



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO

Creación de una empresa procesadora y comercializadora de
carnes y embutidos en el Cantón Naranjito.

AUTORES

SILVA AVILA RICARDO ANTONIO
SANCHEZ ROSERO LUIS ANTONIO

Milagro, febrero 2012

Ecuador



ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los **Sr(s). Ricardo Antonio Silva Avila y Luis Antonio Sánchez Rosero**, para optar al título de Ingenieros Comerciales y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 27 días del mes de Julio del 2011

Ec. Evelin Arteaga
C.I. 0916699424



DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contienen material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 2 días del mes de febrero del 2012

Egrs. Ricardo Antonio Silva Avila.
C.I. 0926303116

Egrs. Luis Antonio Sánchez Rosero.
CI: 0919032664



CERTIFICACION DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

Egrs. Ricardo Antonio Silva Avila

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

Egrs. Luis Antonio Sánchez Rosero

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO



DEDICATORIA

Dedicado a Dios ya que él ha sido, es y será aquel ser que mediante su guía me ayudado a cumplir con este objetivo muy importante en mi vida, siendo el mi fortaleza para superar los diversos obstáculos que se me han presentado, de la misma manera esforzándome con mucha constancia y perseverancia cumpliré con objetivos futuros que servirán para mi desarrollo profesional y personal.

Lo dedico a mi familia; mis padres Reulo Silva y Sara Avila; mis hermanos Juan Carlos y Geanella; ya que ellos han sido un espejo en el cual al verlos en el día a día se reflejaba mis ganas, mis fuerzas, mi entusiasmo por salir adelante en cada momento y ante cualquier adversidad, a ellos por darme esa motivación, ese apoyo que mediante cariños acompañado de sabios consejos han logrado que yo culmine con responsabilidad mi etapa de estudios, prometo ser siempre un hombre de bien con buenos valores, pensamientos y sentimientos que en el hogar se me ha inculcado, cumpliré siempre con buenas acciones en la tierra en señal de agradecimiento a Dios por la vida, por la salud al igual por todas sus bendiciones derramadas en mi familia y demás seres queridos.

Ricardo Antonio Silva Avila.



DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y sabiduría, las fuerzas para seguir adelante y a pesar de haberse presentado obstáculos y haberlos podido superar con éxito.

A mis padres por ser mi apoyo, motivo de admiración, que me infundieron el respeto, amor y la ética para poderme guiar en el transitar de la vida.

A mis hermanos por su comprensión, apoyo y por confiar en mi durante el tiempo de estudio.

A toda mi familia por brindarme sus consejos y motivaciones en cada momento de mi vida.

Mis amigos por sus consejos en todo el tiempo de carrera estudiantil.

Luis Antonio Sánchez Rosero.



AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haber permitido que yo cumpla con tan ardua tarea que será de beneficio tanto para mí como para la sociedad porque aportando con conocimientos y buenas expectativas se lograra estructurar un mundo mejor.

Gracias a los maestros que pasaron durante mi etapa de estudios por haberme llenado de conocimientos que sirvieron y servirán de mucho para el logro de este y demás objetivos que en la vida me establezca caminando siempre por el sendero del bien.

Una inmensa gratitud a la Ec. Evelin Arteaga asesora de este proyecto por haber tenido esa gran paciencia y firmeza durante la realización del mismo, gracias por brindarme la satisfacción de trabajar junto a ella ya que adquirí a su vez más conocimientos que a futuro me servirá de mucho en mi vida profesional, gracias por todo, que Dios derrame siempre bendiciones a ella y a su familia.

Ricardo Antonio Silva Avila.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por todas las bendiciones recibidas a través, de todo el periodo de permanencia, como estudiante de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

A nuestra querida directora de tesis Ec. Evelin Arteaga quien asesoró mi trabajo, por brindarme sus conocimientos y sugerencias que me sirvieron de gran ayuda para poder culminar con este proyecto.

A cada uno de mis maestros durante todo este periodo estudiantil por brindarme sus conocimientos, consejos y sugerencias que me servirán para mi vida personal y en el campo laboral.

Luis Antonio Sánchez Rosero.



CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Dr. Rómulo Minchala Murillo
Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Creación de una empresa procesadora y comercializadora de carnes y embutidos en el Cantón Naranjito”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativa y Comerciales

Milagro, 2 de febrero del 2012

Egrs. Ricardo Antonio Silva Avila
CI: 0926303116

Egrs. Luis Antonio Sánchez Rosero
CI: 0919032664



PRELIMINARES

Caratula	i
Aceptación de la tutoría	ii
Declaración de autoría de la investigación	iii
Certificado de defensa	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Cesión de derechos de autor	ix
Preliminares	x
Índice general	xi
Índice de cuadro	xiii
Índice de gráficos	xiv
Resumen	xv
Summary	xvi



INDICE GENERAL

CONTENIDO:	PAG
INTRODUCCION	1
CAPITULO I EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1 Justificación de la investigación	5
CAPITULO II MARCO REFERENCIAL	8
2.1 MARCO TEORICO	8
2.1.1 Antecedentes históricos	8
2.1.2 Antecedentes referenciales	9
2.2 MARCO CONCEPTUAL	12
2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES	14
2.3.1 Hipótesis general	14
2.3.2 Hipótesis particular	14
2.3.3 Declaración de las variables	14
2.3.4 Operacionalización de las variables	16
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO	17
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	17
3.2 POBLACION Y MUESTRA	18
3.2.1 Características de la población	18
3.2.2 Delimitación de la población	18
3.2.3 Tipo de muestra	18
3.2.4 Tamaño de la muestra	18



3.2.5 Proceso de selección	20
3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS	20
3.3.1 Métodos teóricos	20
3.3.2 Métodos empíricos	21
3.3.3 Técnicas e instrumentos	21
3.4 PROPUESTAS DEL PROCESAMIENTO ESTADISTICO	21
CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	22
4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL	22
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	
4.3 RESULTADOS	33
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS	38
CAPITULO V PROPUESTA	39
5.1 TEMA	39
5.2 FUNDAMENTACION	39
5.3 JUSTIFICACION	41
5.4 OBJETIVOS	42
5.4.1 Objetivo general de la propuesta	42
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta	42
5.5 UBICACIÓN	43
5.6 FACTIBILIDAD	44
5.6.1 Manual de funciones	45
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA	51
5.7.1 Actividades	70
5.7.2 Recursos, análisis financiero	71
5.7.3 Impacto	83
5.7.4 Cronograma	83
5.7.5 lineamiento para evaluar la propuesta	83
CONCLUSION	84
RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFIA Y LINKOGRAFIA	86
ANEXOS	88



INDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PAG
CUADRO 1	
Declaración de las variables	14
CUADRO 2	
Operacionalización de las variables	16
CUADRO 3	
Análisis e interpretación de resultados	22
CUADRO 4	
Resultados	33
CUADRO 5	
Verificación de hipótesis	38
CUADRO 6	
Factibilidad	44
CUADRO 7	
Manual de funciones	45
CUADRO 8	
Foda	55
CUADRO 9	
Marketing mix producto	56
CUADRO 10	
Marketing mix precio	58
CUADRO 11	
Las 5 fuerzas de Porter	65
CUADRO 12	
Actividades	70
CUADRO 13	
Recursos, análisis financiero	71



INDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO	PAG
GRAFICO 1	
Ubicación	43
GRAFICO 2	
Logo de la empresa	61
GRAFICO 3	
Volantes publicitarias	62
GRAFICO 4	
Cronograma	83



RESUMEN

El aspecto comercial en la localidad del Cantón Naranjito va en constante crecimiento debido al imparable aumento poblacional causando esto la atracción por parte de las empresas, que al establecerlas en naranjito ven una oportunidad de inversión, debido a esto se considera sumamente atractivo la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos y embutidos que cumplan con las exigentes normas de higiene sintiendo esta una prioridad hacia las empresas alimenticias por parte de los consumidores, realizando previamente estudios necesarios de mercado mediante encuestas hechas directamente a las amas de casa y estableciendo estrategias para la comercialización mediante la aplicación de herramientas comerciales se logro llegar a la conclusión que es favorable la creación de esta empresa y luego de su análisis financiero se pudo identificar también que esta es rentable, diferenciando cada una de estas pautas se mantendrá un orden organizacional previamente establecido para que de esta manera conservar y aumentar la confianza en los consumidores. Mediante este resumen se logra entender que la creación de una procesadora y comercializadora de productos cárnicos y embutidos es viable, factible y sobretodo rentable, ayudando con esto al desarrollo socioeconómico y a su vez establecer el turismo de mercado dentro del Cantón Naranjito.



SUMMARY

The commercial side in the town of Canton Naranjito is steadily growing due to population increase causing this unstoppable attraction to firms that establish them naranjito to see an investment opportunity, because this is considered extremely attractive to create a processor and marketer of meat products and sausages that meet the exacting standards of hygiene feeling this a priority to food companies and consumers, conducting market studies required prior surveys made directly to housewives and establishing strategies for marketing through the application of commercial tools made it to the conclusion that favors the creation of this company and then financial analysis could also identify that this is profitable, differentiating each of these guidelines will remain a pre-established organizational order thus to maintain and increase consumer confidence. By this summary fails to understand that the creation of a processor and marketer of meat products and sausages is viable, feasible and above all profitable, helping it to socioeconomic development and in turn establish tourism in the Canton market Naranjito.



INTRODUCCIÓN

En este proyecto se dará conocer cuáles son las deficiencias que podemos encontrar cuando sentimos la necesidad de comprar productos cárnicos para el consumo del hogar.

Es así que las personas en su alimentación diaria deben por lo menos consumir de dos a tres veces por semana la carne de animales de abasto o aves de corral por lo tanto dichos productos tienen una gran demanda y son de vital importancia para las personas ya que son una de las principales fuentes de proteínas y grasas que necesita el cuerpo humano.

Como lo notamos dentro del cantón Naranjito existen muchas personas que siente la necesidad de tener un lugar confiable donde adquirir carnes y embutidos con el más alto nivel de aseo requerido.

Ya que estos productos cárnicos no tienen una manipulación y presentación adecuada y en algunos casos pudiendo propagar varias enfermedades que afectarían a la salud de las personas que la consuman.

Por lo tanto de acuerdo a esta necesidad de las personas nace la idea de implementar una empresa procesadora y comercializadora de carnes y embutidos donde el cual encontraremos toda la variedad a precios accesibles fijados de acuerdo a la oferta y la demanda, enfocado siempre en cumplir con el más alto deseo de satisfacción de cada unos de los consumidores y sobretodo contar con un nivel de aseo riguroso en cada una de las áreas de comercialización de estos productos.



CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

1.1.1 Problematización

La comercialización de carnes y embutidos es de vital importancia para satisfacer las necesidades alimenticias de cada familia, reconociendo que este tipo de productos requieren un cuidado extremo y de calidad, logrando de esta manera poder contribuir con las personas a mantenerse en un buen estado de salud.

Desde hace mucho tiempo atrás en este país la comercialización y distribución de productos cárnicos se ha venido efectuando bajo pocos parámetros y exigencia de de higiene causando esto un grave impacto ante los consumidores.

Una localidad del Ecuador donde se vive esta situación es el Cantón Naranjito ya que debido al aumento constante de la población surgen nuevos negocios similares y con iguales características.

Estableciendo cada uno de estos detalles surge la necesidad de realizar una investigación de mercado dirigido a la localidad de Naranjito para lograr así identificar y solucionar de manera minuciosa la problemática que existe dentro de este círculo de comercialización y distribución de productos cárnicos.



Uno de los principales beneficios de esta investigación de mercado es cumplir con las expectativas de los consumidores estableciendo altos parámetros de higiene logrando así una mejor perspectiva del mercado objeto de este estudio.

En caso que la problemática antes mencionada no lograra ser solucionada traería consigo muchas agravantes que afectarían directamente a la salud de los consumidores, ya que la situación actual de falta de higiene y de irresponsabilidad al momento de manipular dichos productos por parte de comerciantes y distribuidores seguiría en aumento causando graves consecuencias a las personas que habitan en esta localidad donde será realizada la investigación.

Para que la investigación fuese llevada con éxito en este lapso de tiempo se deberá utilizar medios y herramientas necesarias siendo estas utilizadas de manera eficiente lograremos cumplir con el objetivo principal de esta investigación que es de solucionar el problema que ha venido afectando a este mercado durante muchos años.

1.1.2 Delimitación del problema:

Espacio:

País:

Ecuador

Región:

Costa

Provincia:

Guayas

Cantón:

Naranjito



Tiempo:

La información necesaria para esta investigación no deberá ser mayor a 5 años.

Universo:

La población del cantón Naranjito que asciende a 32963 habitantes aproximadamente según datos del INEC.

1.1.3 Formulación del problema:

Escasa presencia en el Cantón Naranjito de empresas que se dedican al cuidado, selección y proceso de productos cárnicos que cumplan con estrictos controles de higiene y calidad.

1.1.4 Sistematización del Problema

- La mala infraestructura es uno de los motivos el cual causa la falta de aseo dentro de este tipo de empresas cárnicas arrastrando con esto muchas agravantes para el negocio como pueden ser la pérdida de confianza por parte del consumidor y la falta de espacio para cada producto que se ofrecerá causando con esto incomodidad a las personas que integran este mercado.
- Normas de aseo o reglas no establecidas dentro de este tipo de empresas trae consigo ciertos problemas como los que pueden ser la mala presentación y manipulación de cada uno de los productos causando esto en el consumidor el desinterés al momento de acudir a este tipo de negocios por motivos de no sentirse satisfecho al momento de cubrir sus necesidades y expectativas.

1.1.5 Determinación del tema:

Procesamiento y comercialización de carnes y embutidos en el Cantón Naranjito.



1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para identificar la situación actual sobre el procesamiento de los productos cárnicos en el Cantón Naranjito, con la finalidad de conocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores acerca de los diferentes productos cárnicos y sus derivados mediante encuestas dirigidas a esta población.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Contar con un equipo investigativo comprometido a recopilar información para determinar el estado actual que presenta el cantón Naranjito en referencia al mercado de productos cárnicos.
- Utilizar herramientas necesarias de mercadeo para identificar las diferentes problemáticas que existe en este tipo de mercado.
- Revisar estudios anteriores o proyectos planteados que tengan referencia a esta actividad económica.
- Identificar las preferencias alimenticias más comunes en este mercado.

1.3 JUSTIFICACION

1.3.1 Justificación de la investigación

La mayor parte del consumo de carne de los seres humanos proviene de mamíferos, pero apenas nos alimentamos de una pequeña cantidad de las 3.000 especies que existen. Consumimos sobre todo carne de animales domesticados para proveer alimento. Las especies de mayor consumo son el ganado ovino, bovino, porcino y las aves de corral. La industria cárnica es la industria de alimentación que mayor volumen de ventas mueve en el mundo. El consumo de carne está creciendo de forma global en relación con el incremento de la población mundial, siendo los países en vías de desarrollo los que poseen un mayor índice de crecimiento, lo que implica que en unos años se necesitarán soluciones para satisfacer la creciente demanda de este alimento.



Desde el punto de vista nutricional la carne y productos elaborados a base de carne (embutidos crudos o cocidos), es una fuente habitual que nos proporciona un elevado aporte de nutrientes entre un 15% y 20% de proteínas, grasas y minerales en la dieta humana.

De todos los alimentos que se obtienen de los animales y plantas, la carne es el que mayores valoraciones y apreciaciones alcanza en los mercados.

El consumo de carnes no sólo suministra gran cantidad de proteína imprescindible para el cuerpo, sino que ésta se acompaña de aminoácidos esenciales necesarios. Estas sustancias son indispensables para el crecimiento, las defensas y la regeneración de los tejidos.

La carne tiene una composición química bastante compleja y variable en función de un gran número de factores. El conocimiento detallado de su composición y la manera en que estos componentes se ven afectados por las condiciones de manipulación, procesamiento y almacenamiento determinarán finalmente su valor nutricional, la durabilidad y el grado de aceptación por parte del consumidor. Químicamente, tanto la carne fresca como aquella procesada industrialmente, se caracterizan realizando análisis de contenido microbiano y con la medida de atributos físicos como la textura y el color, los constituyentes principales de la humedad, dando como resultado el nivel de valores proteicos al momento de su consumo.

El sabor de las carnes posee cerca de 1.000 compuestos químicos identificados en los constituyentes de mayor variación como son la carne de res, pollo, cerdo y cordero. Se cree en la comunidad científica que los sabores y aromas de la carne provienen predominantemente de muchos compuestos químicos. Aunque existen diferencias respecto a la cantidad de los compuestos según la especie animal de que se trate.

Sin embargo uno de los facilitadores del sabor y textura en este alimento es su contenido graso. Las carnes suelen tener un rango de contenido graso que varía desde un 1% hasta un 15%, generalmente almacenada en el tejido.



El color es uno de los indicativos que emplean los consumidores a la hora de elegir la carne. Las carnes de aves suelen tener, por regla general, un color más claro que las de mamíferos, que suelen ser más oscuras y de color más rojizo. La razón de esta diferencia es el tipo de fibra muscular de que se componen, que es diferente en las aves y en los grandes mamíferos, debido a la mayor intensidad del trabajo que soporta la musculatura de estos últimos. Existen básicamente dos tipos de fibras musculares, las pertenecientes a los músculos que desarrollan un trabajo vertiginoso (fibras blancas) y aquellas que desarrollan un trabajo lento y repetitivo (fibras rojas). Los músculos de fibra blanca se encuentran mayoritariamente en aves, que necesitan rápidos movimientos, mientras que los grandes mamíferos poseen músculos de fibra roja necesarios para soportar grandes esfuerzos.

La ausencia de empresas dedicadas a la distribución y comercialización de productos cárnicos que cumpla con todas las estrictas normas de aseo es el motivo de que los consumidores no sientan la confianza al momento de adquirir productos cárnicos en el cantón Naranjito.

