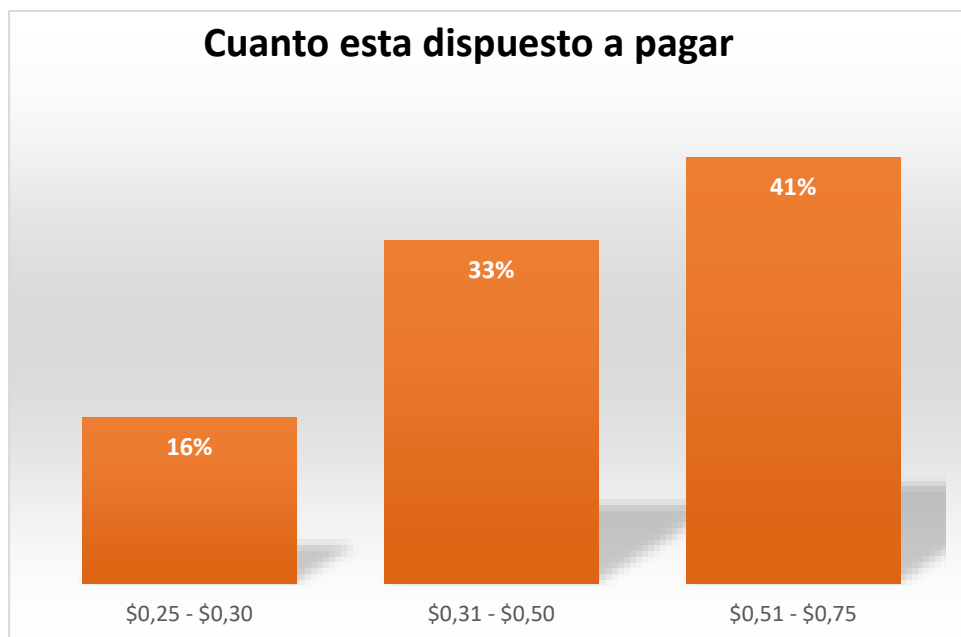
F. consumo	Frecuencia	%
Diaria	32	17%
1/Semana	107	58%
Varios/Semana	25	14%
Eventual	21	11%
TOTAL	185	100.00%



La mayoría de encuestados consume helados 1 vez por semana, quedando como segundo grupo en que lo hace de manera diaria. Vemos que podríamos mejorar esta investigación si exploramos encuestando a niños porque sabemos que muchos de ellos lo consumen a diario. En todo caso observando el resto de resultados vemos panorama alentados para nuestro proyecto.

Pregunta 6: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un helado de paleta?

LUGAR	FRECUENCIA	%
\$2,25 - \$0,30	30	16%
\$0,31 - \$0,50	61	33%
\$0,51 - \$0,75	75	41%



Al parecer un precio bajo se relaciona con una baja calidad, razón por la que vemos que el 84% de los encuestados está dispuesto a pagar por encima de los \$0,31, de los cuales un 41% podría pagar entre \$0,51-\$0,75, relacionamos esto con la preferencia que tienen los encuestados por los helados La Tienda cuyo precio está en los \$0.75.

Presentación

a. Datos de la Empresa (Razón social): TROPIHELADOS S.A (Helados artesanales)

Tipo:

servicio ☐ comercial ☐ artesanal ☒ industrial ☐

Sector de la actividad: Av en la Av. 9 de octubre 813, Guayaquil 090312

Principales productos o servicios que ofrecerá: HELADOS ARTESANALES

R.U.C. N.º: 13456370001

Dirección: La 19 ava y domingo savio

Ciudad: Guayaquil

Teléfono N.º: 0980865605

E. Mail: tropihelados22@gmail.com

Página WEB: TROPIHELADOS_GYE(Instagram)

b. Situación de la Empresa: Nueva ☒ Existente ☐

c. Tipo de Negocio:

Industrial ☐ Artesanal ☒ Comercial ☐ Producción ☐
Comercial ☐ Semi Industrial ☐ Servicio ☐ Mixta ☐

d. Datos del emprendedor y/o socios:

SOCIO 1

Nombre y Apellido	Andrea Hurtado Vallejo	Cedula de identidad	0954358412
Lugar de nacimiento	Guayas- ecuador	Fecha de nacimiento	24/02/2002
Dirección	La 19 ava y domingo savio		
Ciudad	Guayaquil-Ecuador	Formación	Tecnóloga en contabilidad (cursando)
Teléfono	0980865605	E-mail	Andrehurtado2902@gmail.com
Redes sociales	Facebook: Andrea Vallejo Instagram: vandy.__2		

