



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una Heladería
dentro de la ciudad de Lago Agrio.”**

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

AUTOR:

Ailin Mishel Martínez Balcázar

TUTOR:

Christian Carvajal

Quito 5 de marzo del 2022

AUTORÍA

Yo, Ailin Mishel Martínez Balcázar, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Ailin Mishel Martínez Balcázar

Quito, 2022

MS.c Christian Carvajal.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

MSc Christian Carvajal.

Quito, 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sra. Ailin Martínez por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sra. Ailin Martínez realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una Heladería dentro de la ciudad de Lago Agrio.”**

para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Christian Carvajal**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Ailin Martínez como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una heladería dentro de la ciudad de Lago Agrio** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, y sacrificio en todos estos años, ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A mi amado esposo, ejemplo de perseverancia, sacrificio trabajo en buenos y malos momentos; por supuesto también este logro es de mis hermosas hijas.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible esta investigación y que de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres, y tristes. Estas palabras son para ustedes.

Quiero agradecer a mis formadores por, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha regido, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi tesis con éxito y obtener una estable titulación profesional.

Agradezco a mis padres por todo su amor, comprensión y apoyo. pero sobre todo gracias infinitas por la paciencia que me han tenido.

A mis hermanos por llenarme de alegría día tras día, por todos los consejos brindados.

No puedo dejar de agradecerte especialmente a ti amado esposo, mi compañero fiel de Universidad, de tesis y ahora de corazón y vida

A mis amigos. Con todos los que compartí dentro y fuera de las aulas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN	14
INTRODUCCIÓN	15
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	16
Creación de la empresa	16
Descripción de la empresa.....	16
<i>Importancia</i>	16
<i>Características</i>	16
<i>Actividad</i>	17
Tamaño de la empresa.....	18
Necesidades que satisfacer	18
<i>Necesidad Fisiológica</i>	18
<i>Necesidad de Seguridad</i>	19
<i>Necesidad Social – Afiliación</i>	19
<i>Necesidad de Reconocimiento</i>	20
<i>Necesidad de Autorrealización</i>	20
Localización de la empresa	20
Filosofía Empresarial	21
<i>Misión</i>	21
<i>Visión</i>	21
<i>Objetivos empresariales</i>	21
<i>Meta</i>	22
<i>Estrategias</i>	22

<i>Políticas</i>	22
<i>FODA</i>	24
Desarrollo Organizacional.....	25
<i>Tipo de Estructura</i>	25
<i>Formalización</i>	25
<i>Centralización – Descentralización</i>	26
<i>Integración</i>	26
Funciones del personal	29
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	37
Objetivo de mercadotecnia.....	37
Investigación De Mercado	37
<i>Modalidad</i>	37
Plan de Muestreo.....	38
Análisis de las encuestas	39
<i>Análisis General</i>	48
Entorno Empresarial	50
<i>Microentorno</i>	50
<i>Macroentorno</i>	53
Producto y servicio.....	56
<i>Producto Esencial</i>	56
<i>Producto real.</i>	57
MANJAR CON ALMENDRA.....	57
RON CON PASAS	57
<i>Características</i>	57
<i>Calidad</i>	58
<i>Estilo</i>	58
<i>Producto aumentado</i>	59
Plan de introducción al mercado	60
<i>Distintivos y Uniformes</i>	60
<i>Materiales de identificación.</i>	64
<i>Canal de distribución y puntos de ventas</i>	68
<i>Riesgo y oportunidades del negocio</i>	69

Fijación de precios	70
<i>Fijación de precios por receta estándar</i>	70
Implementación del negocio	74
Arriendo del local	74
Equipos industriales	74
Equipos de computación	74
Muebles y enseres	75
Servicios básicos	76
Materiales de limpieza	77
Estudio Arquitectónico	77
Estructura interna del establecimiento	78
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	79
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	81
Objetivo de área	81
Impacto Ambiental	82
Impacto Social	85
PROCESO FINANCIERO	87
Introducción	87
Activos Fijos	87
Activos Diferidos	87
Capital de trabajo	88
Sueldos	89
Depreciación activos fijos	90
Amortizaciones	91
Tabla De Amortización	91
Estructura Capital	92
Punto de equilibrio	93
Costo de ventas	94
Flujo de caja	95
Cálculo del TIR y el VAN	95
VAN (<i>Valor Actual Neto</i>)	96
TIR (<i>Tasa Interna de Retorno</i>)	96

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
Conclusiones	99
Recomendaciones.....	100
BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, Gerente.....	30
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.....	32
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero.....	34
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista.....	36
Tabla 5 Sector de residencia	39
Tabla 6 Sexo.....	40
Tabla 7 Rango de edad.....	40
Tabla 8 Consumo de helado.....	41
Tabla 9 Razón de no consumo	42
Tabla 10 Consumo por mes.....	42
Tabla 11 Preferencia	43
Tabla 12 Uso de stevia	44
Tabla 13 Sustituto de leche de vaca	45
Tabla 14 Uso de sustitutos de leche de vaca.....	45
Tabla 15 Sabores de preferencia	46
Tabla 16 Nuevos sabores	47
Tabla 17 Producto real	57
Tabla 18. Tuliopan 3 sabores., receta estándar de costos.....	71
Tabla 19. Cono 2 sabores., receta estándar de costos.	72
Tabla 20. Cono de un sabor., receta estándar de costos.....	73
Tabla 21 Arriendo del local.....	74
Tabla 22 Equipos industriales	74
Tabla 23 Equipos de computación	74
Tabla 24 Muebles y enseres	75
Tabla 25 Equipos industriales de seguridad.....	75
Tabla 26 Suministros de oficina.....	76
Tabla 27 Servicios básicos	76
Tabla 28 Materiales de limpieza	77
Tabla 29 Activos Fijos	87
Tabla 30 Activos diferidos.....	88
Tabla 31 Capital de trabajo	89
Tabla 32 Tabla de amortización.....	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pirámide de Maslow	18
Gráfico 2 Localización de la empresa.....	21
Gráfico 3 Flujo del proceso de ventas de la empresa ‘Pailyn Ice Cream.....	27
Gráfico 4 Flujo del proceso y elaboración del helado de paila	27
Gráfico 5 Organigrama empresarial Pailyn Ice Cream	28
Gráfico 6 Sector de residencia	39
Gráfico 7 Sexo.....	40
Gráfico 8 Rango de edad.....	41
Gráfico 9 Consumo de helado.....	41
Gráfico 10 Razón de no consumo	42
Gráfico 11 Consumo por mes	43
Gráfico 12 Preferencia	43
Gráfico 13 Uso de stevia	44
Gráfico 14 Sustituto de leche de vaca	45
Gráfico 15 Uso de sustitutos de leche de vaca.....	46
Gráfico 16 Sabores de preferencia	47
Gráfico 17 Nuevos sabores	48
Gráfico 18 Microentorno.....	50
Gráfico 19 Ubicación	50
Gráfico 20 Esquema macroentorno Pailyn Ice Cream.....	54
Gráfico 21 Chef administrador.....	60
Gráfico 22 Ayudante de cocina.....	61
Gráfico 23 Recepcionista	62
Gráfico 24 Mesero.....	63
Gráfico 25 Imagotipo	64
Gráfico 26 Anverso tarjeta de presentación	66
Gráfico 27 Reverso tarjeta de presentación	66
Gráfico 28 Hoja membretada.....	67
Gráfico 29 Estructura del establecimiento	78

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se lo realizó con la finalidad de presentar un modelo de negocio aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera de administración, a través del tema: “Plan de negocio para la creación de **la creación de una heladería dentro de la ciudad de Lago Agrio.**”, Los métodos utilizados en la presente investigación fueron: el método inductivo deductivo, estadístico y analítico; el tipo de investigación aplicada fue la investigación de campo puesto que se tuvo que estar en contacto directo con el mercado objetivo a través de la aplicación de encuestas a 382 mujeres del cantón Lago Agrio en una edad comprendida entre los 15 y 59 años de edad. Al realizar el plan de negocio se obtuvo como resultado que los productos de consumo que utilizamos son utilizados en un 100% de encuestadas, un 67% de la población demostró poca fidelidad con los productos existentes estableciéndose dicho porcentaje como demanda insatisfecha, es así que los productos de consumo humano resultaron ser aceptados en un 100% de dicho mercado insatisfecho por lo que la implantación de la Microempresa resulta bastante prometedora. Cabe recalcar que en el presente proyecto se han establecido los requerimientos de insumos y equipamientos, organización y normativa legal necesarios para la implantación de la Microempresa, misma que se establecería bajo la modalidad de Sociedad Anónima con un número de colaboradores conformado por dos obreros y una persona encargada de la administración y ventas, de igual forma se contaría con el asesoramiento externo de un contador. El presente proyecto resulta beneficioso para su inversión.

INTRODUCCIÓN

La realización de este proyecto tiene lugar viendo y entendiendo la necesidad de las personas de consumir y encontrar en el mercado una golosina que sea nutritiva y que salga de lo común. En el desarrollo de la investigación nos daremos cuenta de la importancia y aceptación que tiene este producto entre los consumidores de la ciudad de Lago Agrio teniendo mucha variedad de ingredientes para escoger.

Los helados desde los siglos anteriores, son una golosina muy apetecida por todos, es por eso que la presente investigación va orientada a buscar la innovación dentro de un mercado que siempre ha sido lo mismo.

Ya que con las nuevas innovaciones hemos obtenido por mejorar la calidad de los productos.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

Pailyn Ice Cream Helados artesanales elaborados con pulpa de fruta natural y endulzada con Stevia. Pailyn es una microempresa que brinda productos con altos estándares de calidad, así como una gran variedad de sabores y presentaciones.

Descripción de la empresa

Importancia

Como su nombre lo indica este postre es preparado en una paila y la historia cuenta que mucho tiempo atrás los nativos de Ibarra iban al volcán inactivo de Imbabura por hielo y nieve para preparar sus bebidas y helados. Actualmente, se prepara con hielo de fábrica, pero sus ingredientes siguen siendo tradicionalmente frutas 100% natural en una paila puesta sobre hielo y sal en grano.

Esta tradición de helados de paila tiene mucho tiempo en el país, pues empezó aproximadamente desde 1890. Los sabores más populares son mora, naranjilla, coco, frutilla, mango, tomate de árbol y maracuyá, sin embargo, se han innovado con sabores como mocaccino, oreo, menta, almendras, ron pasas, leche y chocolate.

Características

Responsabilidad social: Pailyn Ice Cream heladería entiende que debido a la situación que atraviesa el mundo y para que esto no vuelva a pasar es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan

seguras, también entiende que no es un actor pasivo dentro del centro de recreación familiar, por lo que ayuda al mantenimiento y mejoras del lugar para que sea un lugar adecuado para los visitantes.