El principal objetivo de esta investigación es conocer las necesidades y exigencia de cada consumidor al momento de adquirir productos cárnicos logrando con esto brindar la confiabilidad necesaria que requiere mediante la aplicación de técnicas y herramientas que ayuden al avance de dicho objetivo estableciendo en cada situación parámetros necesarios que favorezcan a los habitantes del cantón Naranjito.



CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos.

La historia de la alimentación está estrechamente relacionada con la evolución del hombre. Todos los seres vivos necesitan alimentarse para vivir, en los principios de la humanidad, cuando el hombre era básicamente herbívoro consumía frutas y verduras, conforme fue evolucionando se dio cuenta que satisfacía mejor sus necesidades alimenticias al consumir carne y se convirtió en un gran cazador. Los hábitos alimenticios del ser humano han ido variando para poder adaptarse a las adversidades que el medio presentaba.

El tipo de alimento que el hombre ha tenido que ingerir para su sustento, ha cambiado a través de los tiempos, ya que el hombre comenzó a domesticar animales para satisfacer esta necesidad así los tenía más cercanos y eran más fáciles de obtener con las escasas herramientas que poseía, la enorme capacidad de adaptación del ser humano al medio y a las circunstancias, conlleva la aparición de diferentes modos de alimentarse en las distintas sociedades.

Por otra parte, esto hace que los hábitos alimenticios de una población no sean estáticos sino adaptables a las lógicas variaciones de su entorno vital.



Es común en los seres humanos la alimentación a base de carne, así como para otras especies animales, e inclusive para unas pocas especies vegetales.

Durante la Edad Media en Europa la carne de los animales era un bien reservado a las clases más altas de la sociedad. Era frecuente el consumo de carne de aves y cerdo, dejando los grandes animales al cuidado y servicio de la agricultura.

Existen muchas variedades de carnes procedentes de muchas localidades, se puede decir que la mayoría del consumo mundial de carne procede de la carne de animales domesticados para abastecer de materia prima la industria cárnica. Una pequeña proporción procede de la carne de caza dando esto como consecuencias negativas desde hace mucho tiempo atrás la propagación de enfermedades causadas por la mala manipulación en los alimentos en especial a las carnes que provenían de la caza al ser practicadas con herramientas improvisadas que no cumplían ningún nivel de higiene necesario.

Hoy en día en la ciudad de Guayaquil de las tercenas o pequeñas tiendas de carnicería ya se escucha muy poco en las conversaciones de las amas de casa cuando planifican el lugar para realizar sus compras, ahora la tendencia de los consumidores se inclina a visitar los supermercados de carnes, la necesidad de darle al cliente lo que quiere, esta iniciativa de salir del esquema de la venta de carne en el local, ya que les ha brindado un concepto diferente al momento de comercializar un producto cárnico y su interés en ofrecer un servicio de calidad.

2.1.2 Antecedentes referenciales.

Dentro del cantón Naranjito se ha venido dando una problemática desde hace muchos años y esta es la comercialización de las carnes que surge dentro del comercio informal y también se ha venido dando dentro de negocio ya formalizados esto es el desinterés por brindar un servicio de calidad con una mala manipulación de los productos, el desaseo de los negocios la cual trae contaminación representando un peligro para la salud de cuales la consuman dando esto una imagen mala dentro del cantón esto se presenta por una mala organización el desinterés en el cuidado de las carnes.



Reconociendo esta problemática no tan solo en el cantón Naranjito sino también a nivel mundial, la Organización Mundial de la Salud estima que las enfermedades causadas por alimentos contaminados constituyen uno de los principales problemas sanitarios más difundidos en el mundo de hoy, para lo cual se establece dicho estudio e investigación para establecer parámetros y estrategias que ayudaran a mejorar el consumo de productos cárnicos aplicando nuevos métodos y herramientas que favorecerán a cada uno de los consumidores mejorando su salud y estilo de vida.

La calidad es un concepto que viene determinado por la conjunción de distintos factores relacionados todos ellos con la aceptabilidad del alimento.

"Conjunto de atributos que hacen referencia de una parte a la presentación, composición y pureza, tratamiento tecnológico y conservación que hacen del alimento más interesante, apetecible al consumidor y por otra parte al aspecto sanitario y valor nutritivo del alimento"

Cabe indicar que la calidad a la que nos referimos es:

- Calidad nutritiva
- Calidad sanitaria
- Calidad tecnológica
- Calidad percepción

Son determinantes de la calidad:

- Color
- Olor
- Aroma
- Sabor
- Textura
- Ausencia de contaminantes

Las normas de higiene son de vital importancia para la correcta manipulación de los alimentos con el objeto de prevenir daños potenciales a la salud. Los alimentos pueden transmitir enfermedades de persona a persona así como ser un medio de



crecimiento de ciertas bacterias (tanto en el exterior como en el interior del alimento) que pueden causar intoxicaciones alimentarias.

Los alimentos no vigilados pueden ser un transporte de propagación de enfermedades, hay que considerar que desde el mismo instante de su producción hasta el de su consumo los alimentos están constantemente expuestos a las posibles contaminaciones bien sean por agentes naturales o por efecto de la intervención humana.

Los alimentos presentan un medio de cultivo ideal para el crecimiento de ciertos microorganismos, bacterias, etc. Debido al origen de su presencia en los alimentos éstos se pueden dividir en las estructuras internas del alimento, o que se incorporan a los alimentos debido a su procesado o manipulación.

El almacenamiento de los productos cárnicos es de mucho cuidado por lo que se lo debe realizar de forma adecuada para esto se debe tener una refrigeración por igual a la carne y a sus derivados. Las temperaturas de almacenamiento varían de -1.4 a 2.2 °C, siendo esto de vital importancia para su conservación.

El tiempo máximo de conservación de la carne de res y pollo refrigerada es de unos 30 días, dependiendo del número de gérmenes presentes, de la temperatura y de la humedad relativa, para cerdo, borrego de 1 a 2 semanas y Los embutidos como las salchichas y los chorizos, deben conservarse refrigerados en un tiempo máximo de 30 días.

En relación con el consumo de los alimentos para los humanos se puede decir que los microorganismos pueden ser "patógenos": es decir causantes de enfermedades o "alterantes" de sus estructuras, sabores u olores. Los periodos de incubación de gran parte de ellos llegan a periodos de incubación cortos: entre dos y diez horas. Algunos de los organismos poseen bajos DMI (dosis mínima infectiva) y la higiene es la única garantía de que se mantiene el alimento en buenas condiciones.



2.2 MARCO CONCEPTUAL

Administración: Conjunto ordenado y sistematizado de principios, técnicas y prácticas que tiene como finalidad apoyar la consecución de los objetivos de una organización a través de la provisión de los medios necesarios para obtener los resultados con la mayor eficiencia, eficacia y congruencia; así como la óptima coordinación y aprovechamiento del personal y los recursos técnicos, materiales y financieros.

Alimentación: Es la ingestión de alimento por parte de los organismos para proveerse de sus necesidades alimenticias, fundamentalmente para conseguir energía y desarrollarse.

Consumo: Es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, y otros géneros de vida efímera, o bienes y servicios, como la energía, entendiendo por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias.

Contingencia: Los procedimientos alternativos al orden normal de una empresa, cuyo fin es permitir el normal funcionamiento de esta, aún cuando alguna de sus funciones se viese dañada por un accidente interno o externo.

Control de calidad: El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores.

Comercialización: Es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.

Costo: El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Entorno: Ambiente que rodea a una persona o cosa e influyen en su desarrollo

Higiene: Es el conjunto de conocimientos y técnicas que aplican los individuos para el control de los factores que ejercen o pueden ejercer efectos nocivos sobre su salud.



Higiene de alimentos: Es el conjunto de medidas que deben realizarse al manipular los alimentos con el objeto de prevenir daños potenciales a la salud ya que Los alimentos pueden transmitir enfermedades de persona a persona así como ser un medio de crecimiento de ciertas bacterias (tanto en el exterior como en el interior del alimento) que pueden causar intoxicaciones alimentarias.

Manipulación: Acción y efecto de coger una cosa con la debida precaución.

Manipulación de productos: Es la acción que se realiza al momento de seleccionar los productos que se van a comercializar con la debida precaución para los consumidores.

Normas de higiene: Son aplicaciones prácticas adecuadas que sirven durante la manipulación de alimentos, reduciendo considerablemente el riesgo que entrañan las enfermedades de origen alimentario.

Procesadora: Es someter a la materia prima a una correcta manipulación y procedimiento con la preocupación por brindar un servicio eficiente garantizado acorde con las exigencias del consumidor.

Proveedor: Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Productos cárnicos: Son aquellos productos que contengan carne de mamíferos y aves de corral o caza destinada al consumo humano.

Derivados de los productos cárnicos o embutidos: Son aquéllos elaborados con un tipo de carne o una mezcla de 2 o más carnes y grasa, molidas o picadas, crudas o cocinadas, condimentada con hierbas aromáticas, diferentes especias y aditivos permitidos, colocados en tripas naturales o artificiales o moldes y que se someten a uno o más de los tratamientos de curado, secado, ahumado y cocción.



2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

La formalización en el procesamiento y comercialización de productos cárnicos y embutidos mejorara el nivel de consumo en el cantón Naranjito.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- La escasa presencia de procesadoras de carnes en el cantón Naranjito disminuye la confianza para el consumo de este tipo de productos alimenticios.
- La ausencia de proveedores que cumplan con las exigencias de aseo en la distribución causa insatisfacción en este mercado de productos cárnicos.
- La costumbre de los consumidores al sentirse conformes con los productos cárnicos que se ofrece en la actualidad dentro de esta localidad ocasionando esto la poca captación de clientes para esta procesadora de carnes.
- La presencia de una empresa procesadora de productos cárnicos en el Cantón incrementara el turismo comercial en el mismo.

2.3.3 Declaración de las Variables

VARIABLE	CONCEPTO
Personal	El Personal es parte fundamental para poner un negocio en marcha tomando en cuenta que para el eficiente desenvolvimiento del personal se debe contar con un excelente plan de capacitación y evaluación constante que será aplicado para beneficio de todos quienes forman parte de la empresa.



<p>Competencia</p>	<p>La competencia es una de las amenazas constantes que todo negocio debe afrontar en el mercado mediante la calidad de sus productos, captación de nuevos mercados, planes de publicidad efectivos e innovación en cada producto a ofrecer.</p>
<p>Organización</p>	<p>Una organización eficaz es muy importante para el desarrollo de la empresa en general, la organización influye en la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados los trabajadores.</p>
<p>Clientes</p>	<p>Un cliente hay que considerarlo la parte más importante de una empresa, es una figura que siempre está presente, es lógico, es quien demanda los productos o servicios que las empresas ofrecen, por lo que consiguen consolidarse en el mercado y obtienen los ingresos, rendimientos para posicionarse y sobrevivir.</p>
<p>Ingresos</p>	<p>El Ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios, es muy importante que los ingresos para una empresa sean buenos porque de esto dependerá que dicha organización cumpla con todos los objetivos.</p>



2.3.4 Operacionalización de las variables

VARIABLE	INDICADOR
Personal	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de estudio• Profesión• Desempeño laboral• Conocimientos
Competencia	<ul style="list-style-type: none">• Benchmarking• Estudio de Mercado
Organización	<ul style="list-style-type: none">• Supervisión• Control
Clientes	<ul style="list-style-type: none">• Gustos y preferencias• Grado de satisfacción
Ingresos	<ul style="list-style-type: none">• Demanda• Nivel de ventas



CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Para la elaboración de este diseño se utilizara la investigación de tipo documental, descriptiva, correlacional, explicativa, transeccional y la investigación de campo.

Se utilizara la investigación de tipo documental porque se obtendrá información relevante mediante la utilización de libros, folletos e internet logrando de esta manera realizar un trabajo efectivo y veraz.

Mediante el tipo de investigación descriptiva se llegara a determinar el nivel de aceptación de este diseño en la población del Cantón Naranjito identificando de esta manera cada uno de los posibles clientes determinando sus gustos, preferencias y necesidades.

Aplicando el tipo de investigación correlacional y explicativa se logrará reconocer cada una de las variables, midiendo así el grado de relación y comportamiento entre ellas todo esto mediante la elaboración de las hipótesis.

El tipo de investigación transeccional es necesaria porque este diseño se lo aplicara una sola vez en el tiempo estableciendo parámetros significativos para su elaboración, mientras que la investigación de campo es fundamental en este diseño porque se realizara encuestas desarrollando cuestionarios que lograra facilitar información necesaria de la localidad de Naranjito que será objeto de este estudio.



3.2 POBLACION Y MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población que formara parte del estudio es el Cantón Naranjito en la cual en los habitantes encontramos características diferentes, segmentado cierto grupo en su mayoría dedicado a la actividad económica ya que por medio de esto logran sustentar a cada una de sus familias, relacionando esto también a una parte de la población que se centran al trabajo diario dependiente en diferentes empresas obteniendo así un nivel socioeconómico medio alto.

Dando como referencia lo antes mencionado logramos identificar que el cantón Naranjito se caracteriza por tener habitantes dedicados al progreso de cada unos de sus hogares o familias aportando de esta manera al desarrollo económico y avance comercial de esta población.

3.2.2 Delimitación de la población

La delimitación de la población que se utilizara en este estudio será de tipo finita porque se obtendrá la información necesaria del INEC acerca del número de habitantes y a su vez la población económicamente activa que será objeto del estudio.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se utilizara para este estudio será la no probabilística porque la selección de la información efectiva será a criterio propio, obteniendo de esta manera la confianza necesaria para la elaboración del diseño.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para la elaboración de este modelo necesitaremos datos relevantes como la población económicamente activa del Cantón Naranjito, dato que nos servirá para encontrar el tamaño de la muestra y así logra identificar hacia quien estamos directamente enfocados.

Para encontrar el tamaño de la muestra elaboraremos el siguiente ejercicio:



$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)(E)^2 + 1}{Z^2} + pq}$$

n = Tamaño de la muestra

N= 32963 habitantes dividido en 18136 hombres y 14827 mujeres.

De las cuales 8620 el 58.14% de mujeres pertenecen a la clase media alta y que realizan compras de productos alimenticios en cada uno de sus hogares.

P= Posibilidad de que ocurra un evento 0,5

Q=posibilidad de no ocurrencia de un evento 0,5

E=error, se considera el 5%; E= 0,05

Z=nivel de confianza, que para el 95%, z=1,96

$$n = \frac{8620 (0,5) (0,5)}{\frac{(8620-1) 0,05^2}{(1,96)^2} + (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{8620 (0,25)}{\frac{8619(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$



$$n = \frac{2155}{\frac{21,5475}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{2155}{5,6089 + 0,25}$$

$$n = \frac{2155}{5,8589} = 367,8$$

$$n = 368$$

El tamaño de la muestra que utilizaremos para este estudio será de 368 personas el cual será enfocada la encuesta.

3.2.5 Proceso de selección

Para la elaboración de este diseño el proceso de selección de la muestra estará centrado en las personas mayores a 20 años del género femenino de clase media alta y que influyan en las compras de los alimentos en cada uno de sus hogares.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Para la elaboración de este modelo se aplicara métodos de tipo teóricos como el inductivo, deductivo, síntesis, comparativo, estadístico, analítico e hipotético ya que por medio de estos se analizara fenómenos particulares que inducen a llegar a este propósito.



Analizando las causas y efectos se llegará a determinar cada factor negativo que influye en este diseño identificando así los comportamientos de la variable dependientes e independientes de cada individuo conjuntamente con sus premisas generales.

3.3.2 Métodos empíricos

En la presente investigación se aplicara el método empírico porque mediante la observación se lograra reconocer cada uno de los factores internos y externos que podrán afectar en este proyecto, identificando y relacionando el comportamiento de cada una de las variables.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas a utilizar para este diseño serán las encuestas, muestreo y el criterio de expertos.

Para la elaboración de estas técnicas se emplearan instrumentos como cuestionarios en caso de las encuestas, dicho cuestionario estará estructurado mediante mínimo seis preguntas, dos preguntas de tipo abierta y cuatro preguntas de tipo cerrada las cuales estarán orientadas al criterio de cada una de las variables.

Para la elaboración del cuestionario para criterios de expertos estará estructurado con un mínimo de tres preguntas de tipo abierta a diferencia que cada una de estas preguntas serán más técnicas tomando en cuenta que dicho cuestionario es elaborado para un profesional, respetando y aprovechando cada uno de los criterios a mencionar.

3.4 PROPUESTA DEL PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

La técnica que se utilizara para el procesamiento estadístico de la información de este diseño será el software Excel porque mediante la utilización de este conseguiremos tabular la encuesta que se realizara mediante el ingreso de datos necesarios y exactos.

