

Proyecto de Inversión para el establecimiento de una Heladería Temática en la ciudad de Guayaquil

Silvia Emperatriz Hidalgo Gonzabay
María de los Angeles Mora Quinde
Guadalupe del Carmen Muñoz Paredes

Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

sehidalg@espol.edu.ec
mardemor@espol.edu.ec
gdmunoz@espol.edu.ec

Director de Tesis:
PhD (c) Víctor Hugo González Jaramillo
vgonzal@espol.edu.ec

Resumen

El presente proyecto busca analizar el mercado de los helados y probar la rentabilidad de una heladería con algunas características que la diferencien de las que comúnmente se conocen en Guayaquil, las mismas que se detallan a continuación.

Construir una heladería que se caracterice por la experiencia que brinda a sus clientes, ambientada a los años 50 de Estados Unidos, la época que vio nacer al Rock and Roll; cuando el cliente entre al local se transportará a una especie de escena de Grease, sin los musicales, pero si con todos los elementos de la época. También existirá un área que incluya mesas interactivas, donde las personas puedan preparar sus helados de acuerdo a su gusto y realizar sus pedidos. Adicionalmente, la heladería estará disponible de 13:00 a 21:00 de lunes a viernes y de 12:00 a 20:00 de sábados a domingo; la heladería al tener un tema puede ser utilizada para reuniones temáticas que ahora están muy de moda entre el target al que queremos llegar.

Son esencialmente estas características las que dirigen la heladería propuesta hacia las clases media y alta.

Palabras Claves: Heladería, Mesas Interactivas, Servicio, Tecnología, Inversión, 50' Froze, Rock & Roll.

Abstract

This project aims to analyze the market for ice cream and test the performance of an ice cream shop with some characteristics that differ from those commonly known in Guayaquil, the same as those listed below.

Build an ice cream shop that is characterized by the experience it provides to its customers, set in the United States in the 50's, the era that gave birth to Rock and Roll, when customers enter the premises, they will be transported to a kind of scene from Grease, without music, but with all the elements of the time. There will also be an area that includes interactive tables where people can prepare their ice cream according to taste and place their orders. Additionally, the ice cream will be available from 13:00 to 21:00 Monday to Friday and from 12:00 to 20:00 Saturday to Sunday; since the ice cream shop will have a theme it can be used for thematic meetings that are now fashionable between the target market we want to reach.

These are essentially the characteristics that target the proposed ice cream shop to the middle and upper-status classes.

Keywords: Ice Cream Shop, E-Table, Service, Technology, Investment, 50' Froze, Rock & Roll.

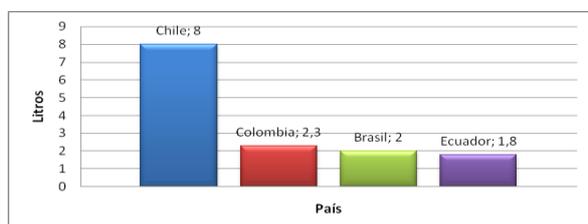
1. Introducción

En Ecuador, a finales de la década de los 40, Edmundo Kronfle Abbud importó desde Europa el nombre y la idea de producir helados Pingüino en el mercado y fue la marca pionera en implementar los conocidos "heladeros" o "carretilleros".

Pingüino y Gino's en la actualidad tienen sus heladerías, que se encuentran en su mayoría ubicada en Centros Comerciales; es la fórmula que éstas empresas fabricantes de helados han optado para ampliar su línea de productos.

A continuación se mostrará el comportamiento del consumo de helados en el Ecuador frente a otros países:

Figura 1: Consumo anual de helados por persona, año 2011



Fuente: <http://www.americaeconomia.com>

De acuerdo a la fuente de información, muchos perciben al helado como una golosina que engorda y no como postre; en el Ecuador el consumo anual por persona se estima en 1,8 litros, que si bien registra un desarrollo con respecto al año 2010 que fue de 1,5 litros, aún está por debajo de otros países como Colombia y Brasil, que tienen una ingesta per cápita de dos a 2,3 litros.

1.1. Planteamiento del Problema

La mayor parte de las personas después de salir de sus trabajos buscan sitios donde puedan pasar el tiempo con los amigos, disfrutar, conversar amenamente sin la estrepitosa música de un bar y sin tener que consumir los platos fuertes de un restaurante.