Investigación e innovación: Pailyn Ice Cream trabaja en una constante investigación acerca de los sabores más solicitados por todas las edades, investiga la cultura y orígenes de estos helados a y con estas bases poder realizar innovaciones dentro de la cultura gastronómica de este tipo de postres.

Responsabilidad ambiental: Pailyn Ice Cream es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso que cuenta con basureros de reciclaje en zonas estratégicas dentro del local, así como basureros industriales fuera del mismo, cuenta también con envases biodegradables y realiza campañas en contra de la contaminación y a favor del reciclaje.

Profesionales apasionados con su trabajo: Sabiendo que la cocina no es solo un acto de elaborar diferentes tipos de helados sino de poner pasión y un toque extra, Pailyn Ice Cream ofrece un servicio de calidad con un personal que hace que los clientes se sientan como en casa, brindando una atención de primera.

Actividad

Pailyn Ice Cream es un establecimiento de servicio, específicamente una heladería que ofrece Helados para servirse y para llevar, así como fuentes de sodas y agua natural.

Tamaño de la empresa

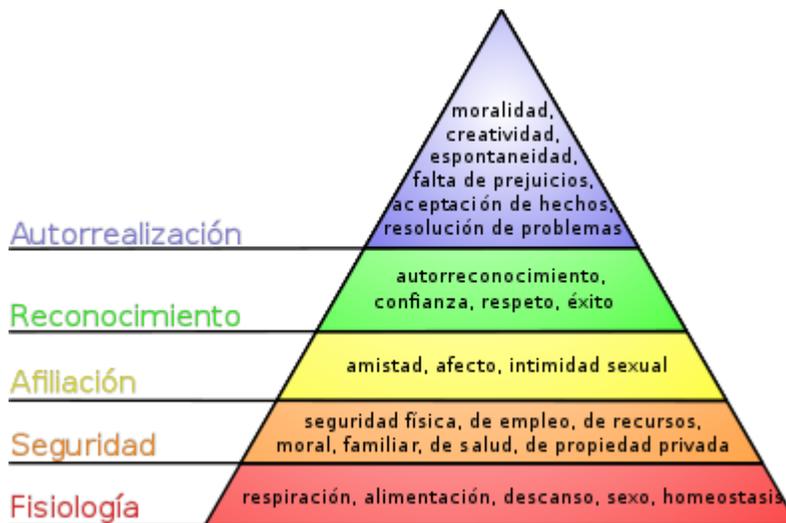
Pailyn es una microempresa que contará con área de servicio básico.

La empresa contará con:

- Gerencia.
- Personal de Cocina.
- Recepcionista / cajero/a.
- Mesero/a.

Necesidades que satisfacer

Gráfico 1 Pirámide de Maslow



(García, 2020). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de->

Necesidad Fisiológica

Al ser una empresa de alimentos, la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa.

Necesidad de Seguridad

Primero está la seguridad alimentaria, que abarca todo respecto a buenas prácticas de manufactura. Los helados ofrecidos en la heladería estarán sometidos a diferentes protocolos de seguridad alimentaria para que el producto final llegue apto para el consumo, para ello habrá un estricto control en la cadena de producción haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del postre al cliente.

Luego está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además de contar con servicio de guardianía para los vehículos y cámaras de seguridad.

Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente.

Necesidad Social – Afiliación

La primera necesidad social es interna y trata sobre propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento,

además de esto, es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa y se trata de la relación empresa-clientes. Pailyn busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad en los helados, además de una capacitación semestral a nuestro personal, y así poder brindar un servicio de calidad.

Necesidad de Reconocimiento

A través de la investigación de la cocina en cuanto al postre tradicional, la temática de la heladería y la entrega de productos finales de primera calidad a precios accesibles para el target al que va dirigido el restaurante, buscaremos tener éxito y con esto poder satisfacer esta necesidad.

Necesidad de Autorrealización

Pailyn Ice Cream llegará a ser una empresa reconocida no solo por su gastronomía e innovación de sus postres, sino por su aporte nutricional para el público.

Localización de la empresa

Helados de paila Pailyn Ice Cream estará ubicado en la ciudad de Lago Agrio, provincia de SUCUMBÍOS, Ecuador, en el norte de la ciudad, calles La Pinta y San Cristóbal, Barrio Gustavo Andrade.

- Generar sucursales para lograr más ingresos
- Capacitar semestralmente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.
- Brindar al comensal una variedad de platos gastronómicos de alta calidad a precios accesibles.

Meta

Tener una heladería y cafetería, que satisfaga las necesidades de las familias que nos visita cada semana, que tenga una liquidez en el plazo de un año y medio a partir de la apertura, y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones de los empleados.

Estrategias

- Estudiar las distintas preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del sector.
- Crear un menú atractivo con los sabores más solicitados en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.
- Proporcionar promociones para clientes fijos y para clientes nuevos.

Políticas

Los trabajadores

- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por la heladería
- Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.

- Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- No libar en vías públicas utilizando el uniforme de trabajo.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas a cada uno de los trabajadores.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa, toda relación de índole amorosa está prohibida dentro de las instalaciones.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresa

- Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación y la implementación de procesos y sistemas de producción y control de calidad en todas las áreas de la empresa.

FODA

Fortalezas

- Productos innovadores y con altos estándares de calidad.
- Temática llamativa del restaurante.
- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.
- Instrumentos y maquinaria de alta calidad que facilita el trabajo del personal.

Oportunidades

- Poca competencia en cuanto a locales de helados, cafetería y heladerías.
- La gran cantidad de personas que llegan cada fin de semana al centro de recreación donde estará ubicado la heladería.
- La gran cantidad de colegios aledaños a la heladería.
- Proveedores fieles, de confianza, responsables y con materia prima de alta calidad.

Debilidades

- El espacio físico limitado del restaurante.
- Limitado capital al iniciar el negocio.
- No establecer un orden claro en los procesos de producción y servicio.
- Espacio disminuido del área de trabajo y poca ventilación.

Amenazas

- Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.
- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Alza de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.
- La creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.

Desarrollo Organizacional

Tipo de Estructura

Diferenciación

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

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

- Nivel Gerencial.
- Nivel Operativo.

Nivel Gerencial

- Gerente propietario.

Nivel Operativo

- Personal de Cocina.
- Recepcionista / cajero/a.
- Mesero/a.

Formalización

La empresa se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos,

cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

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

Centralización – Descentralización

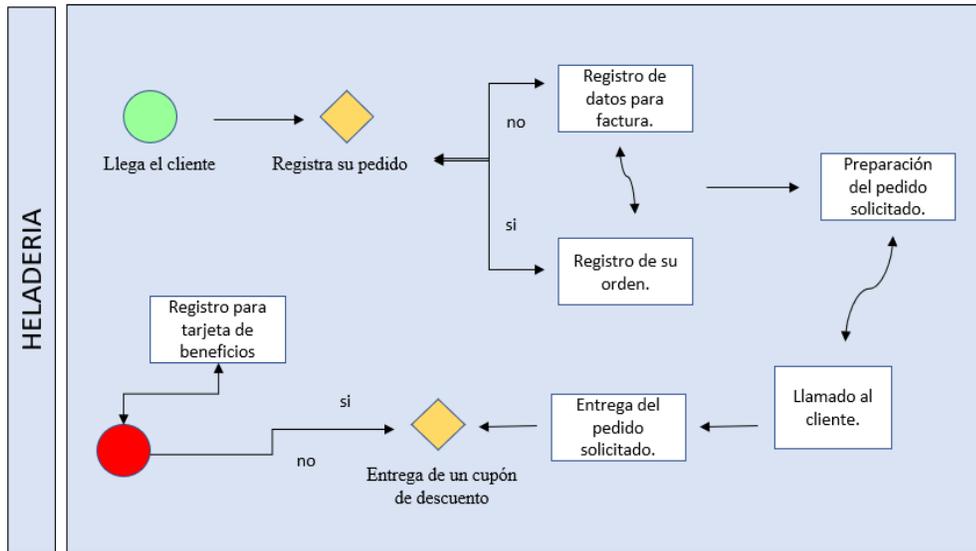
Pailyn Ice Cream centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y recreación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

Integración

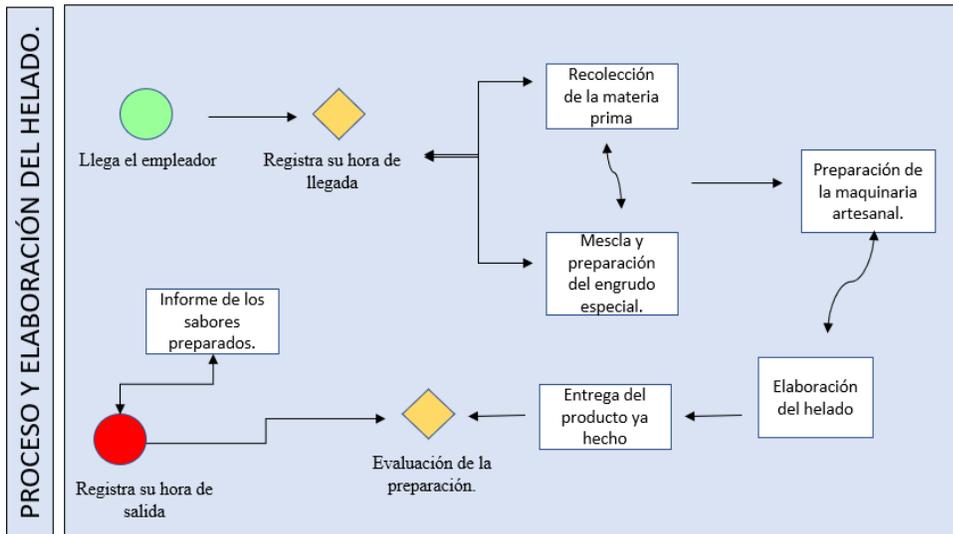
La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas con los Kardex correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