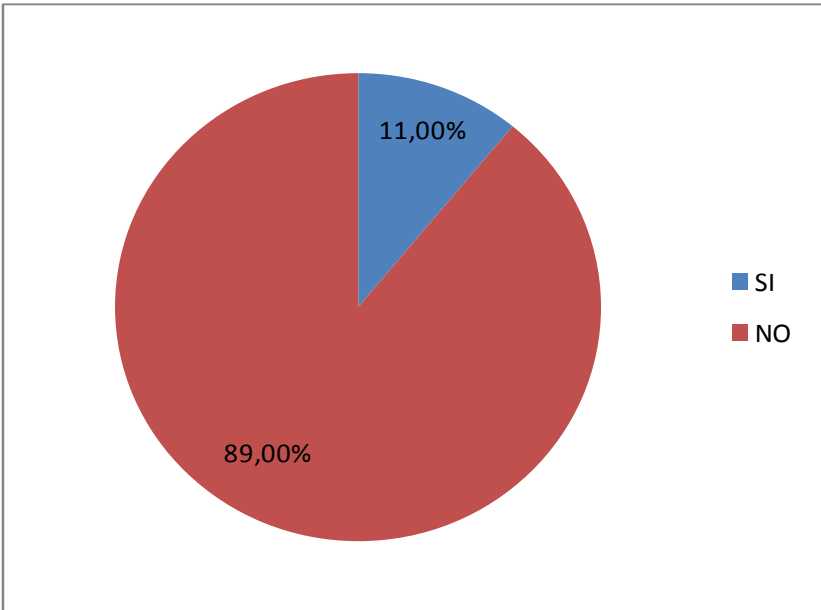


CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

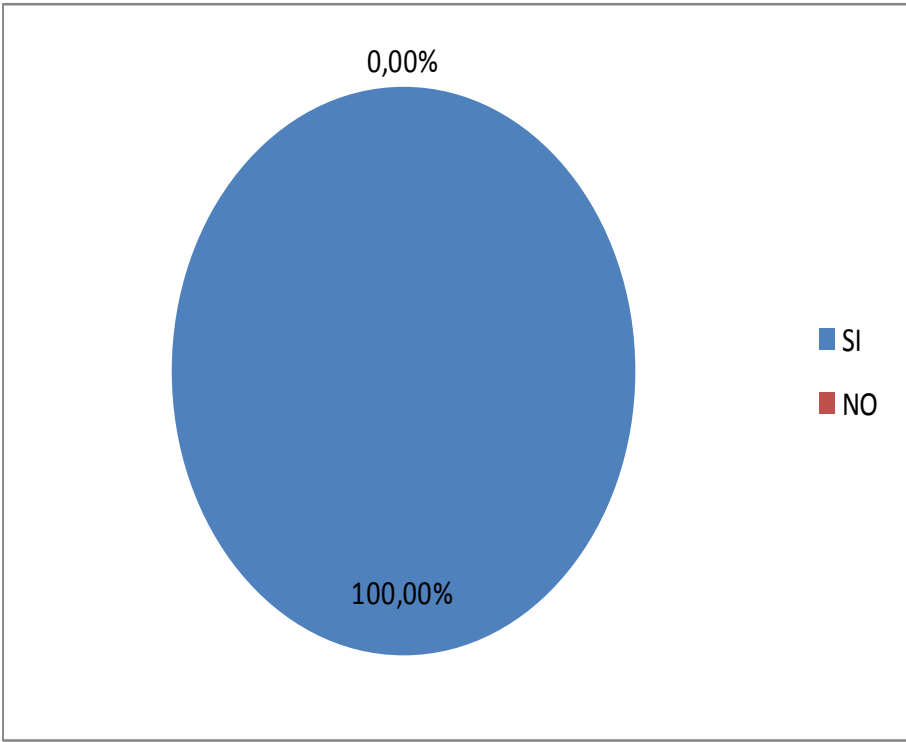
1.- ¿Conoce ud. que es una procesadora de productos carnicos?		
Referencia	Nº	%
SI	40	11,00%
NO	328	89,00%
Total	368	100,00%





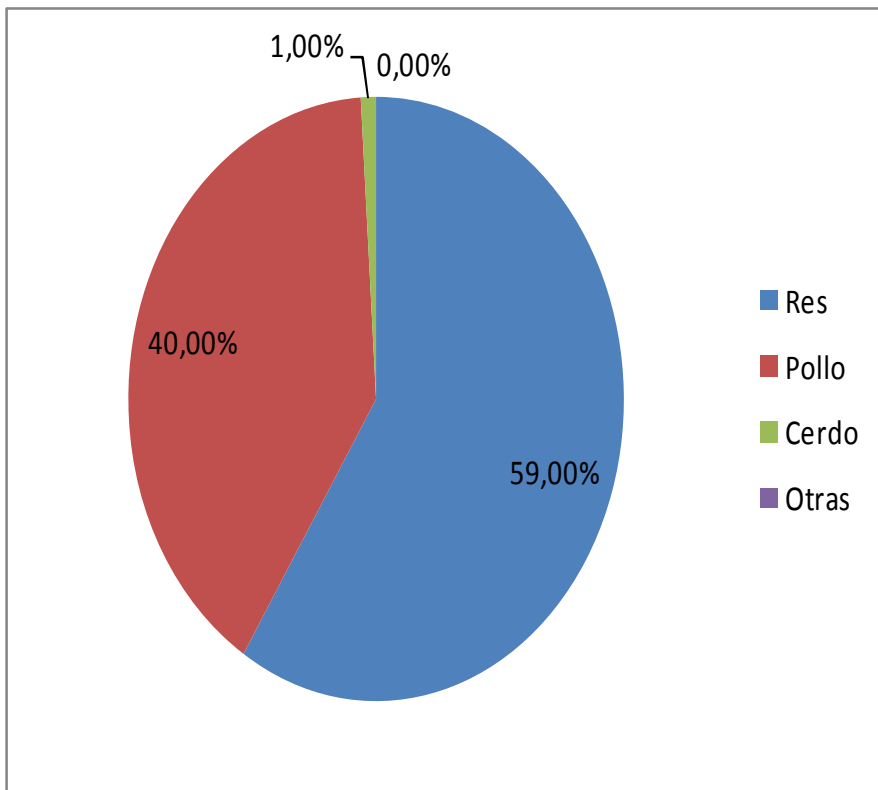
2.- ¿Considera usted importante la creacion de una empresa procesadora de carnes y embutidos dentro de este canton?

Referencia	Nº	%
SI	368	100,00%
NO	0	0,00%
Total	368	100,00%





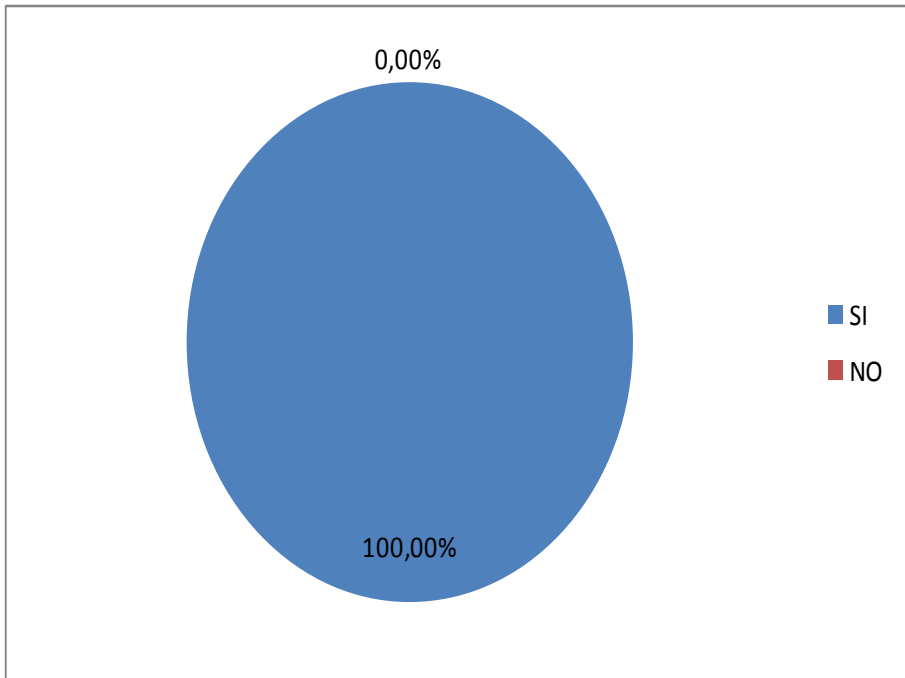
3.- ¿Qué tipo de carne es la que usted mas comunmente consume en sus alimentos?		
Referencia	Nº	%
Res	217	59,00%
Pollo	147	40,00%
Cerdo	4	1,00%
Otras	0	0,00%
Total	368	100,00%





4.- ¿Estaría conforme en pagar un precio adicional por adquirir variedad en carnes seleccionadas bajo estrictos controles de calidad?

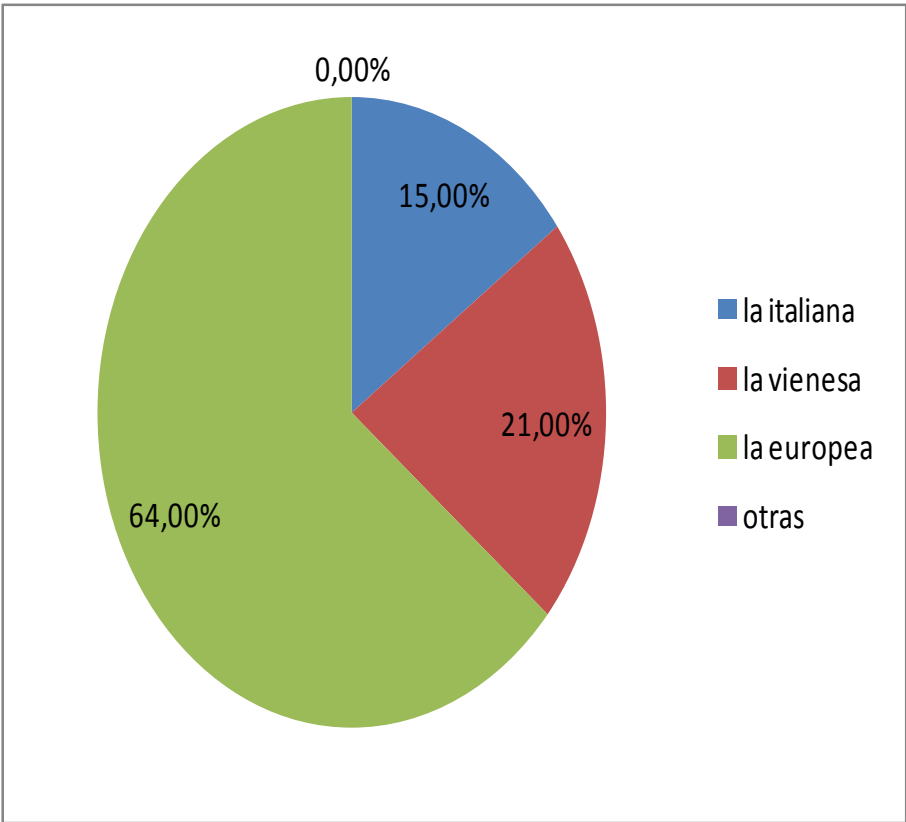
Referencia	Nº	%
SI	368	100,00%
NO	0	0,00%
Total	368	100,00%





5.- ¿Qué marca de embutidos es la que Ud. más prefiere para su hogar?

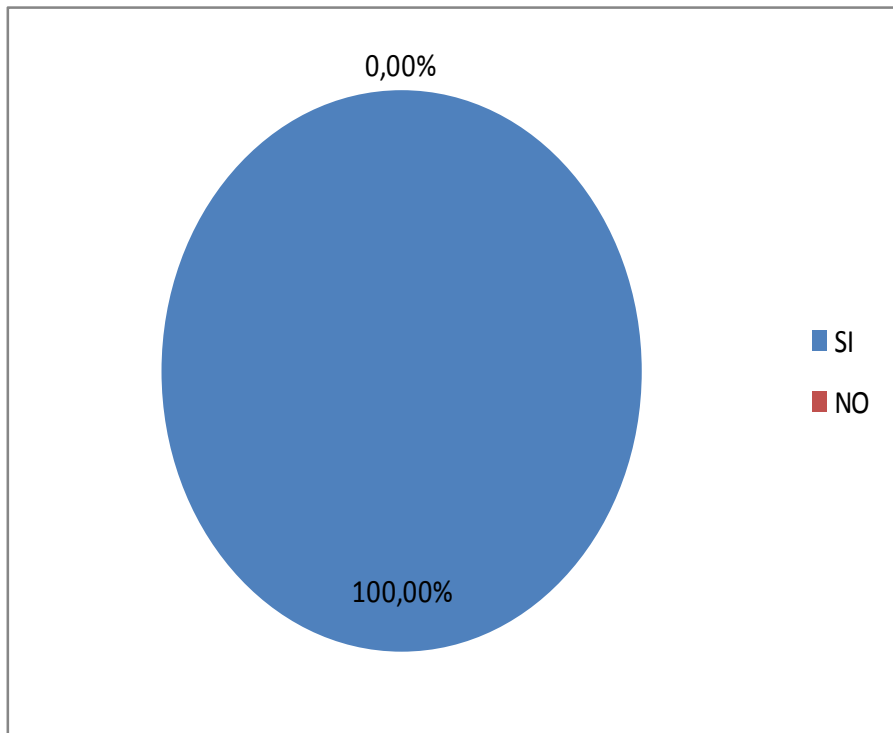
Referencia	Nº	%
la italiana	55	15,00%
la vienesa	77	21,00%
la europea	236	64,00%
otras	0	0,00%
Total	368	100,00%





6.- ¿Considera importante el aseo y la correcta presentación en los alimentos?

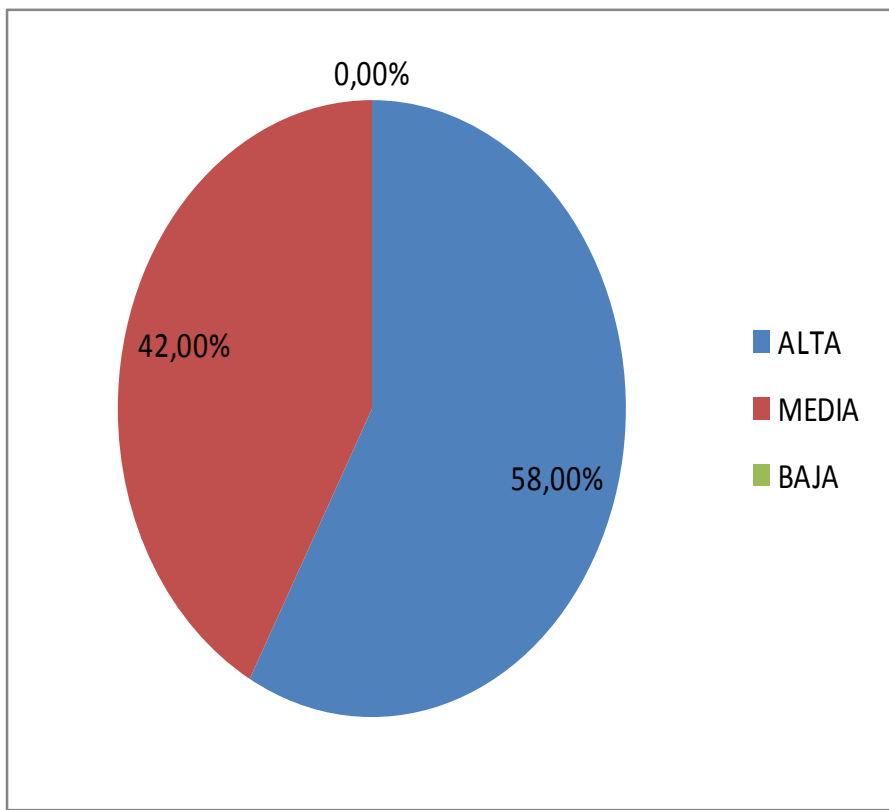
Referencia	Nº	%
SI	368	100,00%
NO	0	0,00%
Total	368	100,00%





7.- ¿Qué influencia tiene en usted en la selección del producto alimenticio en el momento de realizar la compra?

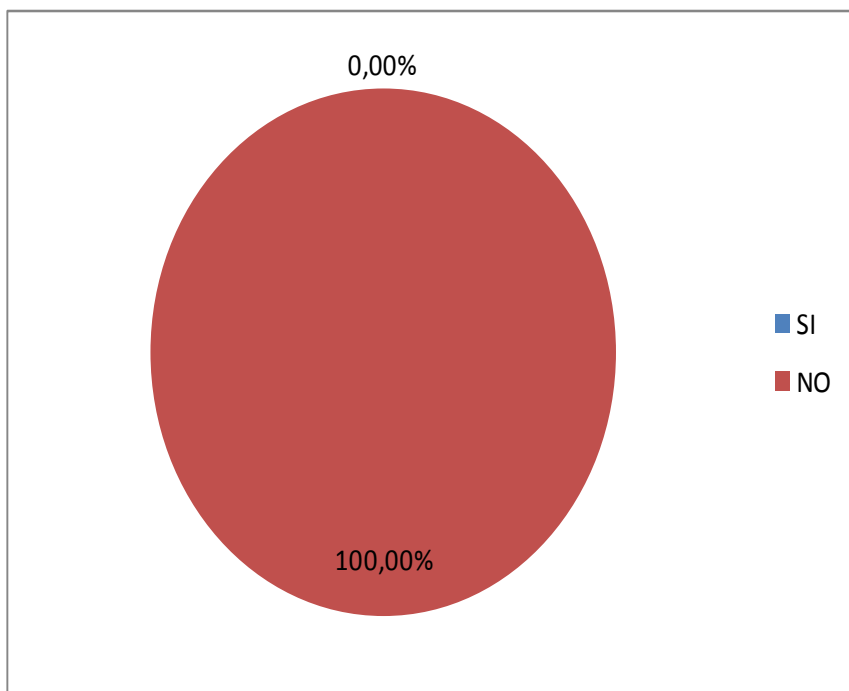
Referencia	Nº	%
ALTA	213	58,00%
MEDIA	155	42,00%
BAJA	0	0,00%
Total	368	100,00%





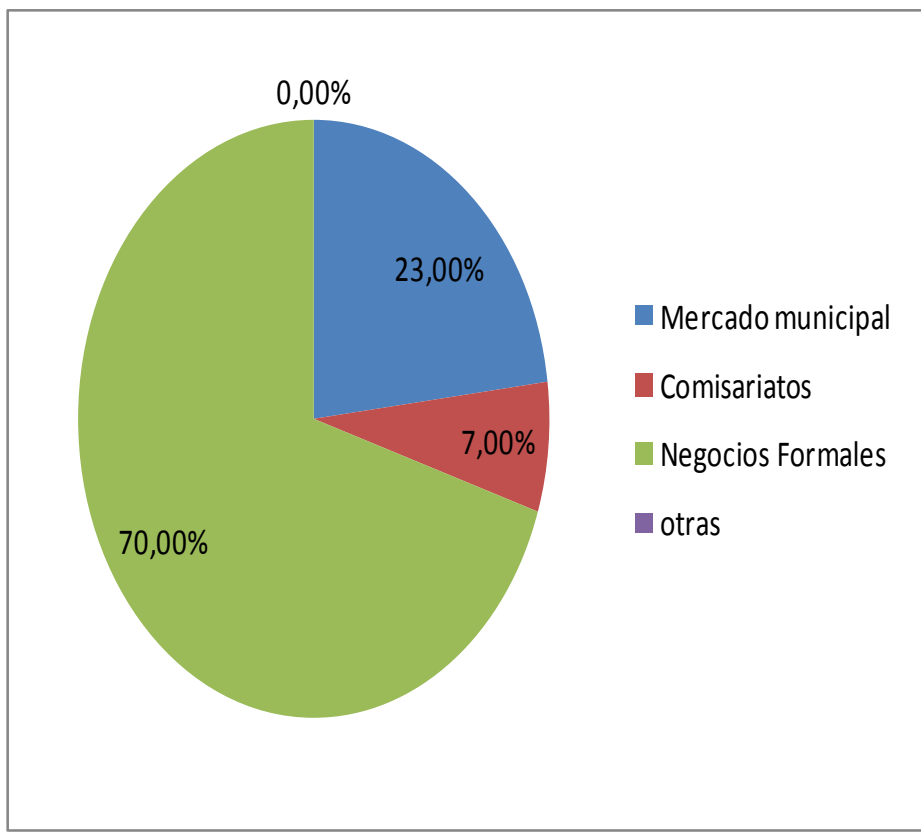
8.-Esta usted conforme con el actual mecanismo como se presentan y venden los diferentes productos carnicos?

