



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una
comercializadora de cárnicos y sus derivados, en la Av. Petrolera y Vicente
Narvárez, Nueva Loja, Lago Agrio, Sucumbíos, Ecuador”**

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

AUTOR: Melany Liseth Alcívar Moreira

TUTOR: Ing. Nelly Armas

D.M. Quito, 28 de febrero 2023

DEDICATORIA

El proyecto lo dedico primeramente a Dios, ya que solo él hace posible que exista en nosotros la sabiduría necesaria para elegir el camino hacia la superación.

También a la sociedad en general ya que en base a la necesidad que existe dentro de la misma, surgió el anhelo de prepararme para de alguna forma aportar de manera positiva.

A los jóvenes para crear en ellos un ejemplo de que cuando se quiere todo es posible.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecida con Dios por darme la vida, a mis padres por ser el pilar fundamental al momento de mi formación académica y al inculcarme valores como persona.

A todos y cada uno de mis tutores que de forma correcta me impartieron sus conocimientos ya que sin ellos no hubiese sido posible llegar a la meta.

También a la institución por la apertura brindada.

Y por último a mis amigos y compañeros de estudio quienes siempre estuvieron prestos en el momento que los necesite.

AUTORIA

Yo, **Melany Liseth Alcivar Moreira**, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Melany Liseth Alcivar Moreira

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

Ing. Nelly Armas

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Nelly Armas

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El **Ing. Nelly Armas** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. **Melany Liseth Alcivar Moreira**, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. **Melany Liseth Alcivar Moreira** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una comercializadora de cárnicos y sus derivados, en la Av. Petrolera y Vicente Narváez, Nueva Loja, Lago Agrio, Sucumbíos, Ecuador.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de **Ing. Nelly Armas**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Nelly Armas** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. **Melany Liseth Alcivar Moreira**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una comercializadora de cárnicos y sus derivados, en la Av. Petrolera y Vicente Narváez, Nueva Loja, Lago Agrio, Sucumbíos, Ecuador”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Ing. Nelly Armas

Melany Liseth Alcivar Moreira

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023.

INDICE DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA...	6
INDICE DE CONTENIDO.....	8
INDICE DE TABLA.....	16
INDICE DE FIGURA.....	21
RESUMEN.....	25
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	26
Creación de la empresa.....	26
Descripción de la empresa.....	28
Importancia.....	28
Características.....	28
Actividad.....	28

Tamaño Y Distribución De La Empresa	29
Estudio arquitectónico	29
Estructura interna del establecimiento.....	30
Necesidades que satisfacer.	31
Necesidades de autorrealización.....	32
Necesidad Social.....	32
Necesidad Seguridad.....	32
Necesidades Fisiológicas.	32
Localización de la empresa.	33
Filosofía empresarial	34
Misión.	34
Visión.....	34
Objetivos.....	34
Meta	34
Estrategias.....	35
Políticas	35
FODA.	36
Fortalezas.	36
Oportunidades.....	36

Debilidades.	36
Amenazas.....	37
Desarrollo organizacional.....	38
Tipo de Estructura.....	38
Procesos estratégicos.	38
Proceso operacional	38
Procesos de apoyo.....	39
Formalización.	40
Centralización – Descentralización.	40
Integración.	41
Organigrama empresarial	42
Funciones del personal.	43
Puesto de Adm.Supervisor.....	43
Frigorífico “Toretto”	43
Tabla 6.	44
Méritos aspectos a considerar, gerente administración	44
Puesto de Vendedor.	45
Detalles generales del puesto de vendedor.....	45
Puesto de Despresador de res.....	47