Gráfico 3 Flujo del proceso de ventas de la empresa ‘Pailyn Ice Cream



Fuente: Investigación directa

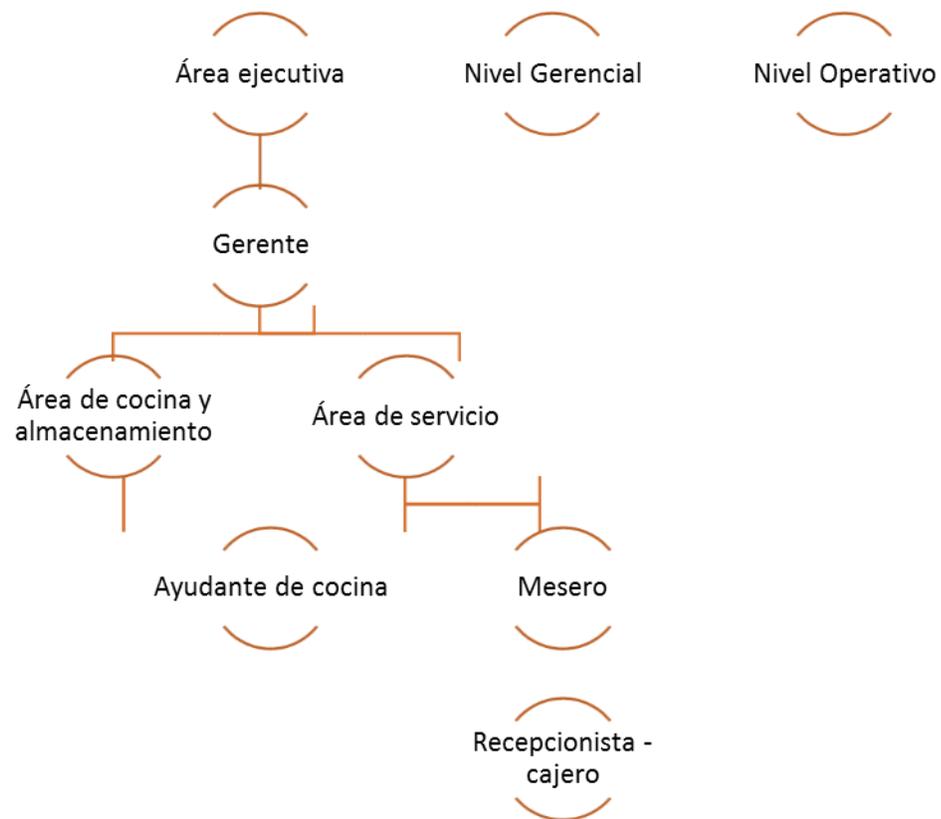
Gráfico 4 Flujo del proceso y elaboración del helado de paila



Fuente: Investigación directa

Organigrama empresarial

Gráfico 5 Organigrama empresarial Pailyn Ice Cream



Fuente: Investigación directa

Funciones del personal

PUESTO DE GERENTE

Detalles generales del puesto de Gerente.

Empresa	Pailyn Ice Cream
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir la cocina y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia, preparación de alimentos y presentación del producto final antes de llegar al comensal.
Denominación del puesto	Gerente.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución de los postres
Remuneración	\$ 800

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, Gerente

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo en Gastronomía superior. Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia Inglés.</p>	<p>Mínima 1 1/2 año en el cargo de Gerente.</p>	<p>Técnicas de vanguardia e innovación. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Conocimiento y dominio de cocina en cuanto a Heladería Dominio de procesos contables, manejo de Kardex.</p>	<p>Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Desarrollo de subordinados. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Meticulosidad. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.</p>

Elaborado por: Ailin Martínez

Fuente: Investigación directa

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA**Detalles generales del puesto ayudante de cocina**

Empresa	Pailyn Ice Cream.
Unidad administrativa	Área de producción y almacenamiento
Misión del puesto	Limpiar y ordenar los elementos de la Cocina. Realizar mise en place. Ayudar en lo que sea necesario.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina.
Rol del puesto	Ayudar en los procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza del área de cocina.
Remuneración	\$ 500

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	Mínima 9 meses en el cargo de ayudante de cocina.	Pre-elaboración y conservación culinaria. Manejo de los productos de alta calidad en este caso a las frutas. Conocimiento en cocina en cuanto a elaboración de los helados artesanales.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Comunicación. Compromiso. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Investigación directa

PUESTO DE MESERO**Detalles generales del puesto de mesero**

Empresa	Pailyn Ice Cream
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, tomando órdenes o sirviendo platos, y recomendarlos si fuese necesario.
Denominación del puesto	Mesero.
Rol del puesto	Comunicación eficaz con el área de producción. Atención al cliente, toma de pedidos, servicio a la mesa y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante.
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	Al menos 6 meses de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de comandas. Elaboración y preparación de los postres solicitados por el cliente.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Automotivación. Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Decisión. Capacidad de escucha. Solidaridad. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Elaborado por: Ailin Martínez

Fuente: Investigación directa

PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA**Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.**

Empresa	Pailyn Ice Cream
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Estará encargado de la cobranza en la caja, Y toma de pedidos solicitados por el cliente.
Denominación del puesto	Cajero – recepcionista.
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, realización de reservas, asignación de mesas.
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos a considerar

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

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller o tecnología.	Al menos 1 año de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Respeto Comunicación. Puntualidad Compromiso. Decisión. Tolerancia al estrés. Capacidad de escucha. Integridad. Solidaridad. Planificación y organización. Sociabilidad. Honestidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Investigación directa

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca Pailyn Ice Cream en la mente del consumidor, través de la difusión de la imagen, productos y servicios de la heladería mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

Investigación De Mercado

Pailyn Ice Cream consideró la investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio en la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el estudio de la materia prima 100% natural y orgánica dentro de centros de recreación y como ésta es importante en la satisfacción de los clientes. Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre materia prima de buena calidad y equipo de trabajo orgánicos y relación con los centros de recreación.

Modalidad

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma presencial, en donde se encuestó a 100 personas de forma aleatoria que constó de 12 preguntas cerradas.

Plan de Muestreo

En este trabajo existe un universo definido, ya que se realizó antes y durante de la emergencia sanitaria por el (COVID 19), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades.

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$n = 100$

Análisis de las encuestas

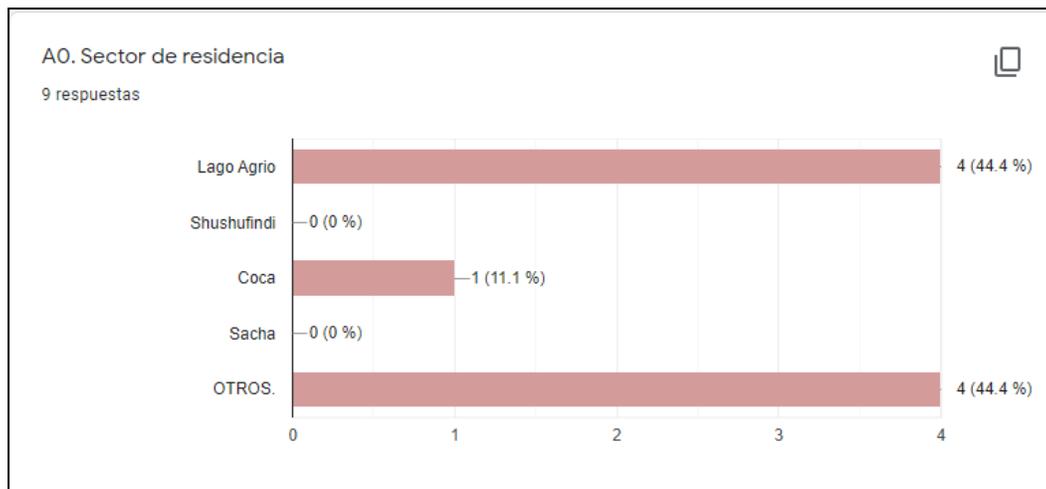
Pregunta 1.

Tabla 5 Sector de residencia

A0. Sector de residencia		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Lago Agrio	40	44, %
Shushufindi	0	0%
Coca	10	12%
Sacha	0	0%
Otros	40	44%
TOTAL	80	

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 6 Sector de residencia



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría que son jóvenes de la ciudad de lago agrio y de otras ciudades, esto ayuda a determinar el rango de que ciudades forman parte de nuestro target dirigido, es de conocimiento general que las personas si consumen helado, y este resultado ayuda y favorece a Pailyn Ice Cream.

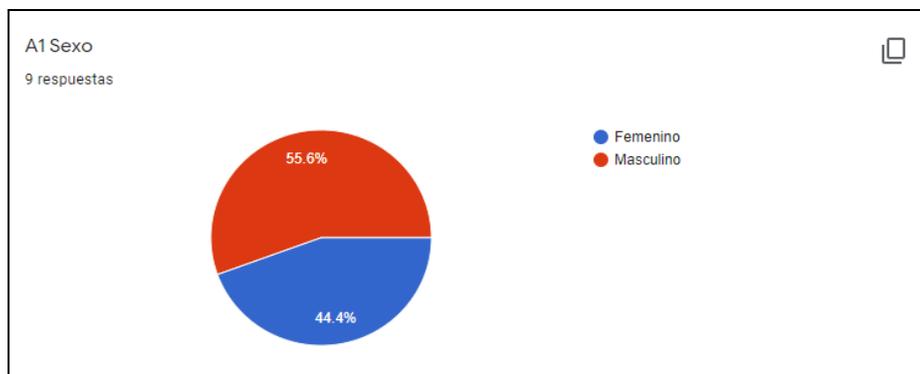
Pregunta 2

Tabla 6 Sexo

¿A1 Sexo?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Masculino	55.6	55.6
Femenino	44.4	44.4
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 7 Sexo



Elaborado por: Ailin Martinez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: La mitad de los encuestados manifestaron que son mujeres y hombres de diferentes edades que, si consumen helado, esto es de gran aporte para la empresa, ya que siendo una heladería quiere decir que en su mayoría consumirían nuestros productos.

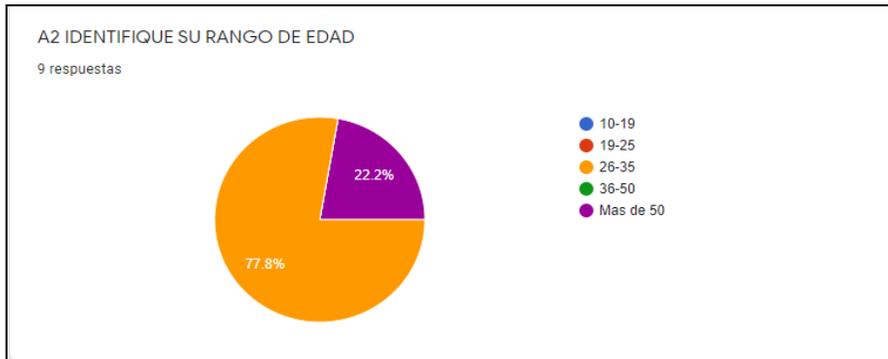
Pregunta 3

Tabla 7 Rango de edad

¿Identifique su rango de edad?	
EDAD	CANTIDAD
26 - 35	77.8%
Más de 50	22.2%
TOTAL	100

Elaborado por: Ailin Martinez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 8 Rango de edad



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De los 100 encuestados en su gran mayoría respondió que son de la edad entre 26 y 35 años y una cuarta parte son mayores de 50 años.