La escasez de heladerías que ofrezcan un buen servicio, buena decoración, un buen tema y que además brinde la opción de poder preparar y pedir tu helado desde tu mesa, favorece mucho a que este negocio sea visto como una excelente alternativa para los amantes del helado, esto hace que atraiga a muchos consumidores potenciales.

1.2. Justificación del Proyecto

Dada la gran cantidad de heladerías que se han desarrollado actualmente en la ciudad de Guayaquil, una nueva alternativa de este tipo de servicio para los consumidores podría generar una alta demanda, que

lleve al proyecto a obtener una rentabilidad muy atractiva.

Otro propósito de este proyecto es que las personas puedan disfrutar de un área de la heladería en la cual habrá mesas interactivas, donde se podrá ordenar el helado que se desee degustar acompañado con los aderezos al gusto de cada persona.

Para llevar a cabo la idea de esta heladería, es de gran importancia incorporar en el proyecto un apropiado análisis e investigación de mercados, que permita conocer los gustos y preferencias de los consumidores; realizando este estudio se puede aumentar las posibilidades de tener un negocio exitoso. Es de suma importancia también la realización de un costeo adecuado y un análisis financiero para determinar que tan rentable es este tipo de negocio.

1.3. Objetivo General

Evaluar la factibilidad de implementar una heladería temática "50's Froze", en la ciudad de Guayaquil.

1.4. Objetivos Específicos

- Identificar las barreras de entrada y salida al mercado local.
- Reconocer los competidores directos e indirectos para el negocio.
- Determinar la capacidad del negocio, la localización óptima y las instalaciones adecuadas.
- Conocer el perfil y las preferencias del consumidor objetivo.
- Establecer una apropiada estrategia de marketing y comunicación para la heladería.
- Establecer los requerimientos y las funciones que deben cumplir el personal.

2. Estudio de Mercado

Mediante la investigación de mercados se desea conocer con que aceptación contaría una heladería Interactiva con una decoración temática de Rock & Roll tendría aceptación en la población guayaquileña, ya que el mismo no es tan conocida en el ámbito local.

El mercado objetivo son las personas de 18 a 25 años de clase social media, media alta y alta, que les guste divertirse en lugar diferente junto con familiares y amigos.

2.1. Presentación de Resultados

Se realizarán 400 encuestas, las cuales se realizarán en los posibles lugares de ubicación de la heladería en la ciudad de Guayaquil, para de tal manera evitar cualquier tipo de sesgo. Los datos serán

analizados y evaluados para aceptar o rechazar las hipótesis propuestas.

2.2. Resultados de la Investigación

Los resultados obtenidos por las encuestas son positivos para la creación de la heladería, a continuación los resultados más importantes:

- El 87,5% de los encuestados visitaría 50's Froze, lo cual da grandes expectativas de que el proyecto puede ser rentable. por lo que se concluye que dicho sector sugerido es factible y adicional considerar que no existe un lugar con las características ofrecidas, motivos por los cuales este porcentaje de personas está dispuesto a visitar la heladería.
- La demanda potencial constituyen aquellos hombres y mujeres entre 18-25 años, con un mayor porcentaje el rango de 21 a 25 años, teniendo en cuenta que un 58,25% de las personas encuestadas consumen helado una vez al mes, un 35,25% lo hacen dos veces al mes y un 5,75% consumen helado tres 3 veces al mes.

2.3. Marketing Estratégico

La estrategia básica que se aplicará en este proyecto será la de diferenciación, ya que la heladería que presentamos en este proyecto tiene cosas que las de la competencia no, como lo son las mesas en las cuales se incrustarán Samsung Galaxy Tab, también se contará con una decoración temática de los años 50.

Este proyecto utilizará la estrategia global – seguidor, ya que como se mencionó anteriormente lo que se buscará es diferenciarse de los servicios y productos de la competencia. Con esta estrategia restaremos al líder y al retador los clientes a los cuales ellos no les presten mucha atención y que los dejan fuera de su mercado.

2.4. Producto

La heladería tendrá la temática de Rock and Roll de los años 50, lo cual atraerá la atención de los clientes no solo por la decoración sino por el contraste de la tecnología que ofrecen las mesas interactivas.