Detalles generales del puesto de Despuesador de res	47
Frigorífico “Toretto”	47
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	49
Objetivo de mercadotecnia	49
Investigación de mercado	49
Modalidad	50
Plan de Muestreo	50
Análisis de las encuestas	52
Pregunta 1. ¿Dónde Prefiere Comprar mercadería?	52
Pregunta 2. ¿Con que frecuencia consume productos cárnicos?	53
Pregunta 3. ¿Qué productos es de mayor consumo en el sector dónde vives?	54
Pregunta 4. ¿Le gustaría tener en su sector un local frigorífico el servicio a domicilio?.....	55
Pregunta 5. ¿Te gustaría que en el frigorífico donde haces tus compras ofrezcan promociones?	56
Pregunta 6. ¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos den el servicio de carnes fileteadas listas para preparar?.....	57
Pregunta 7. ¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos ofrezca pollo por presas?	58

Pregunta 8. ¿Te gustaría que en el frigorífico de carnes puedas conseguir productos variados?	59
Pregunta 9. ¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos utilicen sistema de pagos por transferencia o de tarjeta de crédito?	60
Pregunta 10. ¿Le gustaría que el frigorífico haga publicidades en las redes sociales sobre los productos que ofrece?	61
Análisis General.....	62
Entorno empresarial	64
Microentorno.	64
Macro entorno	68
Producto y servicio	71
Producto Esencial.	72
Producto real.....	72
Características.....	72
Calidad.....	73
Estilo.....	73
Marca.....	74
Producto aumentado.....	74
Plan de introducción al mercado	74
Distintivos y Uniformes.....	74

Plan de introducción al mercado	75
Distintivos y Uniformes.....	75
Materiales de identificación.....	78
Canal de distribución y puntos de ventas.....	82
Riesgo y oportunidades del negocio	83
Fijación de Precios	85
Implementación del negocio.....	87
Arriendo local	88
Equipos industriales.....	88
Equipos de computación.....	89
<i>Muebles y enseres.</i>	89
Equipos industriales de seguridad.....	89
Suministros de oficina.	90
<i>Servicios básicos.</i>	90
Materiales de limpieza.	91
Estudio arquitectónico	91
.....	92
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	93
Servicio de Rentas Internas / SRI.....	93

Permiso de cuerpo de bomberos.....	94
Patente Municipal.....	94
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	95
Ministerio de Relaciones Laborales (MRL).....	96
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	98
Objetivo de área.....	98
PROCESO FINANCIERO.....	101
Inversión.....	101
Activos fijos.....	101
Activos diferidos.....	102
Capital de trabajo.....	102
Inversión total.....	103
Sueldos.....	104
Beneficios legales.....	104
Depreciación de activos fijos.....	105
<i>Tabla de amortización capital financiado</i>	106
Estructura de capital.....	107
Punto de equilibrio.....	108
Margen de contribución.....	109

PUNTO DE EQUILIBRIO	110
Costo de ventas.....	112
Flujo de caja	113
Cálculo del VAN y el TIR.....	114
VAN (Valor Actual Neto) o VPN.....	114
Interpretación VAN	115
Formula del VAN	116
Tir (Tasa Interna de Retorno)	116
Interpretación del TIR.....	117
Formula del TIR.....	117
CONCLUSIONES	119
RECOMENDACIONES	120
Bibliografía	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLA

Tabla1 Detalles generales del puesto de adm.Supervisor	43
Tabla 2	44
Méritos aspectos a considerar, gerente administración.....	44
Tabla 3	45
Detalles generales del puesto de vendedor carnicero.....	45
Tabla 4	45
Méritos aspectos a considerar, carnicero.....	45
Tablas 5	47
Detalles generales del puesto de despresador de res.....	47
Tabla 6	47
Méritos aspectos a considerar del despresador	47
Tabla 7	52
Demanda de lugar	52
Tabla 8	53
Lugar donde comprar mercadería.	53
Tabla 9	54
Productos de mayor consumo	54