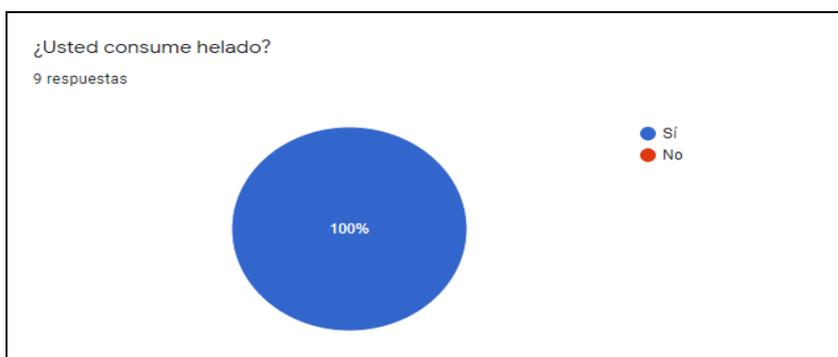
Pregunta 4

Tabla 8 Consumo de helado

¿Usted consume helado?	
CANTIDAD	%
Si	100%
No	0%
TOTAL	100

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 9 Consumo de helado



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De los 100 encuestados el 100% respondió que, si son de las personas que consumen helado, con el cual nos satisface mucho para el emprendimiento de los helados de paila.

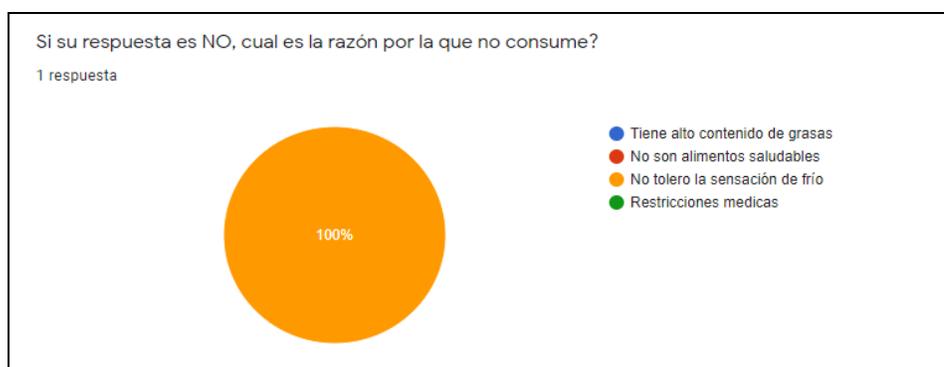
Pregunta 5

Tabla 9 Razón de no consumo

¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?			
RESPUESTA	CANTIDAD	%	
No tolero del frío	100	100%	
TOTAL	100	100%	

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 10 Razón de no consumo



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De los 100 encuestados en su gran mayoría son personas que no toleran el frío en sus bocas.

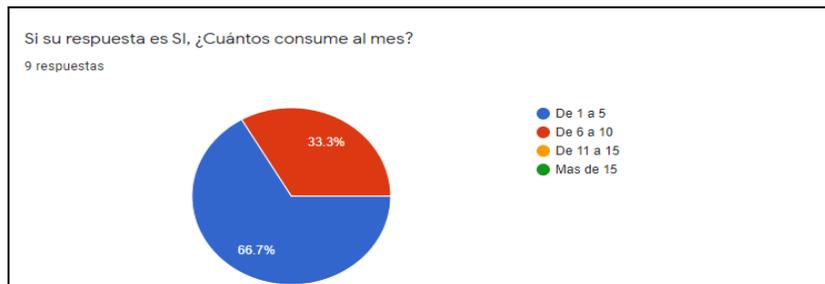
Pregunta 6

Tabla 10 Consumo por mes

Si su respuesta es Sí, ¿Cuántos consume al mes?	
Cantidad	%
De 1 a 5	66,7%
De 6 a 10	33,3%
TOTAL	100%

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 11 Consumo por mes



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De los 100 encuestados el 66.7% respondió que consume de 1 a 5 veces al mes helado positivamente hacia una influencia de las redes sociales esto ayuda a concluir que es de suma importancia la publicidad digital para atraer clientes potenciales.

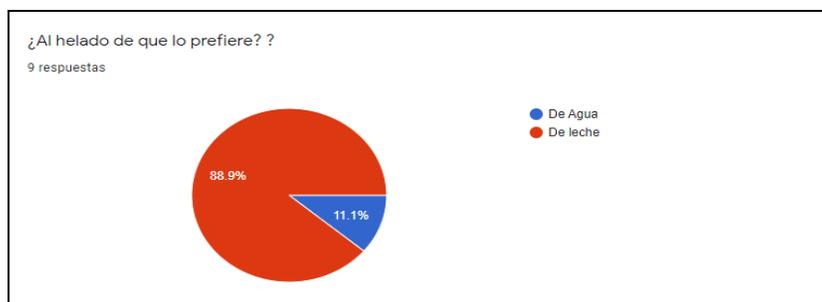
Pregunta 7

Tabla 11 Preferencia

¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?			
RESPUESTA	CANTIDAD	%	
De leche	89	89.9%	
De agua	11	11.1%	
TOTAL	100	100%	

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 12 Preferencia



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De los 100 encuestados un 89.9% solo consume y es de su agrado del helado de leche, ya que gracias a ese ingrediente se lo puede disfrutar al helado suave y cremoso.

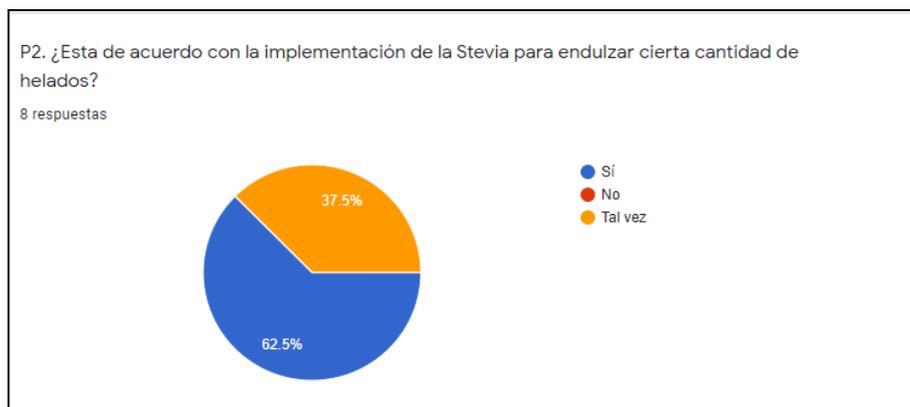
Pregunta 8

Tabla 12 Uso de stevia

¿Está usted de acuerdo que se implemente sustitutos de leche de vaca?			
RESPUESTA	CANTIDAD	%	
Si	66,7	66,7%	
No	33,3	33,3%	
TOTAL	100	100%	

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 13 Uso de stevia



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De todos los encuestados en su gran mayoría prefieren un sustituto a la leche entera de vaca, ya que muchos de nuestros clientes son intolerantes a la lactosa o son alérgicos etc.

Pregunta 9

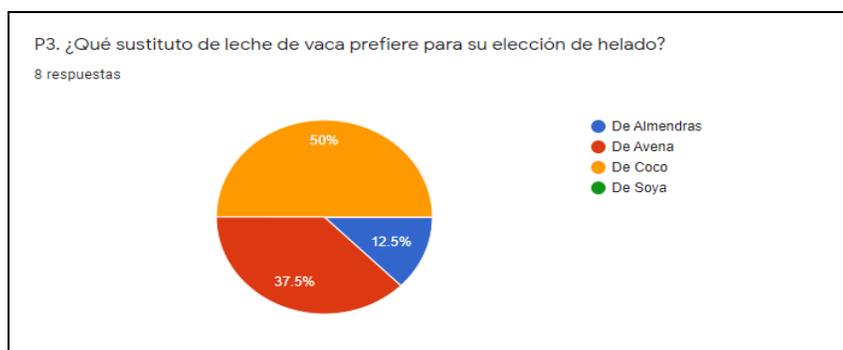
Tabla 13 Sustituto de leche de vaca

¿Qué sustituto de leche de vaca prefiere para su elección de helado?			
RESPUESTA	CANTIDAD	%	
COCO	50	50%	
ALMENDRAS	12.5	12.5%	
AVENA	37.5	36.5%	
TOTAL	100	100%	

Elaborado por: Ailin Martínez

Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 14 Sustituto de leche de vaca



Elaborado por: Ailin Martínez

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: Sumando los 3 porcentos de las respuestas nos dan un resultado positivo con el sustituto de la leche.

El 50% de los encuestados en su mayoría han preferido la leche de coco para la preparación de sus helados. El 37.5% ha escogido la leche de avena y el 12.5% la leche de almendras.

Pregunta 10

Tabla 14 Uso de sustitutos de leche de vaca

¿Está de acuerdo con la implementación de la Stevia para endulzar cierta cantidad de helados?			
RESPUESTA	CANTIDAD	%	
Si	62.5	62.5%	
Tal vez	37.5	37.5%	
TOTAL	100	100%	

Elaborado por: Ailin Martínez

Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 15 Uso de sustitutos de leche de vaca



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: Tal como la pregunta anterior con un 62.5% dio de resultado de un sí y un 37.5% dio un no para la implementación de la Stevia.

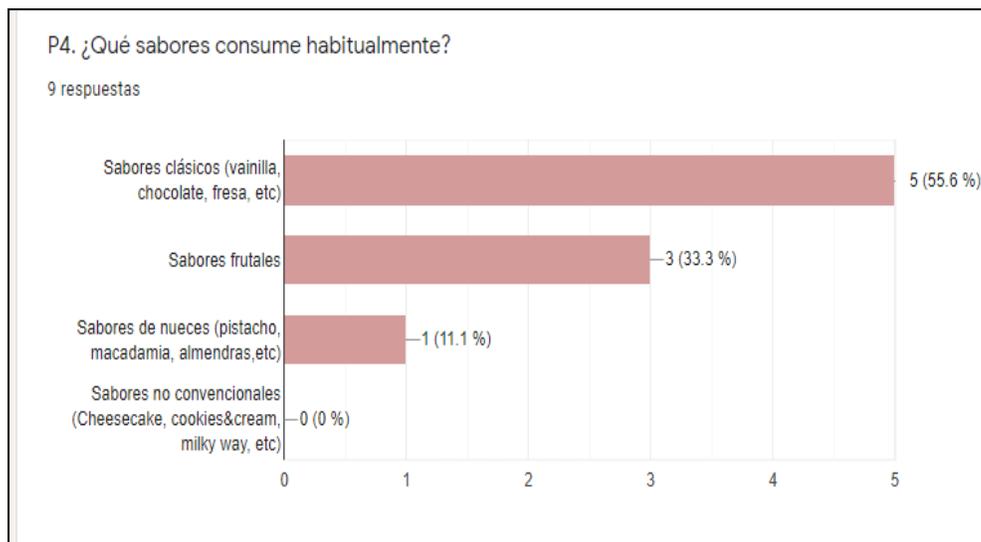
Pregunta 11

Tabla 15 Sabores de preferencia

¿Qué sabores consume habitualmente?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sabores clásicos (vainilla, chocolate, fresa, etc)	5	55.6%
Sabores frutales	3	33.3%
Sabores de nueces (pistacho, macadamia, almendras, etc)	1	11.1%
Sabores no convencionales (Cheesecake, cookies&cream, Milk, etc)	0	0%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 16 Sabores de preferencia