Referencia	Nº	%
SI	0	0,00%
NO	368	100,00%
Total	368	100,00%





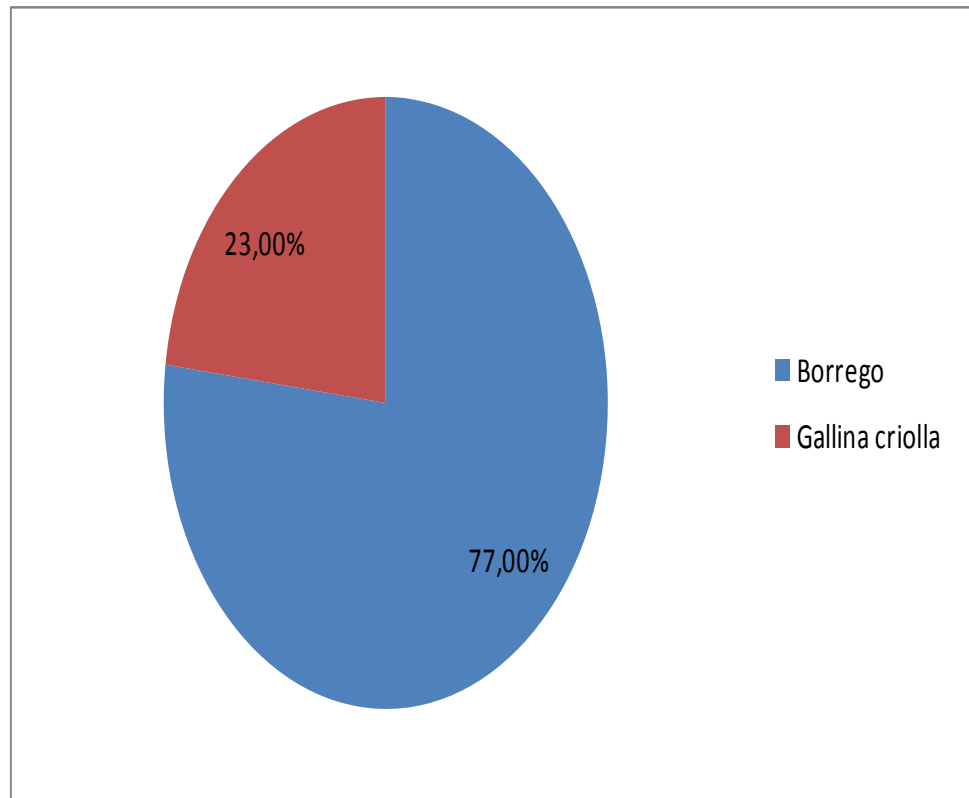
Referencia	Nº	%
Mercado municipal	85	23,00%
Comisariatos	25	7,00%
Negocios Formales	258	70,00%
otras	0	0,00%
Total	368	100,00%





10.-¿Que productos adicional a los que Ud. consume comúnmente le gustaría que se incluyan en la empresa?

Referencia	Nº	%
Borrego	283	77,00%
Gallina criolla	85	23,00%
Total	368	100,00%





4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Tomando como referencia un estudio realizado en años anteriores para la creación de una procesadora de productos cárnicos y embutidos se ha podido diferenciar que este estudio realizado es enfocado en su mayor parte al proceso de los embutidos realizando preguntas frecuentes con respecto a calidad, precio, presentación y frecuencia de consumo de estos.

A diferencia de nuestra investigación en la cual se la aplica tanto para reconocer el tipo de mercados que se va a laborar y conocer cada una de las exigencias tanto en consumo de carnes como embutidos centrándonos básicamente en lograr captar este mercado de la localidad de Naranjito aplicando técnicas y estrategias que mediante la encuesta se pudo diferenciar.

En conclusión en el estudio realizado en años anteriores no lograron reconocer el mercado en el cual van a laborar de manera que no saben las exigencias y problemática que se suscitan en este de tal manera no tendrán una visión clara por lo que se quiere ofrecer y para quien va a ofrecer, mientras que en este estudio se pudo diferenciar y conocer cada una de las exigencias, problemáticas, preferencias y consumidores potenciales del mercado Naranjiteño, ya que por medio de una encuesta realizada se establece que la creación de una empresa procesadora de carnes y embutidos que cumpla con las exigentes normas requeridas de higiene dará resultados positivos enfocándonos en todos los aspectos.



4.3 RESULTADOS

1.- ¿Conoce ud. que es una procesadora de productos carnicos?		
Referencia	Nº	%
SI	40	11,00%
NO	328	89,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

En esta pregunta logramos conocer que el 89% equivalente a 328 mujeres encuestadas no conocen claramente de que se trata una procesadora de productos cárnicos por lo cual inmediatamente se procedió a darles a cada una de ellas un breve resumen sobre este tipo de negocio para que de esta manera podamos continuar con las siguientes preguntas que conforman la encuesta.

2.- ¿Considera usted importante la creacion de una empresa procesadora de carnes y embutidos dentro de este canton?		
Referencia	Nº	%
SI	368	100,00%
NO	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

Al 100% que equivale a 368 personas que fueron seleccionas para realizar esta encuesta les gusto la idea de la creación de una Procesadora de carnes y embutidos dentro del Cantón Naranjito por lo tanto mediante esta pregunta identificamos que este negocio tendrá una acogida positiva por parte de los habitantes de dicho Cantón.



3.- ¿Qué tipo de carne es la que usted mas comunmente consume en sus alimentos?		
Referencia	Nº	%
Res	217	59,00%
Pollo	147	40,00%
Cerdo	4	1,00%
Otras	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

En esta pregunta logramos diferenciar que tipo de carne consumen con mas eventualidad las personas encuestadas arrojando un resultado que el 59% equivalente a 217 personas prefieren la carne de res para su alimentación diaria en cada uno de sus hogares.

4.- ¿Estaría conforme en pagar un precio adicional por adquirir variedad en carnes seleccionadas bajo estrictos controles de calidad?		
Referencia	Nº	%
SI	368	100,00%
NO	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

Se puede visualizar en esta tabla estadística que todas las personas a quien se le realizo la encuesta están de acuerdo a pagar un precio adicional por un producto que será comercializado bajo los estrictos controles de calidad, ofreciendo de esta manera confianza dentro del mercado que se estará enfocado.



5.- ¿Qué marca de embutidos es la que Ud. más prefiere para su hogar?

Referencia	Nº	%
la italiana	55	15,00%
la vienesa	77	21,00%
la europea	236	64,00%
otras	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

En lo que respecta a embutidos las personas prefieren productos la europea, reflejando un nivel de aceptación dentro de esta encuesta del 64% equivalente a 236 personas ya que la europea cuenta con variedad y calidad de productos que ofrece dentro del mercado nacional, estableciendo así dentro del negocio confiabilidad en todos los aspectos.

6.- ¿Considera importante el aseo y la correcta presentación en los alimentos?

Referencia	Nº	%
SI	368	100,00%
NO	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

El 100% equivalente a 368 persona que es el total de encuestados dieron una rotunda aceptación a que el nivel de aseo y presentación de los alimentos en general es de vital importancia en la comercialización, estableciendo con esto una cultura diferente a la que se ha venido dando en este tipo de mercado de productos cárnicos.



7.- ¿Qué influencia tiene en usted en la selección del producto alimenticio en el momento de realizar la compra?

Referencia	Nº	%
ALTA	213	58,00%
MEDIA	155	42,00%
BAJA	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

El 58% equivalente a 213 personas tienen un grado de influencia alto al momento de realizar las compras en los productos alimenticios, reconociendo así que la mayoría de las personas encuestadas son las que más influyen al momento de realizar la selección de los productos.

8.-Esta usted conforme con el actual mecanismo como se presentan y venden los diferentes productos carnicos?

Referencia	Nº	%
SI	0	0,00%
NO	368	100,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

Las personas de esta localidad no están conformes con el actual mecanismo en que se comercializan los diferentes productos cárnicos, identificando en esta pregunta que los consumidores del Cantón Naranjito no sienten la confianza en la actualidad al momento de adquirir dichos productos.



9.- ¿Actualmente donde compra los diferentes productos cárnicos?		
Referencia	Nº	%
Mercado municipal	85	23,00%
Comisariatos	25	7,00%
Negocios Formales	258	70,00%
otras	0	0,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

Identificamos en esta pregunta que la mayoría de las personas que fue realizada esta encuesta el 70% equivalente a 258 realizan sus compras en los negocios formales ya que es costumbre donde se comercializa los productos al aire libre y en un ambiente de insalubridad causando así la desconfianza en cada uno de los consumidores.

10.-¿Que productos adicional a los que Ud. consume comúnmente le gustaría que se incluyan en la empresa?		
Referencia	Nº	%
Borrego	283	77,00%
Gallina criolla	85	23,00%
Total	368	100,00%

Análisis:

En esta pregunta reconocemos cuales fueron los dos productos adicionales que tendrán la acogida en el negocio estableciendo de esta manera una variedad y calidad brindando siempre la confianza y satisfacción de cada uno de los consumidores del Cantón Naranjito.



4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

HIPOTESIS	VARIABLES
La formalización en el procesamiento y comercialización de productos cárnicos y embutidos mejorara el nivel de consumo en el cantón Naranjito.	En la encuesta que se realizo a las personas del cantón Naranjito logramos reconocer que esta hipótesis da resultados favorables y que incentiva a la creación de esta empresa.
La escasa presencia de procesadoras de carnes en el cantón Naranjito disminuye la confianza para el consumo de este tipo de productos alimenticios.	En las preguntas 8 y 9 se identifica que en la actualidad hay inconformidad por parte de los habitantes del cantón naranjito al momento de adquirir productos cárnicos.
La ausencia de proveedores que cumplan con las exigencias de aseo en la distribución causa insatisfacción en este mercado de productos cárnicos.	En las preguntas 3, 4, 5 y 6 identificamos que las personas prefieren productos seleccionados que cuenten con buena calidad y presentación para el consumo diario.
La costumbre de los consumidores al sentirse conformes con los productos cárnicos que se ofrece en la actualidad dentro de esta localidad ocasionando esto la poca captación de clientes.	En las preguntas 6, 7, 8 y 9 da como resultado una hipótesis positiva que las personas si están de acuerdo en que exista otro método de comercialización brindando calidad.
La presencia de una empresa procesadora de productos cárnicos en el Cantón incrementara el turismo comercial en el mismo.	En la pregunta 2 los resultados arrojados da constancia que esta hipótesis da resultado incentivando esto a poner en marcha este proyecto.



CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de una empresa procesadora y comercializadora de carnes y embutidos en el Cantón Naranjito.

5.2 FUNDAMENTACION

Administración: Conjunto ordenado y sistematizado de principios, técnicas y prácticas que tiene como finalidad apoyar la consecución de los objetivos de una organización a través de la provisión de los medios necesarios para obtener los resultados con la mayor eficiencia, eficacia y congruencia; así como la óptima coordinación y aprovechamiento del personal y los recursos técnicos, materiales y financieros.

Alimentación: Es la ingestión de alimento por parte de los organismos para proveerse de sus necesidades alimenticias, fundamentalmente para conseguir energía y desarrollarse.

Consumo: Es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, y otros géneros de vida efímera, o bienes y servicios, como la energía, entendiendo por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias.



Contingencia: Los procedimientos alternativos al orden normal de una empresa, cuyo fin es permitir el normal funcionamiento de esta, aún cuando alguna de sus funciones se viese dañada por un accidente interno o externo.

Control de calidad: El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores.

Comercialización: Es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.

Costo: El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Entorno: Ambiente que rodea a una persona o cosa e influyen en su desarrollo

Higiene: Es el conjunto de conocimientos y técnicas que aplican los individuos para el control de los factores que ejercen o pueden ejercer efectos nocivos sobre su salud.

Higiene de alimentos: Es el conjunto de medidas que deben realizarse al manipular los alimentos con el objeto de prevenir daños potenciales a la salud ya que Los alimentos pueden transmitir enfermedades de persona a persona así como ser un medio de crecimiento de ciertas bacterias (tanto en el exterior como en el interior del alimento) que pueden causar intoxicaciones alimentarias.

Manipulación: Acción y efecto de coger una cosa con la debida precaución.

Manipulación de productos: Es la acción que se realiza al momento de seleccionar los productos que se van a comercializar con la debida precaución para los consumidores.

Normas de higiene: Son aplicaciones prácticas adecuadas que sirven durante la manipulación de alimentos, reduciendo considerablemente el riesgo que entrañan las enfermedades de origen alimentario.



Procesadora: Es someter a la materia prima a una correcta manipulación y procedimiento con la preocupación por brindar un servicio eficiente garantizado acorde con las exigencias del consumidor.

Proveedor: Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Productos cárnicos: Son aquellos productos que contengan carne de mamíferos y aves de corral o caza destinada al consumo humano.

Derivados de los productos cárnicos o embutidos: Son aquéllos elaborados con un tipo de carne o una mezcla de 2 o más carnes y grasa, molidas o picadas, crudas o cocinadas, condimentada con hierbas aromáticas, diferentes especias y aditivos permitidos, colocados en tripas naturales o artificiales o moldes y que se someten a uno o más de los tratamientos de curado, secado, ahumado y cocción.

5.3 JUSTIFICACION

Una vez obtenido los resultados de la encuesta hemos logrado conocer cuáles son las problemáticas y preferencias de productos cárnicos en los consumidores situados en la localidad de Naranjito.

En base a cada una de las preguntas planteadas a los encuestados se pudo conocer que tendrá una rotunda aceptación la creación de una empresa procesadora y comercializadora de carnes y embutidos en el cantón Naranjito.

Entre los productos cárnicos y embutidos de mayor consumo dentro de esta localidad se estableció mediante esta encuesta que la carne de res y embutidos “La Europea” tiene más demanda por parte de los consumidores del este cantón y entre los productos cárnicos que los encuestados le gustaría que se ofrezca es la carne de borrego y carne de gallina criolla o de campo siendo estos una exigencia del cliente a la cual se estaremos enfocado a satisfacer dicha necesidad.

En lo que respecta a la cultura de comercialización de productos cárnicos dentro de este cantón identificamos que los consumidores no están conformes como es



llevada dicha comercialización ya que la mayoría de ellos adquieren mencionados productos en negocios pequeños informales donde no se establecen normas de higiene y aseo trayendo con esto desconfianza en los consumidores.

En base a dicho análisis general de la encuesta se ha logrado a llegar a la conclusión que los consumidores del cantón Naranjito no se sienten satisfechos con dicha comercialización de dichos productos cárnicos ya que en los sitios en los que comercializa no establecen debidas normas de aseo causando esto en los clientes un temor y desconfianza lo cual el consumo de estos productos podría ser perjudicial para su salud logrando así que este mercado en esta localidad se pierda con el pasar del tiempo, reconociendo esta realidad se ha llegado a establecer que la creación de una empresa procesadora y comercializadora de carnes y embutidos que cumpla con las exigentes normas requeridas de higiene será de gran aceptación por parte de los habitantes ya que se podrá brindar una nueva imagen de comercialización mediante variedad y calidad trayendo consigo la llegada de esta empresa desarrollo y turismo de mercado para el cantón Naranjito.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Implementar una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos y embutidos aplicando las mejores herramientas y maquinarias para el procesamiento de los productos en pro de convertirnos en la primera opción de compra dentro del Cantón Naranjito.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Contar con un capital considerable para implementar la empresa procesadora y comercializadora de carnes y embutidos.
- Reconocer un área específica y estratégica para la fácil captación de nuevos clientes en el mercado local y sus alrededores.



- Estructurar un espacio adecuado para comercializar los productos de una manera ordenada para cada cliente asegurando con esto una confiabilidad hacia esta empresa.
- Contar con proveedores reconocidos y confiables para que de esta manera se pueda ofrecer un producto de calidad y crear satisfacción en el cliente.
- Determinar la marca y clase de producto que es de preferencia para el consumidor.