SOCIO 2

Nombre y Apellido	Ariel Cedeño Navarro	Cedula de identidad	0942649716
Lugar de nacimiento	Manabí- Ecuador	Fecha de nacimiento	27/06/2001
Dirección	Robles 806 y calle f		
Ciudad	Guayaquil-Ecuador	Formación	Tecnólogo en electricidad
Teléfono	0985127900	E-mail	Arielcedeno2701@gmail.com
Redes sociales	Facebook: Ariel Cedeño Navarro Instagram: arced_n		

FORMACION DEL CAPITAL

	NOMBRE DE LOS SOCIOS	VALOR DEL APORTE	% DE PARTICIPACION
SOCIO 1	Andrea Hurtado Vallejo	\$3 500,00	75%
SOCIAL 2	Ariel Cedeño Navarro	\$ 2 000,00	25%

TOTAL		\$5.500,00	100%
-------	--	------------	------

Resumen Ejecutivo

1.-Proyectos y objetivos

A-. La Idea

TROPIHELADOS S.A. quiere satisfacer cada una de las necesidades de la comunidad de este sector costeño, les ofrecemos un producto de muy buena calidad y sobre todo muy delicioso donde toda la comunidad que desee pueda consumirlos, los precios son cómodos y al alcance del bolsillo.

Se desea prestar un excelente servicio y la mejor atención, puesto que los clientes son una parte fundamental en el mercado y el producto es de agrado para toda la comunidad.

Dada las circunstancias actuales y la necesidad de ofrecer excelente producto y la mejor atención al público se crea esta nueva propuesta que salga de lo tradicional y lo informal para lograr impactar y crecer en el mercado, ofreciendo nuevos y excelentes productos que satisfagan las necesidades de los clientes y genere estabilidad laboral y económica para los propietarios como lo es la heladería.

MISIÓN

Brindar a todos nuestros clientes un producto 100% natural cumpliendo con los más altos estándares de calidad garantizando así un producto de excelencia y satisfacción a todos nuestros consumidores diariamente.

VISIÓN

Fomentar el posicionamiento de la empresa como productora y comercializadora de helados, proyectándonos a crecer nacional e internacionalmente para lograr establecernos en el mercado como la mejor empresa de helados artesanales, mantecados.

D-. Valores.

La experiencia de nuestros clientes	Brindamos productos de excelencia para el paladar con el mejor servicio, en un lugar cómodo, agradable y a los mejores precios.
Conciencia con la naturaleza	Ser amigables con el cuidado del medio ambiente que no sea dañado en la creación de nuestros helados artesanales y naturales utilizando productos reciclables
Mejorar en forma continua	Desarrollo y novedad continua. Somos un pequeño emprendimiento que está en constante formación para adelantar y responder a las necesidades cambiantes de nuestros consumidores.
Desarrollamos nuestro negocio de forma ética	La integridad ética es esencial en este emprendimiento. En TROPIHELADOS S.A, mantenemos altos estándares de

	honestidad, excelencia, responsabilidad, integridad, respeto, creatividad, imparcialidad e integridad en la conducción de nuestro negocio. Somos responsables tanto a nivel individual como colectivo.
--	--

Objetivos.

La idea de negocio “Tropihelados S.A” tiene como principal objetivo aumentar el conocimiento de la marca y generar ventas iniciales. Con el fin de incluir diferentes sabores y tamaños ofreciendo así algo diferente a lo ya visto en el mercado, que este producto como ya se lo mencionado será artesanal y natural.

El Mercado

1.- Productos y Mercado

A-. El Cliente.

Los clientes potenciales serán:

- * Los hogares de la ciudad de guayaquil.
- * Los niños
- * Los estudiantes de colegio y universidad.

Servicio

Considerando a nuestros clientes como lo mas importante para el negocio puesto que sin ellos no tendría sentido ni valor. El servicio es la capacidad de nuestro equipo para identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, estudiando sus gustos y comportamiento para encontrar la mejor manera de brindar una atención que no solo satisfaga efectivamente sus necesidades, sino que supere toda expectativa al relacionarse con nosotros.

B-. Estudio Del Mercado Potencial.