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

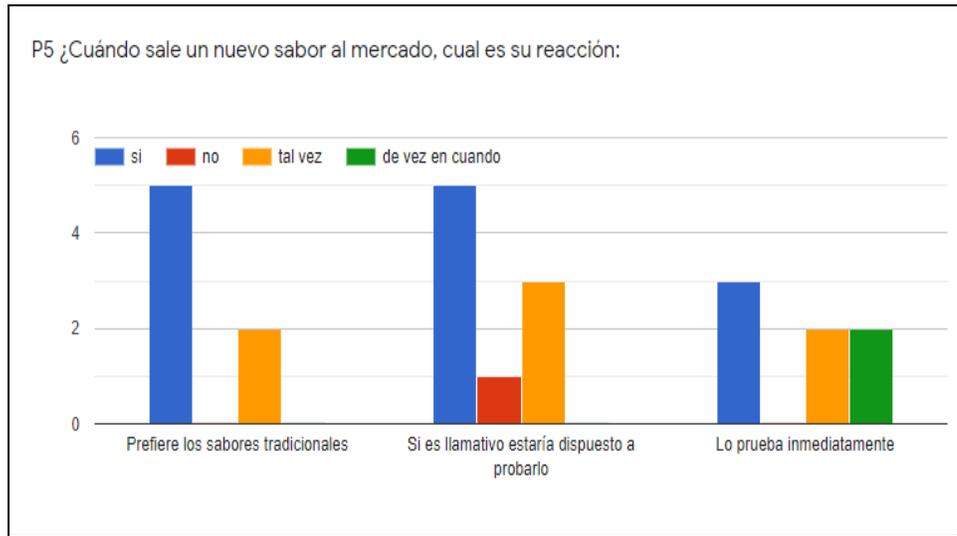
Análisis: De los 100 encuestados un 55.6 % prefieren los sabores con mayor comercialización y se llevan por lo conocido en este caso los más clásicos y el 33.3% prefiere de frutas naturales.

Pregunta 12

Tabla 16 Nuevos sabores

¿Cuándo sale un nuevo sabor al mercado, cuál es su reacción:			
RESPUESTA	CANTIDAD	%	
Si	50	50%	
No	10	10%	
Tal vez	30	30%	
De vez en cuando.	10	10%	
Total	100	100%	

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Gráfico 17 Nuevos sabores

Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis: De los 100 encuestados un 50% prefiero los sabores llamativos y tradicionales, el 30% por ciento de los encuestados estarías dispuestos a probar nuevos sabores y decoraciones llamativas y el 10% duda en probar nuevos sabores.

Análisis General

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la empresa son personas de entre 20 - 30 - 50 años de edad los cuales consumen y helado , este target en su gran mayoría son personas amantes del dulce regularmente, para ser exactos la mayoría de los encuestados consumen hasta más de 4 veces por semana este producto llamado helado, es importante porque si llegamos a cumplir las necesidades de nuestros clientes directos, estos atraerán también a clientes indirectos, como son las familias de cada uno de nuestros clientes.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para Pailyn Ice Cream manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de Helados.

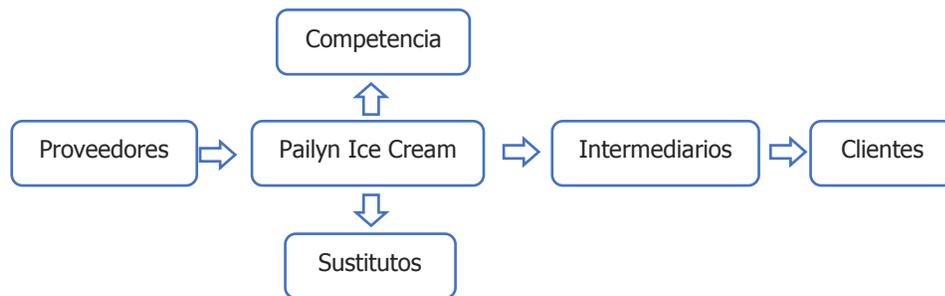
Se puede observar que las personas encuestadas gastan un valor considerable de dinero en el consumo de este tipo de productos, así como también recalcan la importancia de las promociones que ofrezcan estos establecimientos que ayuden al ahorro y beneficio del cliente. Pero el precio accesible y las promociones no son todo lo que busca el cliente, un excelente servicio, rapidez en el mismo, calidad de los productos, así como la porción determinada de cada pedido estos son puntos fundamentales para que el cliente se sienta satisfecho con la empresa y se vuelva fiel a la misma.

En conclusión, tras analizar los datos se determina que Pailyn Ice Cream es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

Entorno Empresarial

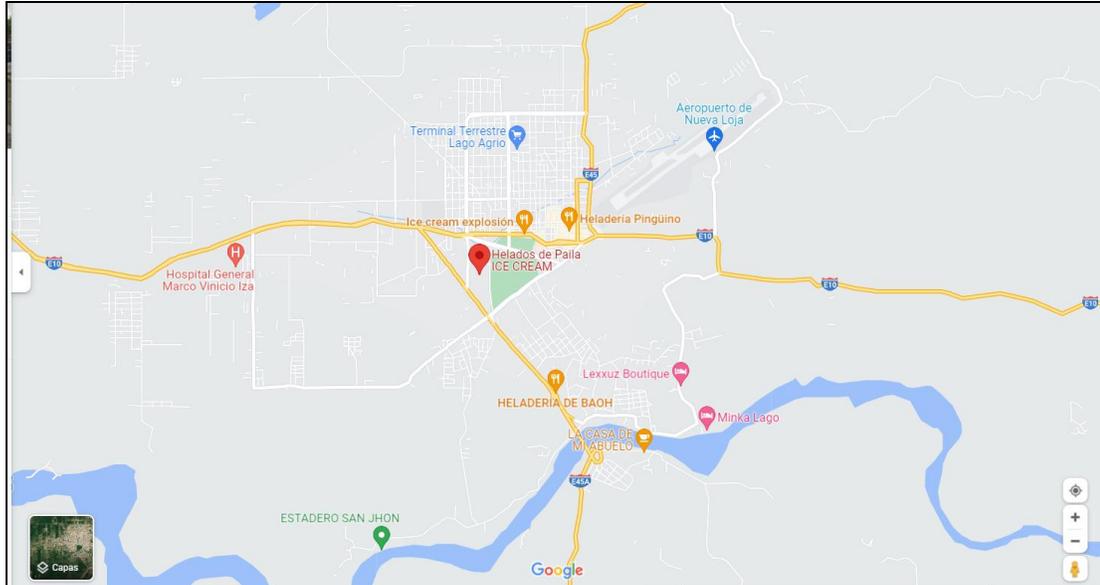
Microentorno

Gráfico 18 Microentorno



Elaborado por: Ailin Martínez

Gráfico 19 Ubicación



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Google maps.

Competencia directa

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse Pailyn Ice Cream, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

Competencia indirecta.

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar Paylin Ice Cream.

En la avenidaquito de la ciudad de Lago Agrio se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

?

Green Frost en donde venden solamente lo que es helado natural de yogurt con toppings al gusto.

En la Avenida del Mestro se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

?

El Local de helados de Salcedo es un lugar donde solo venden helados de salcedos ya de fabrica.

?

Heladeria Pingüino local donde venden helados y tortas de fabrica marca Pingüino.

Sustitutos

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto que es la heladería de nombre al natural en la vía Quito y Venezuela de la ciudad de Lago Agrio. Este local llega a sustituir n nuestro local en caso de haber cerrado por la venta de helados de paila de igual manera, pero la diferencia es que no son endulzados con Stevia.

Proveedores

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabajamos en la heladería Pailyn Ice Cream con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 17. *Proveedores.*

Tabla de proveedores			
Materia prima			
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto	
Ice Fresh	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Facilidades de pago (crédito) Entrega al establecimiento.	Hielo, Agua (en funda, garrafón)	
Supermercado Don Galindo.	Variedad de productos. Productos de calidad. Establecimientos extensos.	Aderezos, mermelada, etc.) Endulzante Stevia, Grajeas, chispas de chocolate de un solo color y multicolor. Leches de todo tipo Crema, (chocolate, leche condensada,	
El mundo del dulce.	Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria Entrega al establecimiento.	Esencias para los sabores artificiales de los helados, acompañamientos	
Frutería el económico.	Calidad de productos.	Variedad de frutas 100% orgánicas y naturales.	

Entrega al establecimiento.

Facilidad de pago.

Responsables.

Mercado de la Ofelia	Productos locales	Vegetales, papas.
	Precios bajos	

Elaborado por: Ailin Martínez

Intermediarios

Pailyn Ice Cream comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

Clientes

Pailyn Ice Cream es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que visitan el sector cada fin de semana, con el fin de deleitarse con una variedad de sabores de helados a su gusto y a un costo al alcance de todos.

Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Pailyn Ice Cream no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Gráfico 20 Esquema macroentorno Pailyn Ice Cream



Elaborado por: Ailin Martínez
Fuente: Google maps.

Factor Político

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de helados como el de las comidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de establecimientos para la venta de productos orgánicos como los helados de paila que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. Por otro lado, también están sujetos al control del Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria.

Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos turísticos están bajo una estricta vigilancia sanitaria, han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. Pailyn Ice Cream realizará sus actividades dentro de los

límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar y cambiar en los próximos meses, ya que el Ecuador está cerca de las elecciones para su nuevo gobierno.

Factor Económico

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la reciente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tuvo al país en cuarentena por aproximadamente 3 meses, en los cuales el sector turístico fue el más afectado, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas de tuvieron que cerrar definitivamente, esto causo el despido masivo de un centenar de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

Es por eso que Pailyn Ice Cream está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

Factor Sociocultural

En cuanto a este factor Pailyn Ice Cream ofrece Helados de diferentes sabores colores y precios accesibles con materia prima propia del Ecuador e ingredientes autóctonos, también da un toque tradicional en la presentación de los helados servidos en la heladería.

Factor Tecnológico

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que este aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, hablando del área de heladerías, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de ciertas heladerías. Pailyn Ice Cream trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes, cabe mencionar que también trabajará con maquinaria tecnológica avanzada y orgánica para agilizar la producción de los productos.