Tabla 10	55
Entregas a domicilio.....	55
Tabla 11	56
Ofertas de promociones.....	56
Tabla 12	57
Ofertas de carnes fileteadas.....	57
Tabla 13	58
Ofertas de pollo por presas.....	58
Tabla 14	59
Productos en variedad	59
Tabla 15	60
Sistema de pagos por transferencia o tarjetas de crédito.....	60
Tabla 16	61
Publicidades en redes sociales sobre los productos que se ofrece	61
Tabla 17 Proveedores	67
Tabla 18 Financiamiento de publicidad por un año.	83
Pollo producto estándar de costos	86
Carne de res producto estándar de costos	86
Carne de chanco producto estándar de costos.....	87

Tabla 19	88
Arriendo del local.....	88
Tabla 20 Equipos industriales	88
Tabla 21 Equipos de computación	89
Tabla 22 Muebles y enseres.	89
Tabla 23	89
Equipos industriales de seguridad.....	89
Tabla 24	90
Suministros de oficina.....	90
Tabla 25	90
Servicios básicos	90
Tabla 26 Materiales de limpieza	91
Tabla 27 Activos fijos	101
Tabla 28	102
Activos diferidos	102
Tabla 29	103
Capital de trabajo	103
Tabla 30	103
Inversión total.....	103

Tabla 31	104
Sueldos y aportaciones (IESS).....	104
Tabla 32 Décimos	104
Tabla 33 Sueldos totales.....	105
Tabla 34	105
Depreciación de activos fijos	105
Tabla 35	106
Amortización capital financiado	106
Tabla 36	107
Estructura del capital.....	107
Tabla 37	109
Costos fijos mensuales	109
Tabla 38	109
Margen de contribución	109
Tabla 39	110
Punto de equilibrio	110
Tabla 40	¡Error! Marcador no definido.
Ventas proyectadas.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 41	112

Flujo de ventas	112
Tabla 42	113
Flujo de caja	113
Tabla 43	115
Valor actual neto interpretación	115
Tabla 44	117
Interpretación del TIR.....	117
Tabla 45	118
Cálculo del VAN Y TIR	118

INDICE DE FIGURA

Figura 1	30
Esquema y distribución de la Frigorífico “Toretto”.....	30
Figura 2	31
Pirámide de Maslow.....	31
Figura 3	33
Ubicación del frigorífico”Toretto”	33
Figura 4	39
Mapa del Frigorífico “Toretto”	39
Figura 5	41
Flujo de procesos del servicio del Frigorífico “Toretto”	41
Figura 6	41
Flujo de procesos del servicio del frigorífico “Toretto”	41
Demanda de lugar	52
Figura 7	52
Demanda de lugar, Grafico circular	52
Figura 8	53
Lugar donde comprar mercadería, grafico circular.....	53
Figura 9	54

Productos de mayor consumo, grafico circular.....	54
Figura 10	55
Entregas a domicilio, grafico circular	55
Figura 11	56
Ofertas de promociones, grafico circular	56
Figura 12	57
Ofertas de carnes filetiadas, grafico circular.....	57
Figura 13	58
Ofertas de pollo por presas, grafico circular	58
Figura 14	59
Productos en variedad, grafico circular.....	59
Figura 15	60
Sistema de pagos por transferencia o tarjetas de crédito, grafico circular.	60
Publicidades en redes sociales sobre los productos que se ofrece	61
Figura 16	61
Publicidades en redes sociales sobre los productos que se ofrece, gráfico circular.....	61
Figura 17	64
Esquema microentorno Frigorifico “Toretto”	64

Figura 18	64
Ubicación	64
Figura 18	69
Esquema macroentorno Frigorífico “Toretto”	69
Figura 20.	75
Uniforme de Administrador-Supervisor.	75
Figura 21	76
Diseño uniforme Vendedor	76
Figura 22	77
Diseño uniforme personal del despresador	77
Figura 23	78
Imagotipo Frigorífico “Toretto”	78
Figura 24	80
Anverso tarjeta de presentación	80
Figura 25	80
Reverso tarjeta de presentación.....	80
Figura 26	81
Hoja membretada	81
Figura 27	86

Pollo producto estándar de costos	86
.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 28	86
Carne de res producto estándar de costos	86
Figura 29	87
Carne de chanco producto estándar de costos.....	87
.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 30	92
Estructura del establecimiento	92
Figura 31	111
Punto de equilibrio	111

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una comercializadora de cárnicos y sus derivados, en la Av. Petrolera y Vicente Narváez, Nueva Loja, Lago Agrio, Sucumbíos, Ecuador.”