Son helados hechos artesanalmente para el bienestar de las personas, simples de obtener a su total gusto con opción de agregar algún aderezo que deseen. Comprendiendo los requisitos de calidad, apariencia e higiene de nuestros helados para así poder brindarles productos que sacien sus paladares.

Competitividad

A.- Principales Competidores.

Pingüino
Topsy
Tony helados

B.- Análisis Comparativo.

COMPETIDORES	DEBILIDADES	FORTALEZAS
Pingüino	Produce helados no del todo naturales	Alta ventas de helados, aceptación en todo el país y antigüedad
Topsy	No da a conocer nuevos helados al mercado tan seguido	Abastece a pequeños locales comerciales del centro
Tony helados	Pocas innovaciones, solo se suele encontrar en lugares urbanos	Mezcla de helados a base de lácteos

C.- Competitividad.

EMPRESA	LA COMPETENCIA	NOSOTROS
Pingüino	Produce helados no del todo saludables	Helados hechos a base de productos naturales
Topsy	No da a conocer nuevos helados al mercado	Sacamos nuevos sabores de helados al mercado
Tony helados	Pocas innovaciones	Innovamos con nuevas presentaciones

Plan de Marketing

A.- Análisis Foda “Tropihelados”

FORTALEZAS	DEBILIDADES
▪ Innovadores ▪ Precios accesibles ▪ Variedad de sabores y tamaños. ▪ Canales de distribución confiables ▪ Nuestro producto brinda los mejores sabores.	▪ Incorrecta manipulación del producto ▪ Aumento de valores de la materia prima ▪ Poco interés de los consumidores ▪ Falta de practica
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
▪ Habilidad de elaboración del producto ▪ Aumento de ingresos	▪ Competencia en el mercado ▪ Escasez de materia prima

Política Del Producto, Política de Servicio y Atención al Cliente.

- Se hará un pequeño puesto en el malecón 2000 y dar a conocer nuestro producto artesanal.
- Los helados artesanales estarán en los mostradores de vitrinas y congelador.
- Los helados se venderán en el local y por medio de una carreta de helados a unas cuadras del local y así puedan saborear y ya luego se acerquen al local a ver las variedades de sabores.

C.- Políticas de Precios, Promociones y Descuentos.

- El precio de nuestros helados varia mediante el tamaño y cuantos aderezos colocaran en su helado, van desde \$0,74 a \$1,50
- Por la compra de 2 Helados pequeños el tercer helado mediano es gratis.
- Los días martes loco abrirán 2x1 en el tamaño del helado mediano con aderezo incluido.

D.- Publicidad.

- Publicidad en redes sociales Facebook e Instagram
- Volantes

Logotipo



4.- Plan de Ventas

A.- Estrategia de Ventas.

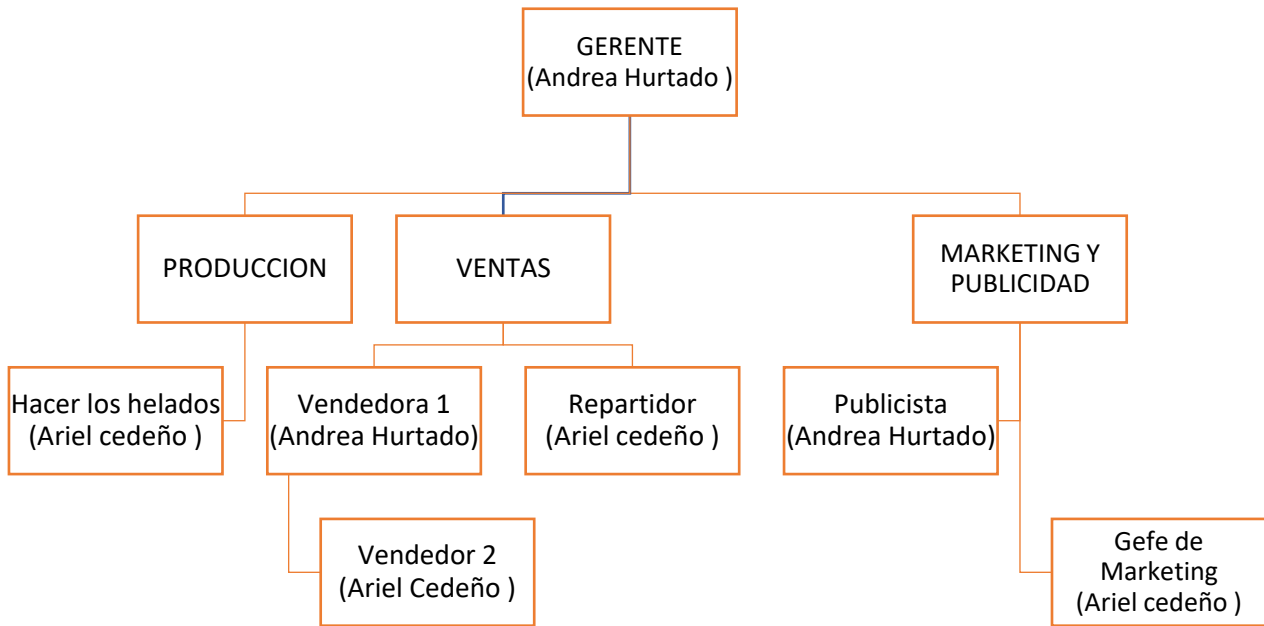
- 1.- Ventas en el local de Tropihelados
- 3.- Ventas en el carrito de helados a unas cuadras del local.