Aunque lo principal de nuestro servicio es la experiencia de estar en nuestro local; también se podrá ofrecer servicio directo en caja para consumo inmediato, donde se pueda consumir helados creativamente servidos, incluyendo dentro de los sabores: cerezas a la crema, manjar y almendras, triple chocolate, crema y galletas, vainilla, chocolate, coco, frutilla, ron pasas y dulce de leche. Adicionalmente, se ofrecerá variedad de aderezos como: chispitas de chocolates, bizcotelas, almendras, gomitas, maní, mámelos, pasas, trozos de chocolates blanco y negro, galletas de coco y galletas oreo.

Todos estos ingredientes se incorporarán en la preparación del menú: Banana Grease, Ice Rock, Brownies Froze, Copa Disco, Rock & Roll Cream.

Figura 2: Vista de la decoración de la heladería



Fuente: <http://www.newretrodining.com>

2.5. Precio

Los aderezos que se podrán pedir a través de las mesas tendrán un valor de 25 centavos; cada bola de helado tendrá el valor de \$1,75 si se pide más de una del mismo sabor después de la primera tendrá un valor de \$1,30. Los topper que deseen añadir tendrán un valor de \$0,50.

El precio final de los helados personalizados dependerá de lo que le agreguen los clientes a su pedido. Las especialidades tendrán los siguientes precios:

Helado	Precio
Banana Grease	\$4,00
Ice Rock	\$5,50
Brownies Froze	\$5,00
Copa Disco	\$3,00
Rock and Roll Cream	\$6,00

Tabla 1: Precio de los helados

2.6. Plaza

Se encuentra en el cantón de Guayaquil, ya que cuenta con mucho turismo comercial; además vemos en ésta ciudad mucha competencia indirecta. La heladería temática estará ubicada en Urdesa por dos motivos:

- Nuestro grupo objetivo a través de una investigación de mercado eligió este lugar como una de las primeras opciones.
- Es un lugar muy transitado, ícono de la ciudad; Además nuestro tipo de negocio va con lo que representa ésta zona de la ciudad.

2.6. Promoción

Desarrollar estrategias de promoción a través de los diferentes medios de comunicación: radio, relaciones públicas, publicidad BTL (debajo de la

línea) que es la publicidad no convencional que la realizará el personal de la heladería, la cual permitirá atraer a los clientes al local de 50's Froze, además de optimizar el uso en redes sociales como el Facebook y el Twitter. Además de la página web oficial, se contará con dos Community Manager, que podrán estar en contacto con los clientes de las heladerías. Asimismo los clientes podrán acceder a promociones exclusivas y a video chats con los personajes de la heladería.

Figura 3: Logotipo de la Heladería



Fuente: Elaborado por las autoras

3. Estudio Técnico

En el estudio técnico se analizarán elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o servicio para el proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer una descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo viable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

3.1. Determinación del Tamaño

Capacidad Diseñada de la Heladería

La heladería tendrá 12 mesas, con un número de 4 asientos; entonces se tendrá un total de 48 personas simultáneamente. Si se calcula que máximo por mesa se pueden demorar 40 minutos, si se les da 20 minutos más para que se vuelva a ocupar la mesa se está hablando de rotar la mesa cada hora.

Tomando en cuenta, que la heladería se abrirá a partir de las 13:00 a 21:00, de lunes a viernes y de 12:00 a 20:00 sábados y domingos, se estaría atendiendo al público un total de 56 horas semanales.

Por ello, hemos calculado que tenga una ocupación efectiva del 40% que no es nada despreciable, por tanto se estarían atendiendo a 154 personas diariamente.

Disponibilidad de mano de obra, materia prima e insumos

Al hablar de mano de obra se requiere que los meseros cuenten con la suficiente preparación y paciencia para atender a los clientes de la mejor

manera. Adicional contaremos con la Distribuidora Brito que nos proveerá de nuestra materia prima la cual es el helado, la calidad de estos helados están altamente supervisados y calificados.

Disponibilidad de Recursos Financieros

Se contará por tanto con recursos propios y recursos de terceros mediante un apalancamiento financiero con Instituciones Financieras como la Corporación Financiera Nacional (CFN), misma que proporciona la facilidad de acceder a préstamos de inversión para emprendedores y pequeños empresarios.

La Tecnología

La maquinaria y equipo necesario para desarrollar este proyecto no requiere de mayor tecnología para los procesos productivos ya que son de fácil realización y los implementos que intervienen en la elaboración del producto son manuales o de uso doméstico. Lo que requiere tecnología es si son las mesas interactivas por medio de las cuales nuestros clientes podrán personalizar sus pedidos y de esta manera haremos que las personas visiten la heladería.