Melany Liseth Alcivar Moreira.

Ing. Nelly Armas.

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad elaborar un Proyecto de factibilidad para la implementación de una comercializadora de cárnicos y sus derivados, en la Av. Petrolera y Vicente Narváez perteneciente al cantón lago agrio

Esta empresa se dedica a la venta de productos cárnicos y sus derivados, es decir carne de res, cerdo, pollo y embutidos, con el único objetivo de satisfacer la necesidad del cliente.

Creada mediante un plan de trabajo, que nos indica todos los procedimientos necesarios, para crearla de forma correcta, empezando por un estudio de mercado, la parte legal de la empresa, capital de inversión, necesidad social, etc.

Teniendo en cuenta cual es la meta, los objetivos, la misión, la visión y finalmente el análisis financiero, el cual determina si hay o no rentabilidad, finalizado este proceso se estableció la conclusión y la recomendación.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

Proyecto de factibilidad para la implementación de una comercializadora de cárnicos y sus derivados, en la Av. Petrolera y Vicente Narváez perteneciente al cantón Lago Agrio.

Se ha notado un gran crecimiento de negocios la Av. Petrolera y Vicente Narváez, parroquia Nueva Loja cantón de Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.

Toretto” surge de la necesidad de brindar atención al cliente en productos de primera necesidad como son los productos cárnicos, dando énfasis en el adecuado manejo de productos cárnicos. En la actualidad, existen frigorífico pequeños y grandes con pésima atención al cliente la tenencia es ser responsable y tener buena atención

Para lo cual analizamos cual es el emprendimiento que no existe aún en el sector y seria eficaz tomando en cuenta la rentabilidad que nos produciría. No solo es suficiente contar con un capital para emprender nuestra propia empresa o negocio ya sea pequeña o mediana debe tener muy en cuenta una norma administrativa y una ética de creación para poder iniciar nuestro emprendimiento. Sin embargo, cuando pensamos

en emprender un negocio se nos parece muy difícil pero no es imposible, el verdadero emprendimiento no solo es generar ideas sino llevarlas a cabo y desarrollarlas con la confianza, paciencia y optimismo para poder actuar, aprender y ser líder, para esto se requiere de varios pasos en lo cual necesitamos emplear una serie de procedimientos y así podemos lanzarse al mercado.

Descripción de la empresa

Importancia.

Toretto es una empresa creada con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente. El principal propósito es ofrecer productos de calidad a un precio justo, adicional a ello brindar una atención adecuada, con la finalidad de fidelizar el cliente, lo cual causa el crecimiento de la empresa.

Es importante pues genera empleo y permite ofrecer variedad donde los consumidores puedan elegir, también permite a empresas dedicadas a la misma actividad innovar siempre.

Características.

Toretto es una empresa creada en un local amplio, acogedor, también cuenta con vitrinas adecuadas para la exhibición del producto.

Ubicado también en un lugar estratégico, con el objetivo de llegar a todo tipo de cliente y de toda la edad.

Actividad.

La investigación se enfocará a una mini empresa destinada al comercio, cuya actividad es la venta de carnes y sus derivados, así como también a la venta de bebidas refrescantes.

Tamaño Y Distribución De La Empresa

Nuestro proyecto contara con un amplio local de mínimo 40m2.este espacio debe ser distribuido en 2 zonas.