Producto y servicio

Pailyn Ice Cream es una heladería dedicada a la elaboración de helados de paila 100% naturales, se enfoca básicamente en la producción de un alimento presentado en forma de un helado con muchas formas llamativas para la venta, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de presentación, servicio, seguridad alimentaria y bioseguridad. Pailyn Ice Cream también ofrece servicio de delivery (entrega a domicilio)

Producto Esencial

Hoy en día los clientes de no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse

relajados y disfrutando de algo gustoso, buscan un ambiente divertido con una temática llamativa. En Pailyn Ice Cream el producto esencial que se vende es la experiencia de poder degustar un helado muy innovador preparado con profesionalismo y un buen manejo de atención al cliente, en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo en donde pueden no solo degustarlo sino también disfrutar de un momento de recreación entre familia y amigos.

Producto real.

Pailyn Ice Cream maneja una gran variedad de sabores de helados como los tradicionales e innovadora entre los que se pueden escoger:

Tabla 17 Producto real

SABORES		
MORA	FRUTILLA.	VAINILLA
CAFÉ .	CHOCOLATE BLANCO	DULCE DE LECHE
CHOCOLATE CON ALMENDRAS	CHOCOLATE	BANANA SPLIT
MARMOLEADO DE MORA	CREMA OREO	MANJAR CON ALMENDRA
CEREZA	RON CON PASAS	CHICLE
MENTA.	CHOCOLATE AMARGO	MARMOLADO DE VAINILLA
PISTACHE	MARACUYA	UVA

Elaborado por: Ailin Martínez

Características

Para la elaboración de cada uno de los helados de Pailyn Ice Cream hay una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados de

la heladería En el cuarto frío, la materia prima son preparados bajo específicas recetas, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los empleados están siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento.

Calidad

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- ☒ Cadena de frío de la materia prima.
- ☒ Temperaturas adecuadas para mayor manejo del producto.
- ☒ Sistema de almacenamiento.
- ☒ Tiempos de congelacion para producto.
- ☒ Aseo personal de los empleados.
- ☒ Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- ☒ Limpieza y desinfección de utensillos y máquinas dentro del cuarto frío.
- ☒ Análisis de puntos críticos de control.
- ☒ Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
Tipos y medios de contaminación de alimentos.

Estilo

Pailyn Ice Cream maneja un estilo llamativo, tratando de llamar mucho la atención para los clientes ya sea en los nombres de los helados como en los sabores implementados como en la presentación del mismo.

Marca

Pailyn Ice Cream es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Pailyn viene a hacer un abreviado de a Pablo y Ailyn.

Pailyn Ice Cream es una empresa que busca dar un ambiente diferente, un ambiente de frescura y diversión, Pailyn Ice Cream hace énfasis en la relación de los helados en momentos de familia. Con este nombre Pailyn Ice Cream da la bienvenida a todas esas personas amantes del dulce estén dispuestos a experimentar una nueva y novedosa aventura al probar los productos elaborados en el establecimiento.

Producto aumentado

Lo que diferencia Pailyn Ice Cream de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan deleitarse de un dulce es que no se van a preocupar por las calorías ya que a su vez que están elaborados con sustitutos de leche están endulzados con STEVIA.

Pailyn Ice Cream también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y Uniformes

Área de Cocina

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

Chef administrador

Gráfico 21 Chef administrador



- ☒ Fuente: Google maps.
- ☒ Faldón negro con rayas blanco
- ☒ Chaqueta negra de mangas largas
- ☒ Pantalón negro cocina.
- ☒ Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- Toca de chef con boina

Ayudante de cocina

Gráfico 22 Ayudante de cocina



Fuente: Google maps.

?

Chaqueta blanca de mangas cortas con detalles en rojo y los sellos distintivos de la

?

empresa bordados.

?

Faldón negro llano.

?

Pantalón negro de cocina.

?

Zapatos negros de cocina (antideslizantes).

?

Gorro de cocina.

Camisa del color de la empresa.

Mesero o Mesera

Gráfico 24 Mesero



Fuente: Google maps.

- ☐
- ☐ Camisa de color de la empresa (beige)
- ☐ Delantal de servicio color café.
- ☐ Vestido de color de la empresa (beige)
- ☐ Zapatos negros limpios.
- ☐ Medias nailon.
- ☐ Medias negras largas.

Gorro y telon para el cabello.

Materiales de identificación.

Imagotipo

Gráfico 25 Imagotipo



Fuente: Google maps.

ELEMENTOS A DESTACAR:

?

- ?
 - ?
 - ?
 - ?
- El slogan del restaurante “Puro sabor natural”

Los colores usados:

?

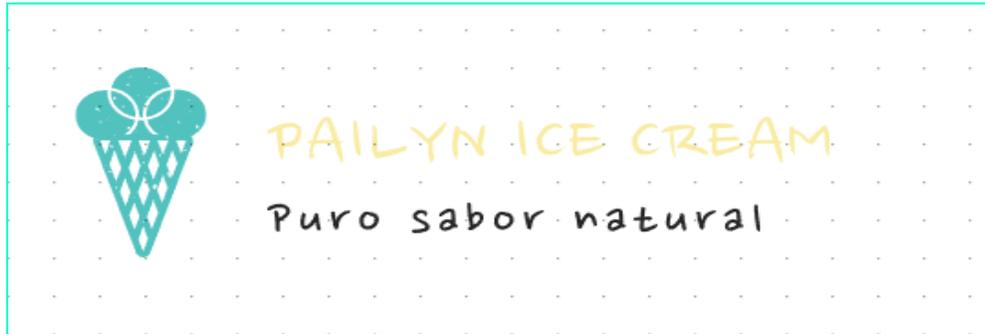
- ?
 - ?
 - ?
 - ?
- Blanco para resaltar las letras.

El Isotipo es claro en resaltar el deseo y el llamado a comer un helado.

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Gráfico 26 Anverso tarjeta de presentación



Fuente: Google maps.

En el reverso hay datos de contacto, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento.

Hoja membretada

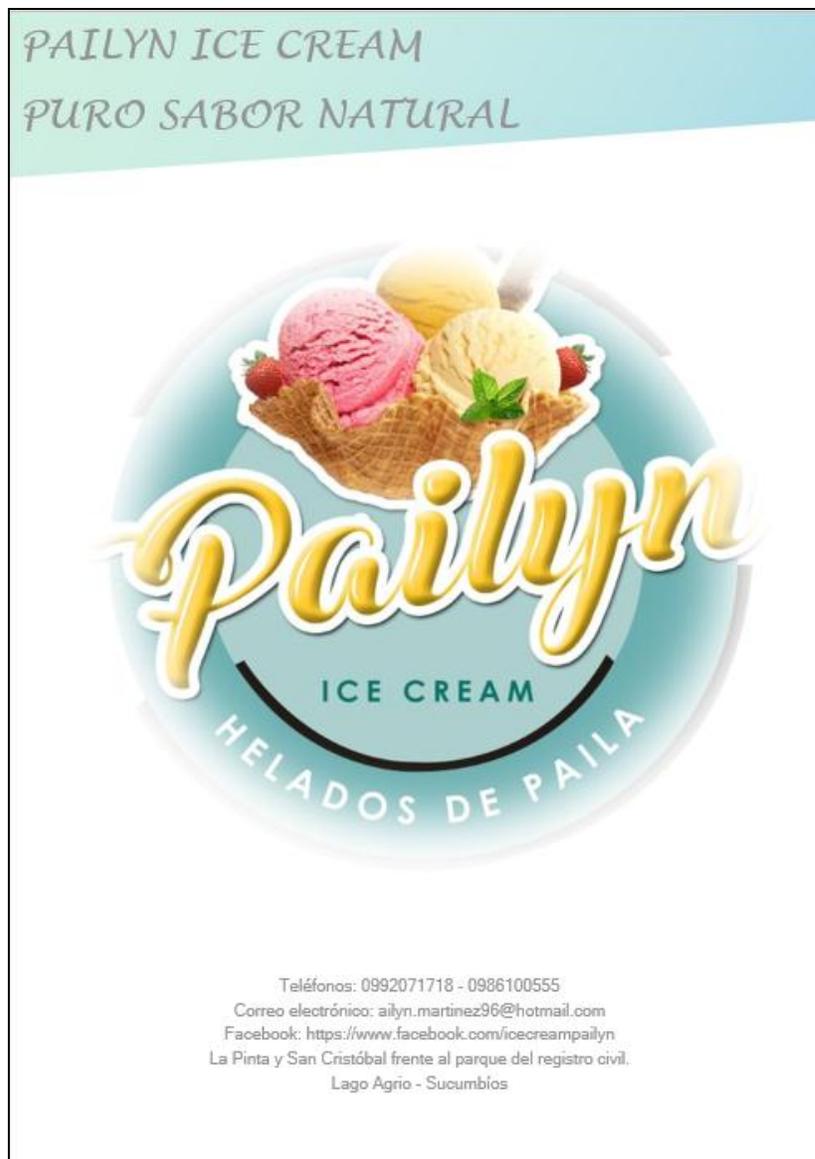
Gráfico 27 Reverso tarjeta de presentación



Fuente: Google maps.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Gráfico 28 Hoja membretada



Fuente: Google maps.

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Pailyn Ice Cream es su establecimiento ubicado en la ciudad de Lago Agrio en la calle La Pinta y San Cristóbal.

Promoción

El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp.

Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.

Contacto

Tarjetas de presentación.

E-mail.

WhatsApp.

Facebook.

Instagram

Correspondencia

A través de mail corporativo.

Negociación

Reservaciones para eventos.

A través de mensajes de texto o correos electrónicos.

Vía telefónica.

Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Pailyn Ice Cream, sino también todo establecimiento turístico es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del producto final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

La oportunidad más grande que tiene Pailyn Ice Cream es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: tomar ordenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades

que tiene Pailyn Ice Cream es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

Fijación de precios

Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados por tipo de helado. Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el helado, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

Costos fijos:

- ☐ Pago de servicios.
- ☐ Mano de obra
- ☐ Gastos administrativos
- ☐ Utilidad
- ☐ IVA
- ☐ Arrendamiento.
- ☐ Salario de empleados contratados.
- ☐ Impuestos.

Costos variables

- ☐ Gastos de materia prima.
- ☐ Compra de otros elementos relacionados: servilletas, envoltorios, etc.
- ☐ Pago a empleados por horas.

Marketing y publicidad.

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

Tulipán 3 sabores.

Tabla 18. Tulipán 3 sabores., receta estándar de costos.