5.5 UBICACIÓN

Esta empresa estará ubicada en:

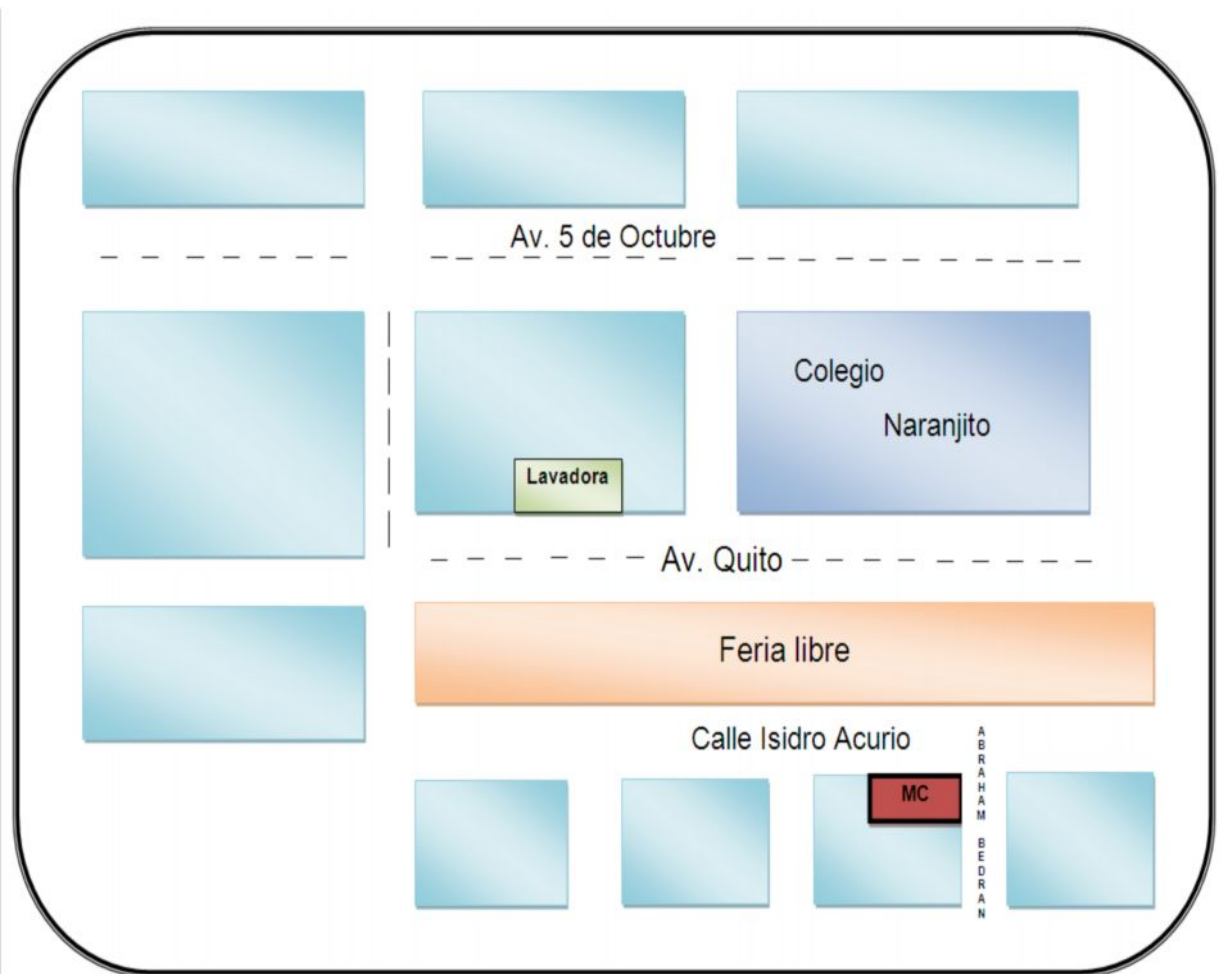
País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjito

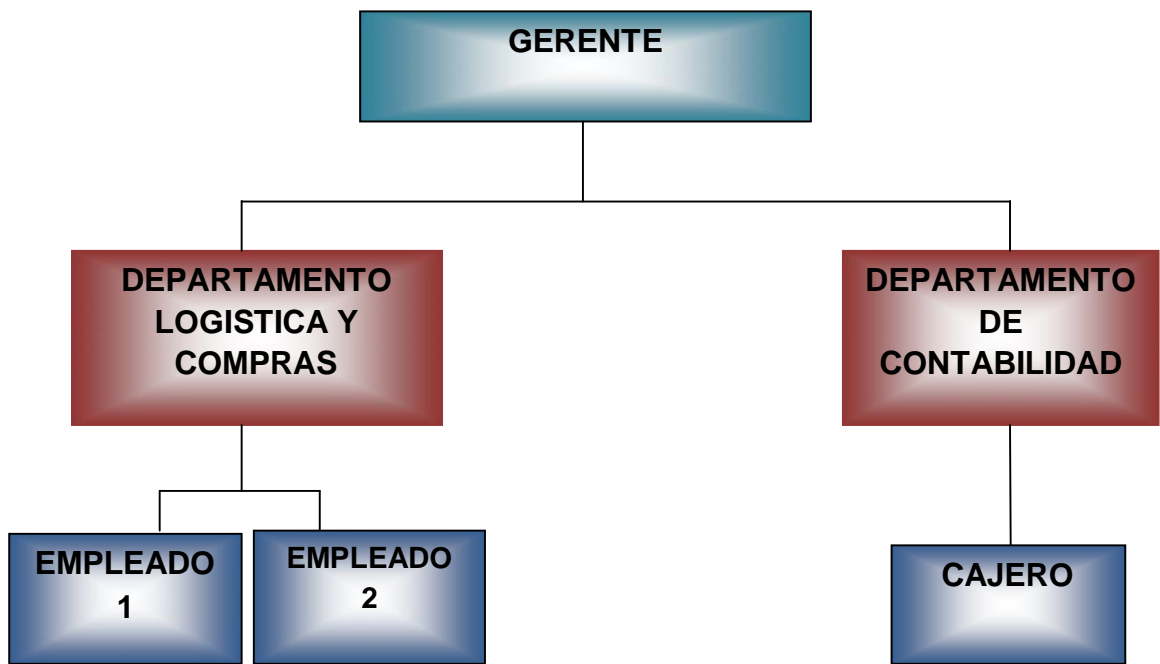
Calles: Isidro Acurio y Abraham Bedran

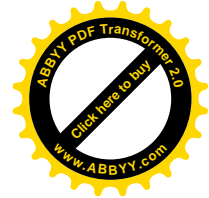
CROQUIS DE LA DIRECCION DE LA EMPRESA





5.6 FACTIBILIDAD





5.6.1 MANUAL DE FUNCIONES

Denominación del cargo:

Gerente

Profesión:

Ingeniero comercial o carreras a fines.

Área:

Administrativa

Supervisado por:

Propietario

Supervisa a:

Departamento de logística y compras

Departamento de contabilidad

Naturaleza del cargo:

Manejar el negocio de manera eficaz observando y corrigiendo las deficiencias en las actividades.

Funciones específicas:

- Controlar el buen desenvolvimiento de todas las áreas.
- Planificar cada de las acciones a ejecutar en el negocio.
- Organizar cada una de las actividades que beneficien a la organización.

Requisitos:

- Sexo masculino o femenino
- Ser Ingeniero comercial o tener estudios superiores en carreras administrativas.
- Edad entre 25 y 35.



Denominación del cargo:

Departamento de logística y compras

Profesión:

Ingeniero Comercial

Área:

Administrativa

Supervisado por:

Gerente

Supervisa a:

Empleado 1

Empleado 2

Naturaleza del cargo:

- Ocuparse del buen desempeño de las instalaciones del Negocio.
- Realiza la compra y pago a los proveedores.

Funciones específicas:

- Mantener el buen funcionamiento de todas las áreas que Comprende la empresa.

Requisitos:

- Sexo masculino.
- Edad entre 24 y 35.



Denominación del cargo:

Departamento de Contabilidad

Profesión:

Ingeniera en C.P.A

Área:

Contabilidad

Supervisado por:

Gerente

Supervisa a:

Cajero

Naturaleza del cargo:

- Ocuparse de informar al gerente sobre las ventas en el negocio y crear estados financieros.

Funciones específicas:

- Mantener el control de las cuentas y manejo eficiente de los Ingresos y egresos de la empresa.

Requisitos:

- Sexo femenino.
- Edad entre 24 y 35.



Denominación del cargo:

Empleado 1

Profesión:

Bachiller

Área:

Administrativa

Supervisado por:

Departamento de logística y compras

Supervisa a:

Ninguno

Naturaleza del cargo:

- Ocuparse de informar al departamento de logística sobre las ventas en el negocio
- Atención a los clientes

Funciones específicas:

- Venta y verificación de mercadería.

Requisitos:

- Sexo masculino.
- Edad entre 20 y 28.



Denominación del cargo:

Empleado 2

Profesión:

Bachiller

Área:

Administrativa

Supervisado por:

Departamento de logística y compras

Supervisa a:

Ninguno

Naturaleza del cargo:

- Ocuparse de informar al departamento de logística sobre las ventas.
- Atención al cliente.

Funciones específicas:

- Venta y verificación de mercadería.

Requisitos:

- Sexo masculino.
- Edad entre 20 y 28.



Denominación del cargo:

Cajero

Profesión:

Estudiante de niveles superiores en carrera administrativa

Área:

Contabilidad

Supervisado por:

Departamento de contabilidad

Supervisa a:

Ninguno

Naturaleza del cargo:

- Ocuparse de informar al departamento de contabilidad sobre las ventas en el negocio.

Funciones específicas:

- Mantener el control de los ingresos.

Requisitos:

- Sexo femenino.
- Edad entre 22 y 35.



5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Misión:

Comercializar productos cárnicos previamente procesados mediante exigentes normas de higiene implementando tecnología de punta y contando con un personal debidamente capacitado a ofrecer una excelente atención a la localidad del Cantón Naranjito y sus alrededores.

Visión:

Posesionar nuestra empresa como líder en el mercado local y sus zonas de influencia aplicando nuevas técnicas y tecnología en lo que a comercialización de productos cárnicos se refiere.

Objetivo:

Ofrecer productos cárnicos debidamente seleccionados y manipulados bajo estrictas normas de higiene para la satisfacción y confianza de cada uno de los clientes que residen dentro y fuera del Cantón Naranjito.

Objetivos específicos:

- Seleccionar proveedores que cumplan con las normas de calidad establecidas en el negocio.
- Realizar encuestas periódicas acerca de la atención brindada dentro de este negocio.
- Brindar comodidad y seguridad a los clientes dentro de las instalaciones al momento de adquirir los productos.



- Establecer políticas de aseo para con los empleados encargados del procesamiento de los productos.
- Mantener un eficiente ambiente laboral.

Valores corporativos:

- **Calidad:**

Establecer calidad en nuestros productos es compromiso de la organización para crear una nueva cultura en lo que respecta a consumo de productos cárnicos.

- **Confianza:**

La confianza es la opinión favorable que se da hacia una persona o grupo de personas para alcanzar las metas y actuar de manera adecuada en beneficio de la organización.

- **Seguridad:**

La seguridad que se establece dentro de la empresa es de vital importancia para construir un agradable ambiente laboral estableciendo así pautas para el logro de los objetivos.

- **Lealtad:**

La lealtad hace referencia la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

- **Honestidad:**

Tiene que ver con la rectitud, honorabilidad, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes de la empresa.



➤ **Respeto:**

El respeto a los demás es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral de la empresa.

FODA

Fortalezas:

- Comercialización de producto de primera necesidad.
- Selección adecuada del producto.
- Variedad de productos.
- Equipos adecuados para la manipulación del producto.
- Ubicación del negocio.
- Selección cuidadosa de proveedores.
- Aplicación de estándares de calidad.
- Manejo de políticas internas de funcionamiento.

Debilidades:

- Nuevos en el mercado.
- No contar con base de datos de proveedores.
- Acceso vehicular reducido para los clientes.
- Personal con poca experiencia en la manipulación de productos cárnicos.

Oportunidades:

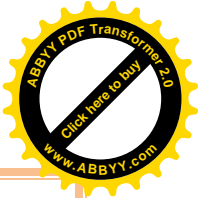
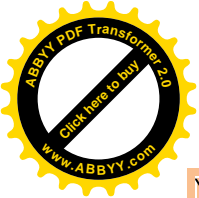
- Adquisición de nueva tecnología.
- Apertura a convenios con clientes mayoristas.
- Acceso a nuevos mercados.
- Convenios con proveedores.



- Acceso a programas de desarrollo empresarial planteados por el Estado.
- Crecimiento poblacional y desarrollo socioeconómico en el Cantón Naranjito.

Amenazas:

- Inestabilidad política.
- Alza de costos en los equipos.
- Ingresos de nuevos competidores.
- Barreras para financiamiento.
- Escaso compromiso del equipo de trabajo.
- Desastres naturales.
- Aparición de nuevas epidemias en la materia prima.



<p style="text-align: center;">INTERNAS</p> <p style="text-align: center;">EXTERNAS</p>	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comercialización de producto de primera necesidad. -Selección adecuada y variedad del producto. -Equipos adecuados para la manipulación del producto. -Ubicación del negocio. -Selección cuidadosa de proveedores. -Aplicación de estándares de calidad. -Manejo de políticas internas de funcionamiento. 	<p>Debilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nuevos en el mercado. -No contar con base de datos de proveedores. -Acceso vehicular reducido para los clientes. -Personal con poca experiencia en la manipulación de productos cárnicos.
<p>Oportunidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Adquisición de nueva tecnología. -Apertura a convenios con clientes mayoristas. -Acceso a nuevos mercados. -Convenios con proveedores. -Acceso a programas de desarrollo empresarial. -Crecimiento poblacional y desarrollo socioeconómico en el Cantón Naranjito. 	<p>FO (Max-Max)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Acceso a nuevos créditos brindados por parte de instituciones públicas o privadas para ejecutar planes de desarrollo e implementación a beneficio de la empresa. -Nuevos conocimientos y aplicación de actualizados procesos de procesamiento de productos cárnicos. 	<p>DO (Min-Max)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacitar e instruir al personal para la aplicación de nuevas técnicas de ventas que atraigan el interés de nuevos clientes. -Publicidad constante en distintos medios reconocidos para darnos a conocer como empresa y acerca nuestros productos ayudando esto abarcar el mercado.
<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inestabilidad política. -Alza de costos en los equipos. -Ingresos de nuevos competidores. -Barreras para financiamiento. -Escaso compromiso del equipo de trabajo. -Desastres naturales. -Aparición de nuevas epidemias en la materia prima. 	<p>FA (Max-Min)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar la presencia de proveedores calificados y reconocidos en el mercado por su experiencia para lograr obtener la materia prima en el momento requerido. -Establecer variedad y calidad constante en nuestros productos para desarrollar barreras en los posibles nuevos competidores en este mercado. 	<p>DA (Min-Min)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Realizar mantenimiento en las maquinarias y herramientas de trabajo para así alargar el tiempo de vida útil y brindar un buen producto. -Realizar capacitación periódica a los empleados para la buena atención y de esa manera se sienta comprometido con la empresa al logro de los objetivos.



Marketing Mix

Producto: Un producto es un bien o servicio que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Contar con proveedores conocidos en el ámbito comercial de productos cárnicos para que se pueda obtener la calidad requerida y brindar a cada uno de los clientes confianza y satisfacción con cada producto que consuma.

Para comercializar un producto confiable y de calidad estableceremos un proceso en cual se basa en la manipulación de los diferentes tipos de carnes utilizando herramientas necesarias para la respectiva limpieza previamente ya seleccionando el tipo de carne para darle una respectiva presentación al producto estableciendo el peso y precio justo para mayor comodidad de cada cliente.

Ventajas

- Productos seleccionados
- Productos higiénicamente manipulados
- Obtener siempre un producto bueno y en buen estado.
- Una atención buena, rápida y cordial.
- Peso justo y un buen precio.
- Variedad en productos.



Carne de res
Carne fileteada
Lomo fino
Lomo de asado
Pajarilla
Pulpa
Salón
Carne para estofado
Carne molida
Carne con hueso
Hueso carnudo
Hueso blanco
Chucuzuela
Costilla

Carne de pollo
Pechuga
Pechuga y ala
Piernas y muslos
Alas y espaldillas
Alas
Menudencia
Pollo entero
Gallina

Carne de borrego
Costilla
Pierna

Carne de cerdo
Chuleta
Medallones de pierna o brazo
Fritada
Costilla
Hueso carnudo
Cuero
Patas

Vísceras de res
Hígado
Corazón
Riñón
Lengua
Patas
Mondongo

Embutidos
Mortadela
Chuzo cervecero
Chuzo ahumado
Chorizo especial
Chuzo de pollo
Chorizo de ternera
Coctelitos
Longaniza



Precio: Se puede definir como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio adquirido.

Estableceremos precios justos tomando en cuenta el tipo de carne de calidad que ofreceremos para satisfacer las necesidades de cada cliente y brindar confianza al momento de elegirnos como negocio.