3.2. Estudio de Localización

Al realizar el Método Cualitativo por Puntos se optó por la localización en Urdesa al obtener la mayor calificación total ponderada de 8,35. Para recordar, nuestro target es de un nivel socioeconómico medio alto y alto, es por ello que ésta zona conviene para implementar la heladería temática.

4. Estudio Organizacional

La heladería tiene como objetivo dar un servicio eficiente y los mejores helados personalizados para ser la primera opción de consumo en el sector de heladerías.

Para hacer esto posible, se ha desarrollado el organigrama, éste permitirá tener conocimientos de la estructura organizacional del negocio, para distribuir las funciones a las personas más adecuadas de una manera eficiente.

4.1. Misión

Ser una heladería temática e interactiva con altos estándares de calidad, otorgando un excelente servicio a través del personal, del uso de la tecnología y los mismos productos, para lograr la satisfacción total del cliente a través de una experiencia inolvidable.

4.2. Visión

Consolidarse en el Top of Mine de los consumidores en el mediano plazo como una de las mejores heladerías en el sector norte de Guayaquil logrando estabilidad y rentabilidad financiera en el negocio.

5. Estudio Financiero

En este estudio se detalla lo que respecta a la inversión inicial en nuestro proyecto, ingresos y gastos estimados en un horizonte determinado de tiempo; así como también el capital de trabajo necesario al momento de emprender nuestro negocio.

También se considerará los costos fijos, los cuales corresponden a sueldos y servicios básicos, los costos variables, la TIR y el VAN, éstos dos últimos serán importantes para poder efectuar con éxito nuestro análisis financiero, que nos llevarán a conclusiones relevantes acerca de la viabilidad del proyecto.

5.1. Análisis Costo Volumen-Utilidad

Se hace este análisis a través de la utilización del punto de equilibrio.

Se presentan los siguientes datos:

- Costo Variable por helado: \$0,84
- Costo Fijo: \$102,749.89
- Precio Promedio: \$3,60

$$Q = \frac{CF}{P - CV}$$

$$Q = \frac{102749,89}{3,6-0,84}$$

Q = 37288 personas por año.

5.2. Determinación de los costos variables

Estos Costos dependerán de forma directa del volumen de clientes que la heladería tenga. Los valores promedios son los siguientes:

Costos Variables	Anual
Publicidad	\$ 10.000,00
Insumos para elaboración de helados	\$ 35.815,00
Reparaciones e Imprevistos	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 46.815,00

Tabla 2: Costos Variables

Proyección de Costos Variables	
Año	Costos Variables
1	\$ 46.815,00
2	\$ 51.496,50
3	\$ 56.646,15
4	\$ 62.310,77
5	\$ 68.541,84

Tabla 3: Proyección de Costos Variables

5.3. Costos Fijos

Dentro los costos fijos, la heladería considera los rubros de servicios básicos y remuneraciones. En el capítulo 3 se presentó el balance de personal, los

servicios básicos y la proyección de estos dos costos. Tablas que presentaremos a continuación:

Año	Proyección Servicios Básicos	Proyección Costos Fijos Empleados
1	\$ 36.576,00	\$ 66.173,89
2	\$ 37.673,28	\$ 74.114,76
3	\$ 38.803,48	\$ 83.008,53
4	\$ 39.967,58	\$ 92.969,55
5	\$ 41.166,61	\$ 104.125,90

Tabla 4: Proyección de Servicios Básicos – Empleados

5.4. Inversiones del Proyecto

La inversión se presenta a través de la siguiente tabla:

Rubros	Valor
Equipos de Computación	\$ 36.004,00
Equipos Oficina	\$ 3.027,18
Gastos Constitución	\$ 1.167,00
Maquinarias y Equipos	\$ 9.398,00
Muebles y Enseres	\$ 694,00
Obra Física	\$ 16.150,00
Utensilios de Heladería	\$ 2.168,00
Inversión	\$ 68.608,18

Tabla 5: Inversión Inicial

Monto del Préstamo: \$30,873.68

Tasa a Aplicar: 9,53%

Número de Periodos: 5 años

Período	Cuota	Interés	Amortización	Capital Vivo
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 30.873,68
1	\$ 8.046,84	\$ 2.942,26	\$ 5.104,58	\$ 25.769,10
2	\$ 8.046,84	\$ 2.455,80	\$ 5.591,05	\$ 20.178,05
3	\$ 8.046,84	\$ 1.922,97	\$ 6.123,87	\$ 14.054,18
4	\$ 8.046,84	\$ 1.339,36	\$ 6.707,48	\$ 7.346,70
5	\$ 8.046,84	\$ 700,14	\$ 7.346,70	\$ 0,00

Tabla 6: Amortización

5.5. Ingresos Estimados

Precios

Para poder calcular el punto de equilibrio se estimó el consumo promedio por persona en el día dando un valor de \$4,30.