B.- Condiciones de ventas.

*Todas las ventas de la tienda Tropihelados serán al contado en efectivo.

5.- Recursos Humanos

A-. Organigrama.



ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS.

Materia Prima.

CANTIDAD	Materia prima directa	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
25	leche en polvo	\$ 0,50	\$ 12,5
30	frutas	\$ 1, 20	\$ 36,00
100	leche descremada	\$ 0,60	\$ 60,00
100	stevia	1, 50	\$ 150,00

CANTIDAD	Materia prima indirecta	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
30	conos	\$ 1,50	\$ 45,00
20	canasta	\$ 2,00	\$ 40,00
100	cucharas pequeñas	\$ 0,75	\$ 75,00
15	gomitas	\$ 1,50	\$ 22,5
10	granola	\$ 1,75	\$ 17,5
10	jaleas	\$ 8,50	\$ 85,00

B.- Insumos y equipos.

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Maquina batidora de helado	250	500
1	Vitrinas exhibidoras de helados	250	250

1	Congelador	280	280
1	Máquina registradora	250	250
1	Laptop	300	300
2	Tachos de basura	30	60
2	cuchara para helado	20	40

Arriendo de infraestructura

	valor total
Arriendo del local	200

CONCLUSIONES

- El modelo de plan de negocio detallado aquí representa un aporte significativo para que futuros emprendedores puedan aplicarlo y mejoren el proceso de planeación del negocio que quieran empezar.
- Este proceso es indispensable para poder determinar las estrategias que se pondrán en practica con el objetivo de llegar al mercado, y poder generar ventas.
- Luego de realizar una investigación detallada y recolectar datos utilizando recursos necesarios, se logra el propósito principal que es diseñar y aplicar un plan de negocio, transmitiendo conocimientos sobre la misión y visión, funciones y responsabilidades que se deben cumplir para la fabricación y venta de helados artesanales.
- Es de suma importancia desde un inicio fijar los objetivos ya sean a corto y mediano plazo, incluyendo las metas del negocio con el que se vaya a proyectar el plan de negocio.
- El plan de negocio esta diseñada incluso para poder proyectar los riesgos y eventualidades que puede llegar a enfrentar el negocio, estableciendo las estrategias que pueden llegar a minimizar dichas situaciones.