Carne de res	Precios por libra
Carne fileteada	\$2.50
Lomo fino	\$2.70
Lomo de asado	\$2.20
Pajarilla	\$2.20
Pulpa	\$2.20
Salón	\$2.20
Carne para estofado	\$1.50
Carne molida	\$1.50
Carne con hueso	\$1.50
Hueso carnudo	\$1.00
Hueso blanco	\$0.60
Chucuzuela	\$1.00
Costilla	\$1.10

Carne de pollo	Precios por libra
Pechuga	\$1.40
Pechuga y ala	\$1.30
Piernas y muslos	\$1.30
Alas y espaldillas	\$1.25
Alas	\$1.25
Menudencia	\$1.00
Pollo entero	\$1.20
Gallina	\$2.50

Visceras de res	Precios por libra
Hígado	\$2.20
Corazón	\$2.00
Riñon	\$1.50
Lengua	\$2.00
Patatas	\$1.10
Mondongo	\$2.00



Carne de cerdo	Precios por libra
Chuleta	\$2.50
Medallones de pierna o brazo	\$2.00
Fritada	\$2.20
Costilla	\$2.10
Hueso carnudo	\$1.75
Cuero	\$1.00
Patas	\$1.50

Embutidos	Precios por libra
Mortadela	\$2.60
Chuzo cervecero	\$1.20
Chuzo ahumado	\$1.25
Chorizo especial	\$1.50
Chuzo de pollo	\$1.50
Chorizo de ternera	\$2.50
Cocktelitos	\$1.10
Longaniza	\$2.00

Carne de borrego	Precios por libra
Costilla	2.50
Pierna	2.60

Plaza: Una plaza es un espacio urbano público, amplio y descubierto, en el que se suelen realizar gran variedad de actividades comerciales. Por lo que estaremos ubicados en un lugar estratégico y comercial del Cantón Naranjito, donde aplicando técnicas de mercado tendríamos la oportunidad de captar nuevos clientes con el pasar del tiempo.

Estableciendo así que nuestra principal plaza será en el cantón Naranjito específicamente las amas de casa ya que ellas tienen el mayor grado en la decisión de compra al momento de adquirir los productos que se van a consumir diariamente en el hogar.



Ventajas

- Lugar estratégico
- Amplia influencia comercial
- Calles reconocidas en la localidad

Desventajas

- Acceso reducido para vehículos.
- Calles en mal estado por ende perjudica el aseo externo de la empresa.

Promoción y Publicidad: Es un elemento de la mezcla de mercadotecnia, consiste en incentivos de corto plazo que la empresa realiza para fomentar la venta de un producto o servicio. Para nuestros clientes estableceremos días específicos de promoción causando así interés hacia nuestro negocio por parte de los clientes siempre y cuando brindando la calidad que nos caracteriza como empresa.

Para darnos a conocer dentro de este mercado estableceremos una campaña publicitaria en los distintos medios como radio, televisión y prensa escrita de la localidad ayudando esto a que los clientes conozcan acerca del producto que brindamos y sembrar en ellos la confianza y preferencia hacia nuestra empresa.

Nombre de la empresa:

Multicarnes.- Hemos seleccionado este nombre debido a que es la combinación de dos palabras debido a que Multi nos indica variedad y Carnes se debe a los tipos de productos cárnicos que se va a ofrecer plasmando de esta manera un fácil reconocimiento del negocio, especificando unas de las varias fortalezas que tiene esta organización y facilitar en el cliente una rápida visualización de nuestra empresa.

Eslogan:

Calidad y variedad al alcance de su hogar



Logo de la empresa:



Tarjetas de presentación:

Dirección: Isidro Acurio y Abraham Bedram (sector feria libre)

Horario de Atención:
Lunes a Domingo: 7H00 a 19H00
Teléfono: 2721-323
Celular: 085841699
email: multicarnes-naranjito@hotmail.com

Otorgamos productos cárnicos y embutidos de calidad

- Res
- Pollo
- Cerdo
- Borrego
- Embutidos en general

Naranjito - Guayas - Ecuador



VOLANTES PUBLICITARIAS:



OFECEMOS PRODUCTOS CARNICOS Y EMBUTIDOS DE PRIMERA CALIDAD CON LA HIGIENE REQUERIDA PARA SATISFACCION Y CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES.

- Pollo
- Carne de res
- Carne de cerdo
- Carne de borrego
- Embutidos

Dirección: Isidro Acurio y Abraham Bedran (Zona feria libre)

Horario de atención: lunes a domingo de 7H00 a 19h00

Teléfonos: 2-721-323 / 085841699



Multicarnesnaranjito



@Multicarnesnaranjito



Personal de ventas: La venta personal es la más poderosa forma de comunicación persuasiva, y representa el último eslabón del ciclo de convencimiento del cliente. El elemento principal en esta forma de comunicación, es la capacidad de retroalimentación inmediata al receptor.

Contar con personal altamente capacitado para brindar una atención y orientación de calidad a cada uno de nuestros clientes causando así una buena imagen por parte de los clientes sintiéndose ellos satisfecho y cómodos de adquirir nuestros productos.

El personal manipulador de productos cárnicos deberá cumplir con las siguientes normas de higiene:

- Poseer carnet de manipulador o documento acreditativo por parte de la empresa.
- Mantener en todo momento la máxima pulcritud en su aseo personal y utilizar ropa de uso exclusivo para el trabajo, cubrecabezas, guantes descartables y calzado adecuado a su función, todo ello en perfecto estado de limpieza.
- Lavarse las manos con agua y jabón, o detergente adecuado, tantas veces lo requieran las condiciones de trabajo, siempre que se simultaneen dos actividades y siempre antes de incorporarse al puesto y después de haber realizado actividades ajenas a su cometido específico.
- El manipulador aquejado de enfermedad transmisible o que sea portador de gérmenes patógenos deberá ser excluido de toda actividad directamente relacionada con los productos hasta su total curación clínica y bacteriológica.
- Si existe lesión cutánea susceptible de contaminar directa o indirectamente los productos, al manipulador afectado se le facilitará el oportuno tratamiento y, en su caso, una protección con vendaje impermeable.

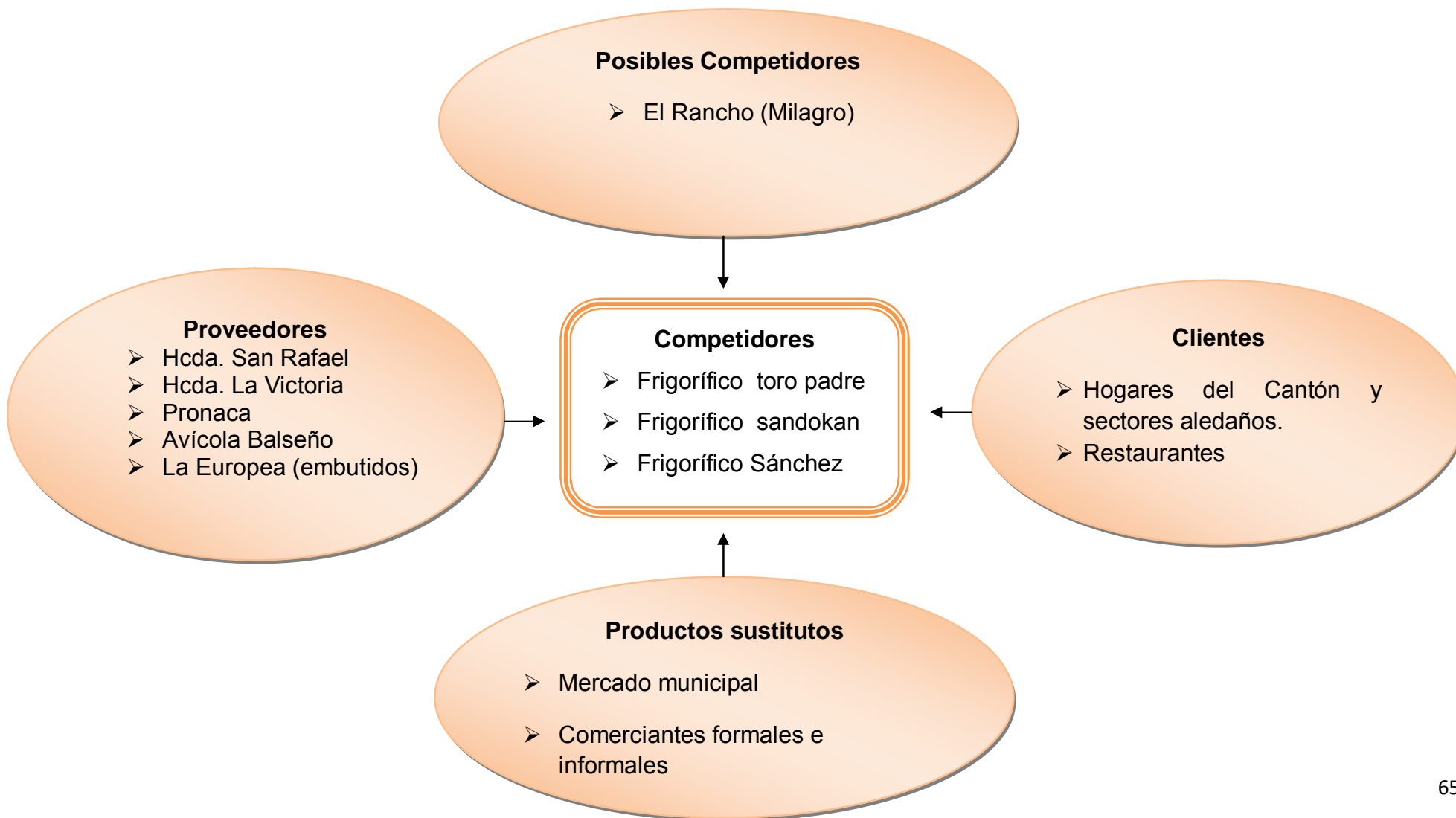
Queda expresamente prohibido:

- Realizar durante la manipulación las siguientes prácticas:
 - Fumar y masticar goma.
 - Comer en el puesto de trabajo.



- Utilizar prendas de trabajo distintas a las reglamentarias.
 - Estornudar o toser sobre los productos.
 - Cualquier otra actividad que pueda ser causa de la contaminación de los productos.
- La presencia injustificada de personas ajenas a la empresa en las zonas de almacenamiento y procesamiento de los productos.

Las cinco fuerzas de Porter





Las cinco Fuerzas de Porter es un modelo que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad y su entorno, según Porter la rivalidad entre competidores es el resultado de la combinación de cinco fuerzas, el clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes:

Hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o compradores, por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Además de la cantidad de compradores que existan, el poder de negociación de los compradores también podría depender del volumen de compra, la escasez del producto, la especialización del producto, etc.

Cualquier que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores.

El análisis del poder de negociación de los consumidores o compradores, nos permite diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos, por ejemplo, estrategias tales como aumentar la publicidad u ofrecer mayores servicios o garantías.

Los principios de esta fuerza son:

- Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.
- Grado de dependencia de los canales de distribución.
- Posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costos fijos.
- Volumen comprador.
- Costos o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- Disponibilidad de información para el comprador.



- Existencia de productos sustitutos.
- Sensibilidad del comprador al precio.
- Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.
- Análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).

Reconociendo estas pautas acerca del poder de negociación de los clientes hemos establecido dentro de nuestra empresa que estaremos enfocados los puntos antes mencionado para que sea posible obtener la confianza para beneficio de los hogares y restaurantes del cantón Naranjito y sectores aledaños.

(F2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores:

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc.

Algunos factores asociados a la segunda fuerza son:

- Facilidades o costes para el cambio de proveedor.
- Grado de diferenciación de los productos del proveedor.
- Presencia de productos sustitutos.
- Concentración de los proveedores.
- Solidaridad de los empleados (ejemplo: sindicatos).
- Amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores.
- Coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.

Se tendrá en consideración diversos proveedores de calidad y reconocidos en el mercado de productos cárnicos estableciendo con esto una variedad y satisfacción para nuestros clientes.



Características de proveedores:

Hacienda san Rafael y Hacienda la Victoria es el resultado de años de trabajo y constancia, reconocidos comerciantes de ganado con trayectoria en este mercado con más de 15 años en la crianza y venta, ubicadas en la vía Bucay-Naranjito.

Pronaca es una empresa ecuatoriana que goza de confianza y aceptación dentro y fuera del país, como empresa procesadora y comercializadora de alimentos, ha logrado reconocimiento por la calidad de sus productos que provienen de los sectores cárnicos, agroindustrial y acuicultura ubicada en Guayaquil en Km. 2 ½ Av. Juan Tanca Marengo.

Avícola el Balseño una empresa joven con 8 años de inicio, que ha logrado obtener la confianza por parte de los consumidores en el consumo de aves ubicada en el sector Naranjito entre Simón Bolívar y García Moreno.

La Europea reconocida empresa a nivel nacional dedicada a la elaboración de embutidos con estándares de calidad para el consumo familiar, con su distribuidor autorizado Garbadis ubicada en Guayaquil en Cdla. Las tejas mz.15 solar 6.

(F3) Amenaza de nuevos entrantes:

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan el mismo tipo de producto.

Al intentar entrar una nueva empresa a una industria, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de canales de distribución, falta de acceso a insumos, saturación del mercado, etc. Pero también podrían fácilmente ingresar si es que cuenta con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos.

El análisis de la amenaza de la entrada de nuevos competidores nos permite establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores, tales como la búsqueda de economías de escala o la obtención de tecnologías y



conocimientos especializados; o, en todo caso, nos permite diseñar estrategias que hagan frente a las de dichos competidores.

Algunos factores que definen ésta fuerza son:

- Existencia de barreras de entrada.
- Economías de escala.
- Diferencias de producto en propiedad.
- Valor de la marca.
- Requerimientos de capital.
- Acceso a la distribución.
- Ventajas absolutas en costos.
- Represalias esperadas.
- Acceso a canales de distribución.
- Mejoras en la tecnología.

Estableceremos barreras de entradas dentro del mercado en que vamos a laborar aplicando técnicas de marketing para obtener nuevos clientes y fomentar en los clientes una nueva perspectiva para el consumo de productos cárnicos con estrictas normas de higiene beneficiando así en la salud y estilo de vida.

(F4) Amenaza de productos sustitutos:

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan productos sustitutos o alternativos a los de la industria.

La entrada de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores opten por un producto sustituto.

En análisis de la amenaza del ingreso de productos sustitutos nos permite diseñar estrategias destinadas a impedir la penetración de las empresas que vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

Hay mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. Podemos citar, entre otros, los siguientes factores:



- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

Brindando y manipulando productos cárnicos de calidad bajo estrictas normas de higiene crearemos una barrera en la cual los clientes se sientan seguros de consumir nuestra variedad de productos sin necesidad de buscar a sustitutos que no cumplan con sus expectativas de consumo.

(F5) Rivalidad entre los competidores:

Las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.

El grado de rivalidad entre los competidores aumentará a medida que se eleve la cantidad de éstos, se vayan igualando en tamaño y capacidad, disminuya la demanda de productos, se reduzcan los precios, etc.

El análisis de la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras estrategias o ventajas competitivas con las de otras empresas rivales y, de ese modo, saber, por ejemplo, si debemos mejorar o rediseñar nuestras estrategias.

5.7.1 Actividades

ACTIVIDADES A REALIZAR MULTICARNES
Nombre de las tarea
1.- Tramites para prestamo bancario
2.- Adquisición de prestamo bancario
3.- Busqueda de espacio fisico
4.- Negociacion con el arrendatario
5.- Firma de contrato de arriendo
6.- Acondicionamiento del local
7.- Compra de maquinarias e implementos
8.- Adquisición de permisos de funcionamiento
9.- Contratacion de empleados
10.- Lanzamiento de publicidad
11.- Apertura del negocio



5.7.2 Recursos, análisis financiero

Materiales

Implementos	Características
Sierra circular	Marca: JR
Molino	Molino de carne
Fileteadora	Torey
Frigorífico	Exhibidora Chimborazo
Congelador x 2	SMC 16 pies
Cuchillos	Juego de cuchillos Tramontina
Computadora	Marca: LG 16"
Escritorio	Escritorio
Sillas	Sillas
Bacula	Bacula detecto
Balanza electrónica	Marca: soyoda
Mesa de trabajo	Mesa de trabajo especial para carne
Extintor	Extintor
Botiquín	botiquín primeros auxilios
Letrero luminoso	Letrero luminoso
Máquina registradora	Máquina registradora



Cuadros del análisis financiero:

MULTICARNES			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
2	ESCRITORIOS	200,00	400,00
2	SILLAS DE ESCRITORIO	80,00	160,00
5	SILLAS DE ESPERA	30,00	150,00
1	ARCHIVADORES	80,00	80,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		790,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
2	CALCULADORAS/SUMADORAS	50,00	100,00
1	TELEFONOS	40,00	40,00
1	IMPLEMENTOS VARIOS	25,00	25,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		165,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
2	COMPUTADORAS	700,00	1.400,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300,00	300,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.700,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
1	SIERRA CIRCULAR	1.400,00	1.400,00
1	MOLINO DE CARNE	900,00	900,00
1	FILETEADORA	800,00	800,00
1	FRIGORIFICO (EXHIBIDOR)	1.700,00	1.700,00
2	CONGELADORES	1.000,00	2.000,00
1	JUEGOS DE CUCHILLOS	100,00	100,00
1	BASCULA	300,00	300,00
2	BALANZAS ELECTRONICAS	250,00	500,00
1	MESAS DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	800,00	800,00
1	EXTINTOR	40,00	40,00
1	BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS	30,00	30,00
1	LETRERO LUMINOSO	200,00	200,00
1	MAQUINA REGISTRADORA	400,00	400,00
1	IMPLEMENTOS DE ASEO PARA EMPLEADOS	200,00	200,00
1	IMPLEMENTOS PARA EMPACAR EL PRODUCTO	100,00	100,00
1	IMPLEMENTOS DE ASEO PARA EL NEGOCIO	100,00	100,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		9.570,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		12.225,00

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	790,00	10%	6,58	79,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.700,00	33%	47,22	566,61
EQUIPO DE OFICINA	165,00	10%	1,38	16,50
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	9.570,00	10%	79,75	957,00
TOTAL	12.225,00		134,93	1.619,11

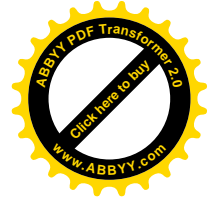
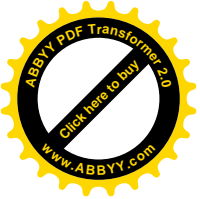
MULTICARNES

GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 GERENTE ADMINISTRATIVO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	14.400,00	15.196,32	16.036,68	16.923,50	17.859,37
1 GERENTE DE LOGISTICA Y COMPRAS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.663,60	13.363,90	14.102,92	14.882,81
1 GERENTE FINANCIERO	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.663,60	13.363,90	14.102,92	14.882,81
2 EMPLEADOS	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	6.336,00	6.686,38	7.056,14	7.446,34	7.858,12
1 CAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.799,08	4.009,17	4.230,88	4.464,84
APORTE PATRONAL	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	376,62	4.519,42	4.769,34	5.033,08	5.311,41	5.605,13
DECIMO CUARTO				1.584,00									1.584,00	1.671,60	1.764,03	1.861,59	1.964,53
DECIMO TERCERO												4.404,62	4.404,62	4.648,19	4.905,24	5.176,50	5.462,76
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.404,62	4.404,62	4.404,62	5.988,62	4.404,62	4.404,62	4.404,62	4.404,62	4.404,62	4.404,62	4.404,62	8.809,24	58.844,03	62.098,11	65.532,13	69.156,06	72.980,39

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	379,91	400,92	423,09	446,48
ENERGIA ELECTRICA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.266,36	1.336,39	1.410,29	1.488,28
TELEFONO	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.013,09	1.069,11	1.128,23	1.190,62
SERVICIOS DE INTERNET	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	379,91	400,92	423,09	446,48
UTILES DE OFICINA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	316,59	334,10	352,57	372,07
ARRIENDO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	6,58	79,00	79,00	79,00	79,00	79,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	47,22	566,61	566,61	566,61	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	16,50	16,50	16,50	16,50	16,50
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	79,75	957,00	957,00	957,00	957,00	957,00
TOTAL GASTOS GENERALES	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	499,93	5.999,11	6.174,96	6.360,54	5.989,77	6.196,45

GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
PROMOCION	150,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	6.750,00	7.123,28	7.517,19	7.932,89	8.371,58
TOTAL GASTOS DE VENTAS	350,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.150,00	9.523,28	9.917,19	10.332,89	10.771,58

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	5.254,54	5.704,54	5.704,54	7.288,54	5.704,54	5.704,54	5.704,54	5.704,54	5.704,54	5.704,54	5.704,54	10.109,16	73.993,14	77.796,35	81.809,87	85.478,73	89.948,42
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------



COSTO DE VENTAS

CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3000,00	3.165,90	3.340,97	3.525,73	3.720,70
	PRONOCION		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00	2.532,72	2.672,78	2.820,58	2.976,56
	MANTENIMIENTO		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1440,00	1.519,63	1.603,67	1.692,35	1.785,94
	TOTAL		570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	6840,00	7218,25	7617,42	8038,66	8483,20

MULTICARNES
PRESUPUESTO DE INGRESOS

INGRESOS POR VENTA	CANTIDAD POR LIBRAS	P.X.LIBRA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CARNE DE RES																0,0553	0,0553	0,0553	0,0553
Carne fileteada	180	2,50	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5.400,00	5.698,62	6.013,75	6.346,31	6.697,27
Lomo Fino	104	2,70	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	280,26	3.365,82	3.551,95	3.748,37	3.955,66	4.174,41
Lomo asado	104	2,20	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	2.742,52	2.894,18	3.054,23	3.223,13	3.401,37
Pajarilla	208	2,20	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	5.490,76	5.794,40	6.114,83	6.452,98	6.809,83
Pulpa	150	2,20	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3.962,20	4.181,31	4.412,54	4.656,55	4.914,06
Salon	104	2,20	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	228,36	2.742,52	2.894,18	3.054,23	3.223,13	3.401,37
Carne para estofado	1.560	1,50	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	28.081,50	29.634,41	31.273,19	33.002,60	34.827,64
Carne molida	195	1,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	292,50	3.511,50	3.705,69	3.910,61	4.126,87	4.355,08
Carne con hueso	1.365	1,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	2.047,50	24.571,50	25.930,30	27.364,25	28.877,49	30.474,42
Hueso carnudo	650	1,00	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	649,80	7.798,60	8.229,86	8.684,97	9.165,25	9.672,09
Hueso blanco	650	0,60	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	389,88	4.679,16	4.937,92	5.210,98	5.499,15	5.803,25
Chucuzuela	39	1,00	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	469,00	494,94	522,31	551,19	581,67
Costilla	650	1,10	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	714,78	8.578,46	9.052,85	9.553,47	10.081,78	10.639,30
Visceras de res																-	-	-	-
Higado	168	2,20	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	4.435,20	4.680,47	4.939,30	5.212,44	5.500,69
corazon	56	2,00	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	1.339,20	1.413,26	1.491,41	1.573,89	1.660,92
riñon	42	1,50	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	756,00	797,81	841,93	888,48	937,62
Lengua	44	2,00	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	1.051,20	1.109,33	1.170,68	1.235,42	1.303,73
Pata	100	1,10	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.318,68	1.391,60	1.468,56	1.549,77	1.635,47
Mondongo	98	2,00	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	196	2.347,20	2.477,00	2.613,98	2.758,53	2.911,08
CARNE DE CERDO																-	-	-	-
Chuleta	224	2,50	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	6.714,00	7.085,28	7.477,10	7.890,58	8.326,93
Medallones de pierna o brazo	336	2,00	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	8.064,00	8.509,94	8.980,54	9.477,16	10.001,25
Fritada	182	2,20	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4.799,52	5.064,93	5.345,02	5.640,60	5.952,53
Costilla	140	2,10	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294	3.522,96	3.717,78	3.923,37	4.140,34	4.369,30
Hueso carnudo	98	1,75	171	171	171	171	171	171	171	171	171	171	171	171	2.053,80	2.167,38	2.287,23	2.413,71	2.547,19
Cuero	280	1,00	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	3.358,80	3.544,54	3.740,55	3.947,41	4.165,70
Patas	56	1,50	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	1.004,40	1.059,94	1.118,56	1.180,41	1.245,69
POLLO																-	-	-	-
Pechuga	560	1,40	784	784	784	784	784	784	784	784	784	784	784	784	9.404,64	9.924,72	10.473,55	11.052,74	11.663,96
Pechuga y ala	700	1,30	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	10.918,44	11.522,23	12.159,41	12.831,82	13.541,42
Piernas y muslos	1.400	1,30	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	21.836,88	23.044,46	24.318,82	25.663,65	27.082,85
Alas	140	1,25	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	2.097,00	2.212,96	2.335,34	2.464,49	2.600,77
Menudencia	350	1,00	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.197,60	4.429,73	4.674,69	4.933,20	5.206,01
Pollo entero	775	1,20	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	11.158,56	11.775,63	12.426,82	13.114,02	13.839,23
GALLINA CRIOLLA																-	-	-	-
Gallina	135	2,50	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	4.050,00	4.273,97	4.510,32	4.759,74	5.022,95
BORREGO																-	-	-	-
costilla	140	2,50	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200,00	4.432,26	4.677,36	4.936,02	5.208,98
Pierna	32	2,60	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	992,16	1.047,03	1.104,93	1.166,03	1.230,51
EMBUTIDOS																-	-	-	-
Mortadela	60	2,60	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	1.872,00	1.975,52	2.084,77	2.200,06	2.321,72
Chuzo cervezero	70	1,20	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	1.006,56	1.062,22	1.120,96	1.182,95	1.248,37
Chuzo Ahumado	80	1,25	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.197,00	1.263,19	1.333,05	1.406,77	1.484,56
Chorizo especial	150	1,500	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	2.700,00	2.849,31	3.006,88	3.173,16	3.348,63
Chuzo de pollo	130	1,50	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	2.338,20	2.467,50	2.603,96	2.747,95	2.899,92
Chuzo de ternera	70	2,50	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	2.097,00	2.212,96	2.335,34	2.464,49	2.600,77
Cocktelitos	140	1,10	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	1.845,36	1.947,41	2.055,10	2.168,75	2.288,68
Longaniza	80	2,00	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	1.915,20	2.021,11	2.132,88	2.250,83	2.375,30
TOTAL DE INGRESOS			18.830,45	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	18.812,66	201.771,62	212.929,65	224.704,65	237.130,82	250.244,15



INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	790,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.700,00
EQUIPO DE OFICINA	165,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	9.570,00
CAJA - BANCO	10.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	22.225,00

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		22.225,00
Financiado	70%	15.557,50
Aporte Propio	30%	6.667,50
		22.225,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	13,00%	0,13
		0,13

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	15.557,50	2.022,48

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				15.557,50
1	3.111,50	2.022,48	5.133,98	12.446,00
2	3.111,50	1.617,98	4.729,48	9.334,50
3	3.111,50	1.213,49	4.324,99	6.223,00
4	3.111,50	808,99	3.920,49	3.111,50
5	3.111,50	404,50	3.516,00	-
	15.557,50	6.067,43	21.624,93	



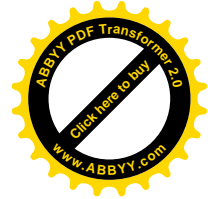
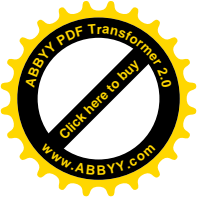
FINANCIAMIENTO
TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL

PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				15.557,50
1	432,15	168,54	600,69	15.125,35
2	432,15	168,54	600,69	14.693,19
3	432,15	168,54	600,69	14.261,04
4	432,15	168,54	600,69	13.828,89
5	432,15	168,54	600,69	13.396,74
6	432,15	168,54	600,69	12.964,58
7	432,15	168,54	600,69	12.532,43
8	432,15	168,54	600,69	12.100,28
9	432,15	168,54	600,69	11.668,13
10	432,15	168,54	600,69	11.235,97
11	432,15	168,54	600,69	10.803,82
12	432,15	168,54	600,69	10.371,67
	5.185,83	2.022,48	7.208,31	

PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS	
ventas	201.771,62
costo fijos	73.993,14
Costos variables	6.840,00

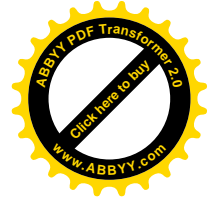
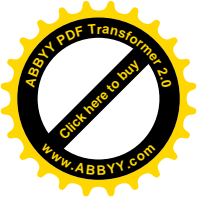
PE=	CF	73993,14
1-	CV	0,96610
PE	=	76589,51



MULTICARNES

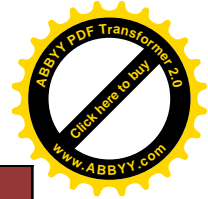
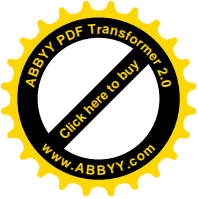
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	201.771,62	212.929,65	224.704,65	237.130,82	250.244,15	1.126.780,88
(-) COSTO DE VENTAS	6.840,00	7.218,25	7.617,42	8.038,66	8.483,20	38.197,54
UTILIDAD BRUTA	194.931,62	205.711,39	217.087,23	229.092,15	241.760,94	1.088.583,34
COSTOS INDIRECTOS	73.993,14	77.796,35	81.809,87	85.478,73	89.948,42	409.026,51
UTILIDAD OPERACIONAL	120.938,48	127.915,05	135.277,36	143.613,42	151.812,53	679.556,83
(-) GASTOS FINANCIEROS	2.022,48	1.617,98	1.213,49	808,99	404,50	6.067,43
UTILIDAD ANTES PART. IMP	118.916,00	126.297,07	134.063,88	142.804,43	151.408,03	673.489,41
PARTICIPACION EMPLEADOS	17.837,40	18.944,56	20.109,58	21.420,67	22.711,20	101.023,41
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	101.078,60	107.352,51	113.954,30	121.383,77	128.696,83	572.466,00
IMPUESTO RENTA	25.269,65	26.838,13	28.488,57	30.345,94	32.174,21	244.139,91
UTILIDAD NETA	75.808,95	80.514,38	85.465,72	91.037,83	96.522,62	429.349,50



MULTICARNES BALANCE GENERAL

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	10.000,00	127.423,61	209.121,24	295.910,04	388.057,31	485.639,74
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.000,00	127.423,61	209.121,24	295.910,04	388.057,31	485.639,74
ACTIVOS FIJOS	12.225,00	12.225,00	12.225,00	12.225,00	12.225,00	12.225,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		1.619,11	3.238,22	4.857,33	5.909,83	6.962,33
TOTAL DE ACTIVO FIJO	12.225,00	10.605,89	8.986,78	7.367,67	6.315,17	5.262,67
TOTAL DE ACTIVOS	22.225,00	138.029,50	218.108,02	303.277,71	394.372,48	490.902,41
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	15.557,50	12.446,00	9.334,50	6.223,00	3.111,50	
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	17.837,40	18.944,56	20.109,58	21.420,67	22.711,20
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	25.269,65	26.838,13	28.488,57	30.345,94	32.174,21
TOTAL PASIVO	15.557,50	55.553,05	55.117,19	54.821,16	54.878,11	54.885,41
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	6.667,50	6.667,50	6.667,50	6.667,50	6.667,50	6.667,50
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	75.808,95	80.514,38	85.465,72	91.037,83	96.522,62
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	75.808,95	156.323,33	241.789,05	332.826,88
TOTAL PATRIMONIO	6.667,50	82.476,45	162.990,83	248.456,55	339.494,38	436.017,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	22.225,00	138.029,50	218.108,02	303.277,71	394.372,48	490.902,41



MULTICARNES							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	201.771,62	212.929,65	224.704,65	237.130,82	250.244,15	1.126.780,88
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		201.771,62	212.929,65	224.704,65	237.130,82	250.244,15	1.126.780,88
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	22.225,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	58.844,03	62.098,11	65.532,13	69.156,06	72.980,39	328.610,73
GASTO DE VENTAS	-	9.150,00	9.523,28	9.917,19	10.332,89	10.771,58	49.694,94
GASTOS GENERALES	-	4.380,00	4.555,85	4.741,43	4.937,27	5.143,95	23.758,51
GASTO DE PUBLICIDAD	-	3.000,00	3.165,90	3.340,97	3.525,73	3.720,70	16.753,31
GASTO DE PROMOCION	-	2.400,00	2.532,72	2.672,78	2.820,58	2.976,56	13.402,65
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	1.440,00	1.519,63	1.603,67	1.692,35	1.785,94	8.041,59
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	17.837,40	18.944,56	20.109,58	21.420,67	22.711,20
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	25.269,65	26.838,13	28.488,57	30.345,94	32.174,21
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	22.225,00	79.214,03	126.502,54	133.590,87	141.063,05	149.145,73	495.147,13
FLUJO OPERATIVO	-22.225,00	122.557,59	86.427,11	91.113,79	96.067,77	101.098,42	497.264,66
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	15.557,50	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	15.557,50	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	3.111,50	3.111,50	3.111,50	3.111,50	3.111,50	15.557,50
PAGO DE INTERESES	-	2.022,48	1.617,98	1.213,49	808,99	404,50	6.067,43
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	5.133,98	4.729,48	4.324,99	3.920,49	3.516,00	21.624,93
FLUJO NETO NO OPERATIVO	15.557,50	-5.133,98	-4.729,48	-4.324,99	-3.920,49	-3.516,00	-21.624,93
FLUJO NETO	-6.667,50	117.423,61	81.697,63	86.788,80	92.147,28	97.582,42	475.639,74
SALDO INICIAL	-	10.000,00	127.423,61	209.121,24	295.910,04	388.057,31	
FLUJO ACUMULADO	-	127.423,61	209.121,24	295.910,04	388.057,31	485.639,74	

TIR DEL NEGOCIO
53%



INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-22.225,00	122.557,59	86.427,11	91.113,79	96.067,77	101.098,42

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	11,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	497.264,66
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	22.225,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	44,75%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		370.459,84
VAN	POSITIVO	348.234,84
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,06
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	6,38
TASA INTERNA DE RETORNO		53%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	201771,62
COSTO DIRECTO	9.150,00
COSTO INDIRECTO	73993,14
FLUJO NETO	115113,61
PAGO DE DIVIDENDOS	3111,50
GASTOS FINANCIEROS	2022,48
GASTOS PERSONAL	58844,03
ACTIVOS FIJOS NETOS	10.605,89

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	76589,51
EN PORCENTAJE	37,96%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	86788,80
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	38,74
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	30,17
INDICE DE EMPLEO		5,55



DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	127.423,61
ACTIVOS TOTALES	138.029,50
UTILIDAD NETA	75.808,95

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,0768	7,68%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,5492	54,92%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	497.264,66
GASTOS FINANCIEROS	6.067,43
INVERSION INICIAL	22.225,00
UTILIDAD NETA	429.349,50
VALOR DEL CREDITO	15.557,50
VENTAS	1.126.780,88
COSTO DE VENTA	447.224,05
TOTAL DEL ACTIVO	5.262,67

ROA (Rendimiento Operativo de Activos)	0,28
--	-------------

ROE (Rendimiento sobre capital)	64,39
---------------------------------	--------------

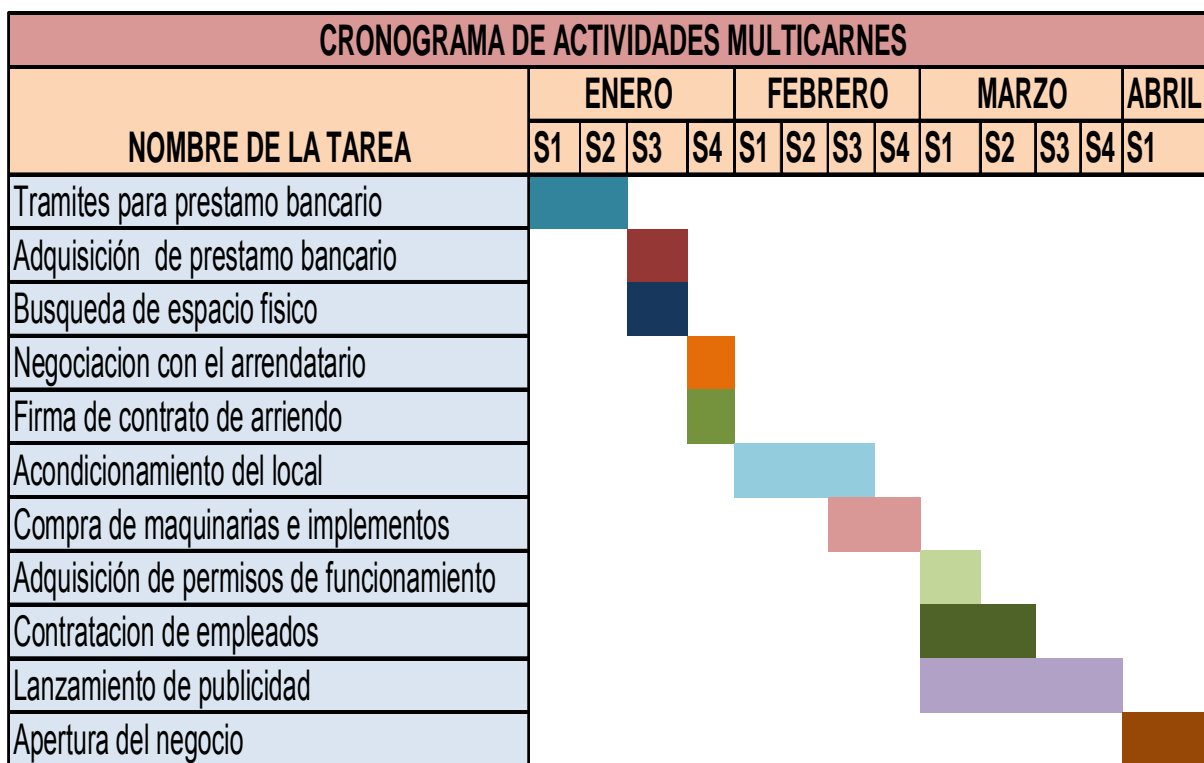


5.7.3 Impacto

La creación de una procesadora y comercializadora de carne y embutidos traerá consigo muchos beneficios para la comunidad del cantón Naranjito.