5.5.1 Ingresos por Ventas

Los ingresos por ventas se describen en las siguientes tablas:

Ingresos primer Año	
Promedio de precio	\$ 3,60
# De clientes al año	51609
Total Ingresos	\$ 185.792,40

Tabla 7: Ingresos primer año

Ingresos promedio			
Año	Precio	# Clientes	Ingresos
1	\$ 3,60	51609	\$ 185.792,40
2	\$ 3,89	52641	\$ 204.668,91
3	\$ 4,20	53694	\$ 225.463,27
4	\$ 4,62	54768	\$ 252.969,79
5	\$ 5,08	55863	\$ 283.832,10

Tabla 8: Ingresos Promedio

5.5.2 Valor de Desecho

El valor de desecho es \$20 708,68; se debe tener en claro que este valor solo se calculo por motivos de estudio, ya que la heladería no se liquidará al final del período de los 5 años.

5.6. Capital de Trabajo: Método de Déficit Acumulado Máximo

A través de éste método, los cálculos del capital de trabajo arrojó la cifra de \$14,793.13 en el mes de abril del primer año.

5.7. Tasa Mínima Atractiva de Retorno

Para realizar éste cálculo hemos utilizado el método CAPM.

$$R_i = r_f + b (r_m - r_f) + RP_{ecu}$$

Acorde a éste método nuestro TMAR es de 11,52% porcentaje con el cual trabajaremos para los futuros cálculos.

Tabla 9: Cálculo Método CCPP

Valoración de Activos de Capital (CAPM)	
Rm	5,28
Beta	0,60
Rf (T-Bonds)	0,79
Riesgo País (Ecuador)	8,48
Re	11,07

5.8. Flujo de Caja

En el orden del año cero al 5 los flujos de caja son los siguientes -\$ 52.527,63; \$ 20.940,82; \$ 24.051,97; \$ 27.442,05; \$ 4.327,74 y \$ 77.936,95.

VAN	\$ 53.357,00
TMAR	11,52%
TIR	40,31%

Tabla 10: Resumen Flujo de Caja

5.9. Payback

La utilidad libre de deuda para la heladería 50's Froze se ve al partir del año 4.

5.10. Matriz de Evaluación de Proyecto

Las siguientes tablas muestran de forma cualitativa numérica lo que irá en la matriz.

Atractividad

Característica	Peso	Puntuación
Rentabilidad	60	45
Potencial de crecimiento	25	15
Participación de mercado	15	10
Total	100	70

Tabla 11: Atractividad de la empresa

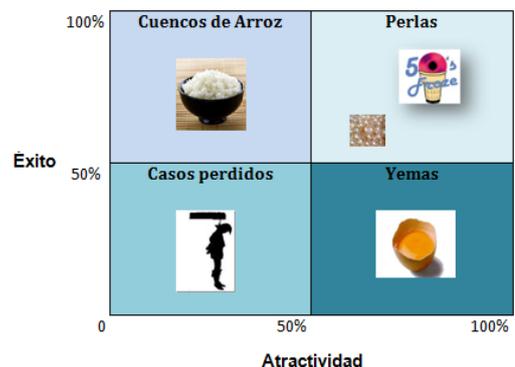
Probabilidad de Éxito

Característica	Peso	Puntuación
Macroentorno	30	15
Inversión/Capital	45	40
Publicidad/Marketing	25	20
Total	100	75

Tabla 12: Probabilidad de éxito de la empresa

Acorde a los datos obtenidos, obtuvimos la coordenada (70,75) que nos ubica en el cuadrante Perla, es decir nuestro proyecto es un Proyecto Perla, ejecutable y rentable.

Figura 4: Matriz de Evaluación de Proyectos



Fuente: Marketing Estratégico, J. Lambin (1995)

6. Conclusiones

- La inversión inicial que se necesita para poner en marcha el proyecto es de \$68,608.18 la misma que se financiará el

55% con recursos propios correspondientes a los aportes de accionistas, y el 45% se financiara con crédito obtenido en la Corporación Financiera Nacional.