LISTA DE REFERENCIAS

- Arte Heladero. (19 De Febrero De 2003). *El Helado Como Alimento*. Obtenido De [Https://Www.Heladeria.Com/Articulos-Heladeria/A/200302/3041-El-Helado-Como-Alimento](https://www.heladeria.com/articulos-heladeria/a/200302/3041-el-helado-como-alimento)
- Charveron, ¿. (26 De Julio De 2021). *Financepal*. Obtenido De 47 Términos, Palabras Y Vocabulario De Contabilidad: [Https://Www.Financepal.Com/Blog/Terminos-Palabras-Y-Vocabulario-De-Contabilidad/](https://www.financepal.com/blog/terminos-palabras-y-vocabulario-de-contabilidad/)
- Chavez, J. (29 De Mayo De 2023). *Ceupe*. Obtenido De Consumidor: Qué Es, Características Y Tipos: [Https://Www.Ceupe.Com/Blog/Consumidor.Html](https://www.ceupe.com/blog/consumidor.html)
- Cortés, J. G. (10 De Octubre De 2020). *Scielo*. Obtenido De El Plan De Negocios Y La Rentabilidad: [Https://Www.Scielo.Org.Mx/Scielo.Php?Pid=S2594-01632020000200143&Script=Sci_Arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext)
- Da Silva, D. (01 De Junio De 2020). *¿Qué Es Atención Al Cliente? Definición, Elementos E Importancia Para Las Empresas En La Actualidad*. Obtenido De [Https://Www.Zendesk.Com.Mx/Blog/Que-Es-Atencion-Al-Cliente/](https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/)
- Galárraga, L. R. (Febrero De 2019). *Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Importadora De Productos Publicitarios “Universal Technology” En Quito-Ecuador* . Obtenido De [Chrome-Extension://Efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/Https://Repositorio.Uide.Edu.Ec/Bitstream/37000/3023/1/T-Uide-1314.Pdf](https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3023/1/T-Uide-1314.pdf)
- García, I. (31 De Agosto De 2017). *Definición De Rentabilidad*. Obtenido De [Https://Www.Economiasimple.Net/Glosario/Rentabilidad](https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad)
- Garcia, I. (19 De Septiembre De 2017). *Definición De Viabilidad*. Obtenido De [Https://Www.Economiasimple.Net/Glosario/Viabilidad](https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad)
- Garcia, M. (22 De Abril De 2016). *Cómo Hacer Helados Caseros. Método Y Consejos*. Obtenido De [Https://Invitadoinvierno.Com/Recursos/Como-Hacer-Helados-Caseros-Metodo-Y-Consejos/](https://invitadoinvierno.com/recursos/como-hacer-helados-caseros-metodo-y-consejos/)

Garzozzi Pincay, R., Messina Scolaro, M., Moncada Marino, C., Ochoa Luna, J., Ilabel Pérez, G., & Zambrano Segura, R. (Marzo De 2014). *Planesdenegociosparaemprendedores*. Obtenido De Chrome-Extension://Efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/Http://Rephip.Unr.Edu.Ar/Bitstream/Handle/2133/17694/Small_Plan_De_Negocios_Para_Emprendedores_Cc_By-Sa_3.0.Pdf?Sequence=2&Isallowed=Y

Gascó, T. (1 De Octubre De 2019). *Tir*. Obtenido De [Https://Numdea.Com/Tir.Html](https://Numdea.Com/Tir.Html)

Gascó, T. (1 De Octubre De 2019). *Van*. Obtenido De [Https://Numdea.Com/Van.Html](https://Numdea.Com/Van.Html)

Gobierno De Colombia. (26 De Julio De 2023). *Colombia Potencia De La Vida*. Obtenido De Actividad Económica: [Https://Ansv.Gov.Co/Es/Atencion-Ciudadania/Glosario/Actividad-Economica](https://Ansv.Gov.Co/Es/Atencion-Ciudadania/Glosario/Actividad-Economica)

Jica. (2015). *Guía Practica Para La Elaboracion De Un Plan De Negocios*. Obtenido De Efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[Https://Www.Jica.Go.Jp/Resource/Paraguay/Espanol/Office/Others/C8h0vm0000ad5gke-Att/Info_11_03.Pdf](https://www.jica.go.jp/resource/paraguay/espanol/Office/Others/C8h0vm0000ad5gke-Att/Info_11_03.Pdf)

Llamas, J. (1 De Agosto De 2020). *Presupuesto De Una Empresa*. Obtenido De [Https://Economipedia.Com/Definiciones/Presupuesto-De-Una-Empresa.Html#:~:Text=El%20presupuesto%20de%20una%20empresa,De%20fabricaci%C3%B3n%20entre%20otros%20factores](https://Economipedia.Com/Definiciones/Presupuesto-De-Una-Empresa.Html#:~:Text=El%20presupuesto%20de%20una%20empresa,De%20fabricaci%C3%B3n%20entre%20otros%20factores).