Nuestra empresa mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo servirá de vital importancia para el desarrollo comercial y social dentro de este cantón, influenciando a las personas de las zonas aledañas a crear interés acerca del mercado en el cual estaremos laborando promoviendo de esta manera el turismo de mercado y promover la confianza a nuevos inversionistas.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Mediante la implementación de la empresa logramos establecer en las personas una nueva cultura en lo que respecta en compras de productos cárnicos estrictamente manipulados bajo normas de higiene que brindan la confianza necesaria y de esta manera crecer como empresa en el ámbito comercial, evolucionando e innovando continuamente cada actividad que se realice y ayude a cumplir con el logro de los objetivos planteados que benefician a nuestra empresa.



Conclusiones

Mediante esta investigación se ha logrado identificar que en el mercado local de productos cárnicos no existe la debida importancia por parte de los vendedores y consumidores sembrando con esto en la localidad desde hace mucho tiempo una mala costumbre y conformismo al momento de adquirir mencionados productos, mediante este estudio nos dimos cuenta que son muchas las agravantes que existe en este tipo de mercado las cuales tenemos la siguientes:

- Selección y manipulación inadecuada de los productos al momento de la comercialización causando esto una insatisfacción en el cliente.
- Los negocios formales e informales no cuentan con proveedores reconocidos que brinden la seguridad al momento de adquirir un producto confiable.
- Aplicación de pocas normas de higiene en los negocios trayendo como consecuencia la mala manipulación en el producto.
- Existencia de negocios con una infraestructura inadecuada para la venta de producto cárnico.
- Maquinarias en mal estado dentro de los negocios no brindan la confianza adecuada hacia los clientes.
- Empleados no comprometidos y poco capacitados en los negocios causan un ambiente laboral negativo afectando esto a todo su entorno comercial.



Recomendaciones

Una vez realizado un estudio profundo y necesario aplicando diversas técnicas de investigación de mercado se ha identificado cada uno de los problemas que afectan a este mercado, estableciendo de esta manera soluciones que beneficien a los consumidores de dichos productos alimenticios, para los que se mencionará los siguientes puntos que ayudaran al desarrollo y el logro de objetivos de esta empresa:

- Es importante contar con una infraestructura adecuada en la empresa para mayor captación y satisfacción de los clientes.
- Para el logro de los objetivos la empresa debe mantener una selección continua y adecuada en los diversos productos cárnicos que se van a comercializar.
- Enfocados hacia el buen desarrollo de la empresa se debe contar con proveedores que cumplan con las debidas normas sanitarias y de esta manera adquirir una materia prima de calidad.
- Para que la empresa se enfoque en nuevos mercados debe estrictamente mantener normas de higiene por parte de las personas que manipulen los productos.
- Para mantener un producto adecuado a las exigencias de los consumidores se debe contar con maquinaria apropiada para la selección y procesamiento de la materia prima.



BIBLIOGRAFIA Y LINKOGRAFIA

- BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott: *Administración, liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*, Mc Graw Hill, México DF, 2009.
- BENJAMIN, Enrique y FINCOWSKY, Franklin: *Administración de Empresas*, Mc Graw Hill, México DF, 2009.
- BERNANKE, Ben S. y FRANK, Robert H: *Macroeconomía*, Mc Graw Hill, Madrid, España, 2007.
- BLOCHER, STOUT, COKINS, CHEN: *Administración de costos*, Mc Graw Hill, Mexico DF, 2008.
- CAMISÓN, Cesar, CRUZ, Sonia y GONZALES, Tomas: *Gestión de Calidad*.
- COULTER, Robbins.: *Administración*, Pearson, Mexico, Naucalpan Juárez, 2010.
- CRAVENS, David y PIERCE, Nigel: *Marketing Estratégico*, Mc Graw Hill, Madrid, 2007.
- CRUZ, Ignacio Y VICENTE, Miguel: *Marketing y Competitividad*, Pearson, Argentina, 2009.
- LUTHANS, Fred: *Comportamiento Organizacional*, Mc Graw Hill, Madrid, 2008.
- FINCOWSKY, Franklin y Benjamín: *Organización de Empresas*, Mc Graw Hill, Mexico DF, 2009.
- GARNICA, Clothilde y MAUBERT, Claudio: *Fundamentos de Marketing*, Pearson, Mexico, 2009.
- GITMAN Y JOEHNK: *Fundamentos de Inversiones*, Pearson, Mexico, Naucalpan Juárez, 2009.
- GONZALES, Manuel y PEREZ, Amelia: *Introducción a la economía*, Pearson, Madrid, 2009.
- KOTLER y ARMSTRONG: *Fundamentos de Marketing*, Pearson Prentice – hall, Madrid, 2008.
- MOCHON, Francisco: *Economía y turismo*, Mc Graw Hill. Madrid, 2008
- STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y WALKER, Bruce J: *Fundamentos de marketing*, Mc Graw Hill, Mexico, 2007.
- ZHCITAMEL, BITNER Y GREMLER: *Marketing de servicios*, Pirámide, México, 2009.



- <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-30/producto-invitado-carnes/carnes-frias-o-embutidos-la-verdadera-historia.htm>, extraído el 11 de agosto del 2011
- <http://comecarne.org/historia-de-la-carne/>, extraído el 11 de agosto del 2011
- <http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>, extraído el 20 de septiembre del 2011.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Plaza>, extraído el 22 de septiembre del 2011
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Promoci%C3%B3n>, extraído el 22 de septiembre del 2011.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_%28marketing%29, extraído el 22 de septiembre del 2011.
- <http://definicion.de/costo/>, extraído el 22 de septiembre del 2011.
- <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/convencimiento-al-cliente-venta-personal.htm>, extraído el 3 de octubre del 2011
- http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas, extraído el 8 de octubre 2011.
- <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>, extraído el 8 de octubre 2011.
- <http://www.monografias.com/trabajos/econoglos/econoglos.shtml>, extraído el 13 de octubre del 2011.
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion, extraído el 13 de noviembre del 2011.



ANEXOS

ANEXOS



PERMISOS:

Requisitos de funcionamiento:

Patente municipal

- Previa inspección comisaria municipal sobre: lugar adecuado, ubicación.
- 2 copias de cedula para sacar orden de pago en la comisaria municipal.
- Cancelar en la oficina de rentas del municipio el valor de \$11.
- Dejar copia de recibo de pago en la comisaria municipal.


	I. MUNICIPALIDAD DEL CANTON NARANJITO		
	PATENTE DE COMERCIO		
	TITULO DE CREDITO		
	N°	<u>02496</u>	
	POR US. \$	<u>11,00</u>	
CONTRIBUYENTE:	<u>LUIS SANCHEZ</u>		
POR CONCEPTO DE:	<u>PATENTE DE COMERCIO AÑO 2011</u>		
ACTIVIDAD ECONOMICA:	<u>VENTA DE CARNE Y EMBUTIDOS</u>		
VALOR:	<u>ONCE CON 00/100 DOLARES</u>		
		NARANJITO, <u>13</u> DE <u>FEBRERO</u> DEL 201 <u>1</u>	

PAGADO
13 FEB 2011
TESORERIA




Permiso de salud

- Previa inspección de representantes del ministerio de salud publica sobre lugar adecuado e higiene del negocio.
- Presentar exámenes de salud integral de cada uno de los empleados de no padecer ninguna enfermedad.
- 2 fotos tamaño carnet de cada uno de los empleados del negocio.
- Cancelar el valor de \$28.80 en las oficinas del área de salud para el respectivo permiso.



HOSPITAL "ABRAHAM BITAR DAGER"

AREA DE SALUD No. 23 - Teléfono: 720194
DEPARTAMENTO DE CONTROL Y ATENCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE



PROGRAMA DE SANEAMIENTO BASICO N° 19036

DATOS GENERALES

Tipo: RESTAURANTE Nombre: Rest del Ganado
 Dirección: Av. Quito y 24 de Mayo
 Propietario: Mrs. Sandra Rosero No. de Cédula: 0919032664
 Nuevo Antiguo No. Permiso: _____ No. Personal: _____
 CERTIFICADOS DE SAI UD SI NO

DATOS DE CATEGORIZACION


No. Mesas: _____ No. Sillas: _____ No. Habitaciones: _____ Categoría CETUR: _____
 Código M.S.P.: 4.B.2 Valor: \$28.80

INFRAESTRUCTURA GENERAL				ALOJAMIENTO (Hoteles, Moteles, etc.)					
AAPP CISTERNA	BUENA	<input checked="" type="checkbox"/>	MALA	<input type="checkbox"/>	RECEPCION	BUENC	<input type="checkbox"/>	MAID	<input type="checkbox"/>
AASS	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	VITUALLAS	BUENA	<input type="checkbox"/>	MALA	<input type="checkbox"/>
VENTILACION	BUENA	<input checked="" type="checkbox"/>	MALA	<input type="checkbox"/>	MOBILIARIO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
ILUMINACION	BUENA	<input checked="" type="checkbox"/>	MALA	<input type="checkbox"/>	PAREDES Y TUMBADOS	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
INS. ELÉCTRICA	BUENA	<input checked="" type="checkbox"/>	MALA	<input type="checkbox"/>	PISO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
BATERIAS SANITARIAS	BUENA	<input checked="" type="checkbox"/>	MALA	<input type="checkbox"/>	COLCHDRES	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
EXTINTOR DE INCENDIO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	AREA LAVADO (Desinfección)	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>

INFRAESTRUCTURA ESPECIFICA				DIVERSION (Discotecas, Barras, Salones, etc.)					
VITA COMIDA (Restaurant, Picanterías, etc.)				MOBILIARIO					
TRAMPA DE GRASA	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	MOBILIARIO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
MESONES DE TRABAJOS	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>	SALIDA DE EMERGENCIA	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
VAJILLAS	BUENAS	<input type="checkbox"/>	MALAS	<input type="checkbox"/>	UNIFORME DE PERSONAL	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
UTENSILIOS	BUENOS	<input type="checkbox"/>	MALOS	<input type="checkbox"/>	PUNTOS DE VENTA (Almacenes, Bazares, etc.)				
EQUIPO DE REFRIGERACION	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>	AREA DE ATENCION PUBLICO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
PERSONAL UNIFORMADO	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	BODEGAS	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
CAMPARA EXTRACT. DE GRASA	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>	OTROS.....				
MOBILIARIO DE PUBLICO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>				
PISO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>				
PAREDES Y TUMBADO	BUENO	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>				

OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

1.		
2. <u>PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL</u>		
3. <u>RESTAURANTE "Rest del Ganado" UBICADO EN</u>		
4. <u>DIRECCION AV. QUITO Y 24 DE MAYO. ESTABLECIMIENTO</u>		
5. <u>NO PARA FUNCIONAR</u>		
6. <u>HOSPITAL CENTRO DE SALUD "ABRAHAM BITAR DAGER"</u>		
7. <u>ESTADO</u>		
8. <u>ESTADO</u>		
9. <u>ESTADO</u>		



De no dar cumplimiento en el plazo estipulado, será sancionada de acuerdo a lo establecido en el Código de Salud en vigencia.
 Fecha de Notificación: 15/01/2010 Inspector: [Firma] Firma: _____
 Fecha de Reinspección: _____ Inspector: _____ Firma: _____



DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS

CERTIFICADO DE SALUD OCUPACIONAL



AREA DE SALUD # _____

Nº 269993



NOMBRES: Luis Antonio

PELLIDOS: SANCHEZ ROSERO

EDULA DE IDENTIDAD: 0919032664

NUMERO DE H.C.U. _____

LUGAR DE RESIDENCIA: Ciudad Nueva Rosero



Dr. Roberto Perez
Jefe de Area de Salud No. 7

JEFE DE AREA DE SALUD



Luis A. Sanchez R.

USUARIO



Registro único de contribuyentes (Ruc)

- Presentar cedula de identidad en las oficinas del SRI.

SRI
...le hace bien al país!

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0919032664001

APELLIDOS Y NOMBRES: SANCHEZ ROSERO LUIS ANTONIO

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 02/10/1987 **FEC. ACTUALIZACION:**

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 15/11/2010 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 15/11/2010 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CARNES

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: GUAYAS Cantón: NARANJITO Parroquia: NARANJITO Calle: CARMEN DARRERA Número: S/N Intersección: MATEO ESPINOZA Referencia: JUNTO AL COLEGIO NARANJITO Teléfono: 033466012

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Recuerda que sus declaraciones son semestrales siempre y cuando cumpla con las condiciones para ello, que son: retención del 100% del IVA, venta a empresas del sector público y transferencia de bienes y servicios con tarifa 0%

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS	CERRADOS:	0

DEPARTAMENTO DE RENTAS INTERNAS
SRI
S.R.L.

Jammy Vanessa Zúñiga Celgado
DELEGADA DEL R.U.C.
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR

Luis A. Sanchez R.
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Jammy Vanessa Zúñiga Celgado
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS



Permiso del cuerpo de bomberos

- Previa inspección de representantes del cuerpo de bomberos sobre lugar adecuado, botiquín y extintor.
- Cancelar el valor de \$15.



CUERPO DE BOMBEROS NARANJITO

R.U.C.: 0968557530001
Telf.: 102 - 2720098
NARANJITO - GUAYAS - ECUADOR

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO

Tasa por servicio de prevención
VALIDO DE ENERO A DICIEMBRE 2010

Valor \$: 15.00

0002864

Año: 2010 R.U.C.: 0919032664

Nombre: Luis Antonio Sanchez Rosero

Razón Social: Frigorífico "EL REY DEL GANADO"

Dirección: AV. QUITO Y 24 MAYO (ESQUINA)

Actividad: VENTA DE CARNES Y EMBUtidos

Valor en letras: Quince dolares Americanos

Este departamento en atención a la solicitud presentada y ya que en el local se cumplen con las disposiciones de la Ley de Defensa contra Incendio.

Así como la documentación presentada se procede a extender la presente por servicios de prevención contra incendios.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentarse cuando fuere requerido.

ACOSTA GARCIA E.

TESORERO



Permiso de intendencia

- 2 Copias de la cedula de identidad.
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos.
- Cancelar el valor de \$15 en la comisaria nacional.

INFORMACION BASICA		ADVERTENCIAS	
COD. CATASTRO		1. AUTOMOTOCION	
RAZON SOCIAL: EL REY DEL GANADO N° R.U.C.: 0919032664		El titular del vehículo debe estar registrado en el Registro de Vehículos Automotores y debe estar en posesión de un seguro obligatorio de responsabilidad civil.	
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE: SANCHEZ ROSERO LUIS ANTONIO N° CEDULA CIUDADANIA: 0919032664		2. RETRO DEL PROMISO El titular del permiso debe estar registrado en el Registro de Vehículos Automotores y debe estar en posesión de un seguro obligatorio de responsabilidad civil.	
TIPO DE ESTABLECIMIENTO: FRIGORIFICO		3. SANCIONES El titular del permiso debe estar registrado en el Registro de Vehículos Automotores y debe estar en posesión de un seguro obligatorio de responsabilidad civil.	
PROVINCIA: GUAYAS CANTON: NARANJITO CIUDAD/PARROQUIA: NARANJITO DIRECCION: AV. QUITO Y 24 DE MAYO ESQUINA		 	
DIRECTOR FINANCIERO 		REGISTRADOR FISCAL 	
INTENDENTE GENERAL DE POLICIA 		UBICAR ESTE PERMISO EN UN LUGAR VISIBLE CONTRIBUYENTE	