Una zona reservada en donde se instalará el equipo frigorífico, y un lavabo.

Una zona publica en donde se expondrán los productos y se atenderá a los clientes.

Esta zona estará dividida en dos partes; una zona para atención al público, que ira desde la puerta hasta el mostrador y una zona de trabajo detrás del mostrador.

Estudio arquitectónico

Este estudio es de mucha importancia para la creación de una empresa.

Tomando en cuenta que el espacio requerido para la ubicación del inmueble debe ser ubicado correctamente, con la finalidad de dar una buena imagen al cliente y también que el personal de trabajo se pueda desplazar en el área de forma cómoda dando como resultado, un trabajo rápido, adicional dar una imagen organizada

De la empresa.

A continuación, se muestra un cuadro detallando un ejemplo de cómo estaría ubicado el negocio posible de nuestro local.

Estructura interna del establecimiento

Figura 1

Esquema y distribución de nuestro proyecto.



Elaborado por: Melany Liseth Alcivar Moreira

Necesidades que satisfacer.

Figura 2

Pirámide de Maslow.



Fuente: (Tejo, 2016).

La pirámide de Maslow es una teoría sobre las necesidades humanas creada en 1943 por Abraham Maslow, un psicólogo estadounidense pionero en las ideas humanistas de la psicología. Maslow fue de los primeros en plantear que los seres humanos tenemos una tendencia natural a buscar la salud mental. La pirámide de Maslow también es conocida como Jerarquía de necesidades de Maslow, considerando, siempre, que para poder sentir esa inquietud de autor realizarse debe tener las necesidades básicas resueltas (Pastor, 2020)

Necesidades de autorrealización.

Abarca las necesidades satisfechas, podemos trabajar para alcanzar la parte más alta de la autorrealización: realizar todo nuestro potencial y convertirnos en lo máximo que podamos ser.

Necesidad Social.

Son el deseo de nivel social, la superioridad, el respeto personal, así como el prestigio, ejemplos de las necesidades de estima. Estas necesidades se relacionan con los sentimientos de utilidad y el logro de los individuos.

Necesidad Seguridad.

Se satisfacen nuestras necesidades básicas de supervivencia, subimos un nivel en la jerarquía para satisfacer las necesidades de Seguridad. Es decir, comenzamos a buscar protección física y seguridad, estabilidad, entorno familiar, etc. Asimismo, buscamos un trabajo estable, un ingreso estable, y buscamos la seguridad personal para sentirnos seguros en nuestro entorno.

Necesidades Fisiológicas.

En la base de la jerarquía, buscando satisfacer nuestras necesidades más básicas, las cuales son: Alimento, agua, sueño, y hasta cierto punto, el sexo.

Localización de la empresa.

Frigorífico “Toretto” ubicada en Ecuador, Provincia de Sucumbíos, Cantón de Lago Agrio, Parroquia Nueva Loja, en la Av. Petrolera y Vicente Narváez.

Figura 3

Ubicación del frigorífico “Toretto”



Fuente. (Google maps, 2023)

[https://www.google.com/maps/place/Toretto/@0.080298,-](https://www.google.com/maps/place/Toretto/@0.080298,-76.8904176,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e28233a8add8bef:0x98967564cf792785!8m2!3d0.080298!4d-76.8859329!16s%2Fg%2F11qg8bsntl)

[76.8904176,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e28233a8add8bef:0x98967564cf792785!8m2!3d0.08](https://www.google.com/maps/place/Toretto/@0.080298,-76.8904176,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e28233a8add8bef:0x98967564cf792785!8m2!3d0.080298!4d-76.8859329!16s%2Fg%2F11qg8bsntl)

[0298!4d-76.8859329!16s%2Fg%2F11qg8bsntl](https://www.google.com/maps/place/Toretto/@0.080298,-76.8904176,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e28233a8add8bef:0x98967564cf792785!8m2!3d0.080298!4d-76.8859329!16s%2Fg%2F11qg8bsntl)

Filosofía empresarial

Misión.