INGREDIENTE		MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	
Una bola de sabor chocolate		lt	\$3,00	0,17	\$1,02	
Una bola de sabor vainilla		lt	\$6,00	0,17	\$ 1,02	
Una bola de sabor fresa		lt	\$6,00	0,17	\$ 1,02	
Tulipán		U	\$23,50 (caja x 360 u)	1	\$0.06	
Grajeas		kg	\$1.25	0.02	\$0.02	
Leche condensada		lt	\$4.50	0.02	\$0.09	
Servilletas		u	\$0,75 (paquete x 100 u)	1	\$0.007	
Barquillos		u	\$6.00 (caja x 24 u)	1	\$0.25	
Fresas		k	\$6.00	0.03	\$0.18	
FOTOGRAFÍA					Total, bruto	3.667
					10% imprevistos	\$0.3667
					Total, neto	\$4.0337
					Gasto de Fab. 15%	\$0.61
					Factor costo 33,33%	\$1.22
					M.O. 45%	\$1.65
					G. Admin 12%	\$0.44
					45% utilidad	\$1.65
					Subtotal	\$9.6037
					12% IVA	\$1.15
					10% servicio	\$0.9604
Total	\$11.71					

Elaborado por: Ailin Martínez

Cono de 2 sabores

Tabla 19. Cono 2 sabores., receta estándar de costos.

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Cono doble	Código: 002		
FECHA	DE 30/01/2022	Chef: Ailin Martínez		
ACTUALIZACIÓN:				
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Una bola de sabor fresa	lt	\$6,00	0,17	\$ 1.00
Una bola de sabor vainilla	lt	\$6,00	0,17	\$ 1.00
Cono	U	\$23,50 (caja x 360 u)	1	\$0.06
Grajeas	kg	\$1.25	0.02	\$0.02
Leche condensada	lt	\$4.50	0.02	\$0.09
Servilletas	u	\$0,75 (paquete x 100 u)	1	\$0.007
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$2.177
			10% imprevistos	\$0.2177
			Total, neto	\$2.3947
			Gasto de Fab. 15%	\$0.3266
			Factor costo 33,33%	\$0.7256
			M.O. 45%	\$0.9797
			G. Admin 12%	\$0.2612
			45% utilidad	\$0.9797
			Subtotal	5.6675
			12% IVA	\$0.6801
			10% servicio	\$0.56675
Total	\$6.9144			

Elaborado por: Ailin Martínez

Cono 1 sabor

Tabla 20. Cono de un sabor., receta estándar de costos.

INGREDIENTE		MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Una bola de sabor chocolate		lt	\$6,00	0,17	\$ 1.00
Cono		U	\$23,50 (caja x 360 u)	1	\$0.06
Grajeas		kg	\$1.25	0.02	\$0.02
Leche condensada		lt	\$4.50	0.02	\$0.09
Servilletas		u	\$0,75 (paquete x 100 u)	1	\$0.007
Total, bruto					\$1.087
10% imprevistos					\$0.1087
Total, neto					\$1.1957
Gasto de Fab. 15%					\$0.1631
Factor costo 33,33%					\$0.3623
M.O. 45%					\$0.4892
G. Admin 12%					\$0.1304
45% utilidad					\$0.4892
Subtotal					\$2.8299
12% IVA					\$0.3396
10% servicio					\$0.2829
Total					\$3.4524



FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN

RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS

NOMBRE DEL PLATO: Cono simple

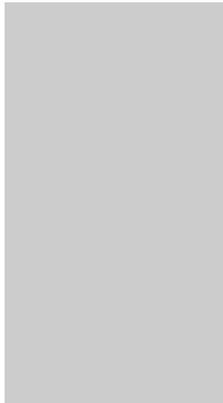
Código: 003

FECHA DE 30/01/2022

Chef: Ailin Martínez

ACTUALIZACIÓN:

FOTOGRAFÍA



Elaborado por: Ailin Martínez

Implementación del negocio

Arriendo del local.

Tabla 21 Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200	\$1200	\$2400

Elaborado por: Ailin Martínez

Equipos industriales

Tabla 22 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Paila de bronce	1	\$280.00	\$280.0
Picadora de hielo	1	\$38.00	\$38.00
Refrigerador Whirlpool	1	\$419.99	\$419.9
Licadora Oster	1	\$49.99	\$49.99
Tanque de gas 30kg	1	\$51.80	\$51.80
Balanza digital	2	\$8.48	\$16.96
TOTAL			\$856.7

Elaborado por: Ailin Martínez

Equipos de computación

Tabla 23 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$575.00	\$575.0
Impresora EPSON Stylus	1	\$35.00	\$35.00
TOTAL			\$610.0
			0

Elaborado por: Ailin Martínez

Muebles y enseres

Tabla 24 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Banco de plástico	8	\$4.41	\$35.28
Banco grande de plástico	6	\$11.30	\$67.80
Mesa Madeira	3	\$39.98	\$119.94
Estantería metálica	2	\$45.00	\$90.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Panera redonda	12	\$2.23	\$26.76
Vaso 325ml	15	\$0.99	\$14.85
Tabla de picar grande	2	\$15.00	\$30.00
Set de chuchillos (9 piezas)	2	\$19.99	\$39.98
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.99	\$77.97
Recipiente grande con tapa	10	\$1.59	\$15.90
Recipiente mediano con tapa	10	\$1.04	\$10.40
Recipiente pequeño con tapa	10	\$0.90	\$9.00
TOTAL			\$657.88

Elaborado por: Ailin Martínez

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$66.64

Tabla 25 Equipos industriales de seguridad

Elaborado por: Ailin Martínez

Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3.40	\$3.40
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
TOTAL			\$21.04
TOTAL, ANUAL			\$252.48

Tabla 26 Suministros de oficina

Elaborado por: Ailin Martínez

Servicios básicos

Tabla 27 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10.00
Luz	\$10.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$5.00
TOTAL	\$35.00
TOTAL, ANUAL	\$420.00

Elaborado por: Ailin Martínez

Materiales de limpieza

Tabla 28 Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fibra/lustre	1	\$0.90	\$0.90
Esponja lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$64.69
TOTAL, ANUAL			\$776.28

Elaborado por: Ailin Martínez

Estudio Arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (20 personas). En el cuarto frío, se ha considerado el espacio que necesitarán los cocineros para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas ya que el almacenamiento se hará en el área del cuarto frío. Como se puede observar, se agregaron espacios físicos para los diferentes juegos en donde los clientes se pueden divertir.

Estructura interna del establecimiento

Gráfico 29 Estructura del establecimiento



Fuente: <https://www.behance.net/gallery/47638249/DISENO-INTERIOR-DE-HELADERIA>

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para legalizar la empresa y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos:

-
- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad de Lago Agrio los requisitos que se solicitan son:

-
- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual

?

Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente)

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

?

?

Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.

?

Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.

Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que

?

pertenece (privado, público o doméstico).

?

Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso

?

de la información.

Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área

En el tema del área de limpieza la empresa Pailyn puede aportar numerosas soluciones al objeto de mitigar el impacto perjudicial. En los ambientes interiores a través de la Limpieza origina un efecto sobre la salud de las personas y el medio ambiente. Este incluye la combinación de programas de limpieza eficientes, prácticas y soluciones innovadoras, equipos y productos sostenibles.

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa global limpieza y velar por que ésta se lleve a cabo en todas las funciones y áreas de la actividad que realiza la empresa. Se remarca que la protección del Medio Ambiente es cosa de todos los que forman la empresa por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la empresa.

Es por eso que el compromiso de cumplir de forma exigente aquellas disposiciones legales ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los requisitos que la organización suscriba. La reducción de los impactos ambientales derivados del uso y la manipulación de sustancias químicas y peligrosas, el consumo de agua y de energía y a gestión inadecuada de los residuos, es la tarea central de la política de protección ambiental.

Se controlará en la empresa Global limpieza el cumplimiento de la protección ambiental con el fin de verificar el buen funcionamiento de dicha protección y

adecuar los objetivos y metas a la naturaleza y magnitud de los impactos ambientales provocados por las actividades, productos y servicios.

Impacto Ambiental

Los problemas de tipo medioambiental que se identifica en el sector limpieza pueden dividirse fundamentalmente en cuatro campos:

☐

☐ Residuos.

☐ Aguas.

☐ Ruidos.

Atmósfera.

Si bien hoy en día, y teniendo en cuenta la tendencia hacia la prevención de la contaminación en contra de la corrección, otro campo importante sería también el consumo de recursos. En cuanto al caso particular de empresas de limpieza tenemos:

Residuos

☐

☐ Productos de limpieza.

☐ Sustancias químicas.

☐ Envases que los hayan contenido.

☐ Deshechos de la ejecución de limpieza (trapos sucios, filtros, suciedad extraída,).

Residuos urbanos (papeles, cartones, envoltorios,)

Atmósfera

La contaminación atmosférica, en la actualidad es la contaminación menos relevante en los servicios de limpieza. El tipo de contaminación atmosférica más común:

☒

☒ Emisiones difusas.

Generación de CFC's de los aerosoles utilizados para las limpiezas.

Ruidos

La contaminación fundamental por ruidos es debida a la utilización de máquinas y vehículos destinados a la ejecución de limpiezas tanto en el interior de los edificios como limpiezas externas. En estos casos en cuanto a niveles de ruido hay que tener en cuenta:

☒

Niveles de ruido máximos permitidos a las máquinas y vehículos (determinado por

☒ Directivas CE y Reales Decretos).

Niveles de ruido máximos marcados por las ordenanzas municipales.

El ruido es una contaminación ambiental difícil de cuantificar y de eliminar ya que en el mismo intervienen varios aspectos.

Vertidos

La contaminación por vertidos es importante en el sector de la limpieza fundamentalmente debido a la gran cantidad de aguas de limpieza que se generan en dichas actividades y el deshecho que se hace de ellas.

Los contaminantes fundamentales existentes en las aguas de limpieza serán:

☒

Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos

☒ en limpiezas industriales,).

Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados.

Otros factores medioambientales relacionados con el sector limpieza son:

☒

☒ Aguas.

☒ Sustancias químicas.

☒ Energía.

Combustibles.

Medidas para contrarrestar los impactos generados.

☒

☒ Se debe reducir la carga tóxica de los productos químicos.

Utilizar los productos y maquinaria más respetuosos con el medio ambiente y la salud

☒ laboral.

Reducir la generación de residuos durante el servicio y hacer una correcta gestión de

☒ los mismos, utilizando las respectivas clasificaciones de residuos.

☒ Evitando el desperdicio innecesario el agua

Reducir, reciclar y reutilizar.

Impacto Social

Igualdad de género

La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. Pailyn priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres

Generar empleo

Pailyn genera empleos a las personas del sector tanto a personas no profesionales y profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados y también para el servicio de limpieza, capacitación formando un personal con amplia experiencia y conocimiento.

Considerando también la equidad de género en todos los campos con participación igualitaria de hombres y mujeres. Incentivando al personal

administrativa, premio al mejor trabajador del año, pago de horas extras, cumpleaños. Canasta navideña a la familia de los empleados y trabajadores.

Atracción de empleados

Pailyn mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de la Heladería.

Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, quipos industriales y de seguridad, equipos de computación y mueble sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$3,047.92 (*Ver tabla 29*).