Loidi, J. (27 De Junio De 2012). *Metodologías Para Hacer Un Plan De Negocios*. Obtenido De Grandes Pymes: [Https://Www.Grandespymes.Com.Ar/2012/06/27/Metodologias-Para-Hacer-Un-Plan-De-Negocios/#:~:Text=Un%20plan%20de%20negocios%20es,Modo%20de%20llevarla%20a%20cabo](https://www.grandespymes.com.ar/2012/06/27/metodologias-para-hacer-un-plan-de-negocios/#:~:Text=Un%20plan%20de%20negocios%20es,Modo%20de%20llevarla%20a%20cabo)

Mejisa Mectufry. (25 De Abril De 2019). *Mejisa Mectufry*. Obtenido De Helado Artesanal. Origen, Mecanización Y Curiosidades: [Https://Mejisa.Com/Blog/Helado-Artesanal-Origen-Mecanizacion-Y-Curiosidades/](https://mejisa.com/blog/helado-artesanal-origen-mecanizacion-y-curiosidades/)

Meza Milian, D., Mendoza Velásquez, L. J., & Sánchez Celedon, M. (Julio De 2017). *Plan De Negocios Para El Montaje De La “Heladería Frozen” En La Ciudad De Riohacha (La Guajira)* . Obtenido De Chrome-

Extension://Efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/Https://Expeditiorepositorio.Utadeo.Edu.C
o/Bitstream/Handle/20.500.12010/25510/Plan%20de%20negocios%20para%20el%20monta
je%20de%20la%20%E2%80%9chelader%C3%Ada%20frozen%E2%80%9d.Pdf?Sequence
=1&Isallowed=Y

Ministerio De Economía Y Finanzas. (2018). *Estados Presupuestarios*. Obtenido De
Https://Www.Mef.Gob.Pe/Es/?Option=Com_Content&Language=Es-
Es&Itemid=100808&View=Article&Catid=31&Id=1973&Lang=Es-Es

Monografías. (S.F.). Obtenido De Helado Metodología Y Concepto:
Https://Www.Monografias.Com/Docs/Helado-Metodologia-Y-Concepto-Fkmdc6zmz

Moreno, J. (6 De Enero De 2022). *Hubspot*. Obtenido De Qué Es Un Plan De Negocios, Para Qué Sirve
Y Objetivos: Https://Blog.Hubspot.Es/Marketing/Que-Es-Plan-De-Negocios

Navarro, A. (09 De Junio De 2023). *17 Términos Contables Que Todo Autónomo, Emprendedor O
Pequeño Empresario Debería Conocer*. Obtenido De Https://Www.Sage.Com/Es-
Es/Blog/17-Terminos-Contables-Que-Todo-Emprendedor-Deberia-
Conocer/#:~:Text=Los%20ingresos%20son%20los%20incrementos,Que%20incremente%2
0el%20patrimonio%20neto.

Plan De Negocios. (S.F.). Obtenido De Chrome-
Extension://Efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/Http://Catarina.Udlap.Mx/U_DL_A/Tales/D
ocumentos/Lad/Armida_R_A/Capitulo2.Pdf

Redacción E3. (8 De Septiembre De 2022). *E3 Tv*. Obtenido De Plan De Negocio: ¿Qué Es Y Cómo
Realizarlo Correctamente?: Https://Economia3.Com/Contenido-Basico-De-Un-Plan-De-
Negocio/#:~:Text=Un%20plan%20de%20negocio%20es,Problemas%20futuros%20de%20l
a%20empresa

Redacción Excelencias Gourmet. (06 De Septiembre De 2019). *8 Beneficios Del Helado Artesanal*.
Obtenido De Https://Excelenciasgourmet.Com/Es/Salud/8-Beneficios-Del-Helado-
Artesanal/#:~:Text=El%20helado%20realizado%20de%20manera,Utilizar%20colorantes%2
0artificiales%2c%20ni%20conservantes.

Redalyc. (S.F.). Obtenido De Https://Www.Redalyc.Org/Journal/6219/621968458006/Movil/

Salvatierra, C. A. (2020). *Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa De Investigación De Mercados Enfocadas En El Category Management & Shopper Marketing En El Distrito Metropolitano De Quito*. Obtenido De <https://Repositorio.Uide.Edu.Ec/Handle/37000/4121>

Santos, A. M. (2015). *Plan De Negocios Esancia Cica (Restaurant)*.

Sernac. (2018). *El Mercado Y Su Funcionamiento*. Obtenido De <https://www.sernac.cl/portal/607/W3-Propertyvalue-21057.html>

Stutely, R. (2000). *Plan De Negocios , La Estrategia Inteligente*. Pearson.

Tuttofreddo. (S.F.). Obtenido De <https://tuttofreddo.ec/quienes-somos/#:~:Text=Misi%C3%93n,A%20todos%20nuestros%20consumidores%20diariament>

e