- En base a los resultados obtenidos en las encuestas el precio promedio que están dispuestos a pagar los clientes en una heladería es de \$ 3,60 dólares, por lo que el precio con el que se proyectó es aceptable para el mercado.
- A partir de la técnica de investigación de encuesta aplicada para el estudio de mercado se determinó que un 87,5% de los encuestados visitaría 50's Froze, lo cual nos permite ingresar al mercado como pioneros al ofrecer a nuestros clientes helados de su preferencia con un ambiente de Rock & Roll y magnífico entretenimiento al usar tecnología de punta de manera accesible.
- Finalmente, se concluye que el proyecto de la creación de una heladería temática en Urdesa, norte de Guayaquil, es un negocio viable y rentable desde el punto de vista del mercado, organizacional, técnico y financiero, pues permite recuperar la inversión inicial generando utilidades para los inversionistas y trabajadores.

7. Recomendaciones

- Una vez puesto en marcha el trabajo de la heladería, es recomendable realizar constantes estudios de mercado para evaluar el crecimiento de la heladería en el mercado, con el fin redefinir estrategias de marketing en caso de ser necesario y de esta manera cubrir las necesidades de los clientes. Pero como empresa debemos considerar el factor riesgo que existe en la inestabilidad político-económica dentro de nuestro país.
- Es aconsejable que se respete los principios de calidad y atención al cliente, ya que de esta manera el resultado en términos de marketing será: creación de valor, satisfacción, lealtad de los clientes y crecimiento en el mercado lo cual conlleva al crecimiento financiero del proyecto una vez puesto en marcha.
- Con respecto al precio es recomendable conocer cuál es el precio que están dispuestos a pagar nuestros clientes por el producto y servicio que se ofrece, de esta manera se podrán plantear estrategias que permitan llegar a convenios con los proveedores, para diferir los pagos u obligaciones del corto plazo, además de optimizar el uso de los recursos, reduciendo los costos y maximizando la producción.

- Se debe mantener la macro localización así como la micro localización de la heladería ya que en base a los estudios técnicos el lugar de localización de la heladería es accesible para los clientes; ofreciéndoles seguridad y de igual manera se encuentra en una área cercana a los proveedores.
- Se debe prever la ejecución de programas de capacitación continua para el personal de la heladería, relacionados con la época de los años 50 y además con el servicio al cliente, de esta manera el personal capacitado podrá obtener crecimiento profesional y brindarán una mejor atención a los clientes.
- Finalmente es recomendable iniciar las actividades según los lineamientos planteados en el proyecto, ya que permite recuperar la inversión efectuada, obtener rentabilidad mínima exigida y entregar una ganancia a cada inversionista.

8. Agradecimientos

Agradecemos a Dios por habernos dado la sabiduría, la salud y la fortaleza para llevar a cabo la realización de este proyecto.

A nuestras familias por su apoyo y plena confianza en nosotros.

A nuestro Director Msc. Víctor Hugo González Jaramillo PhD(c) y a todos nuestros profesores por contribuir con sus conocimientos y experiencias a nuestra formación profesional.

A nuestros amigos y compañeros por permitirnos disfrutar de lindos momentos dentro y fuera de la universidad.

9. Referencias

- [1] JACQUES Lambin Jean, 1995, *Marketing Estratégico*, 3^{ra} Edición, McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- [2] CONSUMO anual de helados por persona. Negocios e Industrias. América Economía [en línea]. [Fecha de consulta: 27 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ecuador-marcas-de-helados-crean-variedades-sanas-para-incentivar-el-consumo>
- [3] BENEFICIOS de comer helado. Cuidado de la Salud [en línea]. [Fecha de consulta: 29 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.cuidadodelasalud.com/alimentos-nutritivos/beneficios-de-comer-helado/>
- [4] DECORACIÓN de los años 50. New Retrodining [en línea]. [Fecha de consulta: 03 enero 2012]. Disponible en: <http://www.newretrodining.com>
- [5] 50s Waitress Costume. Halloween Costumes [en línea]. [Fecha de consulta: 05 enero 2012]. Disponible en:

<http://www.halloweencostumes.org/50s-waitress-costume.html>

- [6] MENS Greaser Jacket. Halloween Costume [en línea]. [Fecha de consulta: 05 enero 2012]. Disponible en: <http://www.halloweencostume.com/mens-greaser-jacket.html>