Tabla 29 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$ 657.88
Equipos y Maquinarias	0
Equipos de Computación	\$610.00
Equipos Ind./ seguridad	\$923.34
Total	\$2.191.22

Elaborado por: Ailin Martínez

Activos Diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que, en este caso, se la

instaura como Sociedad Acción Simplificada lo que representa que la inscripción es gratuita, los gastos legales serán de \$500.00, el permiso de funcionamiento de \$35.00 y las patentes municipales de \$40.00 lo que nos da un total de activos diferidos de \$ 575.00 (*Ver tabla 30*).

Tabla 30

Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Inscripción Compañía (SAS)	\$0.00
Gastos legales	\$500.00
Permisos funcionamiento	\$35.00
Patentes municipales	\$40.00
Total	\$575.00

Elaborado por: Ailin Martínez

Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad. El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc.

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente tenemos un costo de materia prima \$134.25; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$35.00 de sueldos y salarios de \$2,849.28 y los gastos de publicidad de \$.0. Dando un total de gasto mensual de \$3,018.53 Este valor fue multiplicado por 3 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$9055.59 (*Ver tabla 31*).

Tabla 31 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$34191,36
Servicios básicos	\$420
Material de oficina	\$252,48
Material de limpieza	\$776,28
Servicio auto	\$0
Alquiler local	\$2400
Publicidad	\$300
Adquisición de material de trabajo	\$2000
Gastos financieros	\$3.500
TOTAL INVERSION	\$46606,34

Elaborado por: Ailin Martínez

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

Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (*Ver tabla 32*).

Tabla 32 Sueldos

CARGOS	Nro.	Sueldo Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS Patronal (11,15%)	Aporte IESS Personal (9,45%)	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Chef	1	\$800,00	66.67	35.42	89.20	75.60	1066.89	12,802.68
Ayudante de cocina	1	\$500,00	41.67	35.42	55.75	47.25	680.09	8,161.08
Recepcionista	1	\$400,00	33.33	35.42	44.60	37.80	551.15	6,613.80
Mesero	1	\$400,00	33.33	35.42	44.60	37.80	551.15	6,613.80
TOTAL	4	2,100.00	175.00	147.93	234.15	198.45	2,849.28	34,191.36

Elaborado por: Ailin Martínez

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$34,191.36 anual.

Depreciación activos fijos

La depreciación es la disminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

☒

☒ Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.

☒ Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

☒ Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

Equipos de cómputo y software 33% anual

En esta tabla 33, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes.

Tabla 33 Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	\$923,34	10%	\$92,334
Edificios	\$0	20%	\$0
Vehículos	\$0	5%	\$0
Equipos de Computacion	\$ 610	33,33%	\$203,313
Muebles y Enseres	\$657,88	10%	65,788
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			361,44

Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$361,44 (Ver tabla 35.)

Tabla 34 Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$575	20%	\$115.00

Elaborado por: Ailin Martínez

Tabla De Amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$25.000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 35).

Tabla 32 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	25000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282.09	3.500,00	3.782.09	21.217,91
2	7282.09	2.970.51	4.311.58	21.217,91
3	7282.09	2.369.89	4.311.58	16.906,33
4	7282.09	1.678.76	5.603.33	11.991,13
5	7282.09	894,29	6.387,80	0,00

Elaborado por: Ailin Martínez

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 25000 llegando al año 5, el pago de interés de \$6,846.27 y a su vez el pago capital de \$5,000.00, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

Estructura Capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$ 21606,34 que equivale a una estructura del 46%; costo 13% con una tasa de descuento de 6,0 %; por consiguiente, el Capital Financiero es de \$25,000 con una estructura del 54%, el costo es del 14 % que otorga el 7,5% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$ 46606,34. que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 36.*)

Tabla 36 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	\$21606,34	46%	13%	6,0%
Capital Financiero	\$25,000	54%	14%	7,5%
Total	\$46606,34	100%		13,5% TMAR

Elaborado por: Ailin Martínez

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias.

En la tabla 37, se puede observar que se debiera realizar 322 consultas mensuales, es decir 11 consultas diarias para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 38 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia sera de consultas.

Tabla 37 Punto de equilibrio

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	692	\$6.92	\$4790,6
COSTO	692	\$2.18	\$1509,2
GASTO			\$3281,42
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Ailin Martínez

Tabla 38 Ventas /costos

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	VALOR	TOTAL	
1260	8719,2	\$104630,4	VENTAS
1260	2746,8	\$32961,6	COSTO

Elaborado por: Ailin Martínez

Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N41 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$1,560,41 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$23049,19

Tabla 39 Costo de ventas

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		104630,43	107779,81	111023,98	114365,80	117808,21
COSTO DE VENTAS		32961,60	33953,74	34975,75	36028,52	37112,98
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		71668,83	73826,06	76048,23	78337,28	80695,23
GASTOS ADMINISTRATIVOS		34191,36	35220,52	36280,66	37372,71	38497,62
SERVICIOS BASICOS		420,00	432,64	445,66	459,08	472,90
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA		1028,76	1059,73	1091,62	1124,48	1158,33
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
PUBLICIDAD		300,00	309,03	318,33	327,91	337,78
DEPRECIACIONES		361,44	361,44	361,44	361,44	361,44
AMORTIZACIONES		115,00	115,00	115,00	115,00	115,00
UTILIDAD OPERATIVA		32852,28	33855,47	34888,86	35953,35	37049,89
GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		29352,28	30884,96	32521,97	34274,60	36155,60
BASE IMPOSITIVA		10640,20	11195,80	11789,22	12424,54	13106,40
UTILIDAD NETA		18712,08	19689,16	20732,76	21850,06	23049,19

Elaborado por: Ailin Martínez

Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa. Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$1,560.41, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$17.137,83 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 40*).

Tabla 40 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		32852,28	33855,47	,529.66	,544.96	1,560.41
DEPRECIACION		361,44	361,44	361,44	361,44	361,44
AMORTIZACION		115,00	115,00	115,00	115,00	115,00
- BASE IMPOSITIVA		10640,20	11195,80	11789,22	12424,54	13106,40
- GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2870,51	2366,89	1678,76	894,29
- PAGO CAPITAL		3.782,09	4.311,58	4.915,20	5.603,33	6.387,80
+ VALOR DE SALVAMENTO		-	-	-	-	-
+ CAPITAL DE TRABAJO						
- REPOSICION DE ACTIVOS		-	-	-	-	-
= FLUJO NETO DE CAJA	-46606,34	15.406,42	15.854,02	16.293,99	16.723,16	17.137,83

Elaborado por: Ailin Martínez

Cálculo del TIR y el VAN

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

VAN (Valor Actual Neto)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$17,408,71; por lo tanto, el negocio es factible.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 21,54 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,54% con el TMAR (*Ver tabla 41*).

Tabla 41 VAN/ TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	10.436,36%
TIR	21,54%
TMAR	13,54%

Elaborado por: Ailin Martínez

Estrategias de Comercialización

Estrategia de producto – servicio

- ☒ Variedad del producto
 - ☒ Calidad del producto natural y sin químicos.
 - ☒ Peso y precio adecuado
 - ☒ En caso de existir el producto dañado se aceptará devolución del mismo.
 - ☒ Las garantías de la comercializadora con el cliente por el producto será el 100%.
- Alianza estratégica con empresas distribuidoras locales y nacionales.

Estrategias de precio

- ☒ Descuentos inmediatos del 3% en compras mayor a 5 helados.
- El precio del producto es accesible a la economía del cliente que los de la competencia.

Estrategias de promoción

- ☒ Por la compra de cinco productos de cajas se llevará una funda de 3 unidades.
- Se realizará publicidad necesaria por medio de la televisión dando a conocer el
- ☒ producto y sus ventajas.
- Se realizó la publicidad en la radio más sintonizada dando a conocer las promociones
- ☒ del mes con un costo aproximado de 25 dólares por cuña radial.
 - ☒ Cada mes la empresa promociona una línea de un producto con un premio fuerte.
- Se realizara publicidad con hojas volantes dando a conocer el producto y sus
- ☒ características.
- Cada mes se rifara un obsequio, con todos los clientes que adquieran el producto.

Estrategia de plaza

Los puntos importantes para la venta serán: negocios minoristas, instituciones

- ☐ públicas y privadas y consumidores finales
- ☐ El producto será promocionado en todo el cantón Lago Agrio.

La ubicación de la comercializadora permite ser reconocida por sus amplias instalaciones.

Estrategia de servicio al cliente

- ☐ La empresa deberá permanecer impecable, es decir totalmente limpia.

Los clientes serán atendidos personalmente por una señorita dándoles

- ☐ información acerca del producto que requieran.
- ☐ La venta del producto se hará a través de un catálogo que será indicado al cliente.
- ☐ Se atenderá cordialmente y despachará el producto al cliente rápidamente.

Se tomará en cuenta cualquier reclamo del cliente, siempre evadiendo cualquier disgusto sobre todo haciéndolo sentir cómodo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos tras la investigación se han llegado las siguientes.

El estudio de mercado, permitió obtener información valiosa para la creación de la Microempresa resultando que los productos comestibles tienen una demanda del 100% de aceptación en el cantón Lago Agrio y de la cual un 67% está representada como demanda insatisfecha, lo que indica que se puede cubrir una gran parte del mercado con los nuevos productos que se pretende comercializar debido a la poca fidelidad de consumo que mantienen las clientas con las marcas ya existentes.

En el estudio técnico, se han considerado las alternativas más recomendables en aspectos como: tecnología y equipamiento, infraestructura, tamaño e ingeniería del proyecto, personal necesario, ubicación idónea y los ámbitos legales necesarios para un buen desarrollo de las actividades, estableciéndose bajo el nombre de “Helados de Paila Pilyn” una microempresa de sociedad anónima preocupada por el cuidado y conservación del medio ambiente.

Recomendaciones

En relación a lo concluido se recomienda lo siguiente:

Ampliar la estrategia de marketing planteada y actualizarla constantemente en base a las necesidades de las consumidoras, ya que sería una buena forma de mantener la participación de mercado creando fidelidad de consumo en ellas dentro del mercado local en cuanto a productos de consumo alimenticio.

Llevar a cabo las alternativas planteadas en el estudio técnico, ya que de esta forma se cumpliría con normalidad las metas de producción y ventas propuestas, además se debe buscar asesoramiento jurídico para cumplir correctamente con los requisitos legales en caso de llevarse a cabo la creación de la microempresa.

Reducir la aportación de capital en cada socio mediante el financiamiento a través de cualquier entidad financiera de su conveniencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro, I. (2011). *Depreciación de Activos Fijos*. Recuperado el 24 de Agosto de 2021, de <https://todoconta.com/depreciacion-activos-fijos/>
- Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- Software DELSOL. (s.f.). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.sdelisol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>

ANEXOS