Ser una empresa que cubra la verdadera necesidad del cliente, con productos de calidad a un precio justo, obteniendo un crecimiento rápido que nos permita generar más fuentes de trabajo, con el objetivo de bajar el nivel de desempleo.

Visión.

Ser una empresa reconocida a nivel local marcando la diferencia en cuanto a productos y servicios.

Objetivos

- Incrementar los ingresos en el menor tiempo posible
- Crear plazas de trabajo
- Aplicar técnicas que fidelicen al cliente
- Mantener la estabilidad de la empresa
- Innovar periódicamente

Meta

Obtener un gran crecimiento en el mercado, incrementando sucursales que nos permitan acaparar mayor número de clientes.

Estrategias.

- Brindar atención de calidad
- Ofrecer producto de calidad.
- Crear un ambiente atractivo para los clientes.
- Aplicar promociones en los productos.
- Entregar boletos por cada compra que tenga un valor considerable para las rifas de fin de año.

Políticas

La empresa.

- Participar en capacitaciones señaladas por la empresa
- Practicar valores de respeto y consideración entre el grupo de trabajo y clientes
- Velar por el bienestar de los trabajadores, ofreciendo una estabilidad laboral, creando un entorno agradable
- Respetar los horarios de trabajo establecidos
- Pago puntual de sueldos a empleados.

Los trabajadores

- Utilizar correctamente el uniforme de trabajo
- Ser puntuales a la hora de ingreso a la empresa
- Asistir a las capacitaciones y cursos que brinda la empresa.
- Cumplir con las funciones asignadas de la empresa.

FODA.

Es una sigla que se forma con los términos “fortalezas”, “oportunidades”, “debilidades” y “amenazas”. Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada. (Julián Pérez, 2017)

Fortalezas.

- Marcamos la diferencia en atención al cliente
- El frigorífico” Toretto” contara con producto de calidad.
- Atención personalizada del propietario
- Servicio a domicilio sin costo

Oportunidades.

- Somos libres de competir con otras empresas dedicadas a la misma actividad.
- Tener acceso a diferentes proveedores
- Tener acceso a las redes sociales ya que nos permiten emitir publicidad

Debilidades.

- Contar con un local pequeño que impide el incremento de vitrinas para la exivision de mayor producto. No tener local propio
- Ser una empresa nueva en el mercado

Amenazas.

- Eventos como pandemias o a su vez paros
- Incremento de locales comerciales destinados a la misma actividad
- Alza de precio en los productos

Desarrollo organizacional

Tipo de Estructura.

En el Frigorífico “Toretto”, la organización de la microempresa estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos.

- Estratégico
- Operacional
- Apoyo

Procesos estratégicos.

El Propietario es el encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos.

Proceso operacional

Es la parte donde cada uno de los trabajadores realiza su labor recomendada.

Ejemplo la persona encargada del desposte del producto se encarga también de realizar el respectivo aseo en el local para mantener el sitio limpio y con un olor agradable, la persona de atención al cliente, como su nombre lo dice se encarga de las ventas y el gerente propietario se encarga de la parte financiera.

Procesos de apoyo

La persona externa que está encargada de la limpieza del local y atención a los clientes.

Figura 4

Mapa del Frigorífico “Toretto”



Elaborado por: Melany Liseth Alcivar Moreira

Formalización.

El frigorífico “Toretto” está orientada en la calidad de nuestro producto de calidad, para el consumo humano y está orientada al proceso de normas, estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación contara con todos sus permisos habilitantes de funcionamiento, como son, permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos, Patente Municipal, Estará registrada, para su correcto funcionamiento de la microempresa.

Centralización – Descentralización.

El frigorífico “Toretto”, centrara sus actividades en atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad, calidez, asiendo seguimientos a cada paso para que se cumpla.

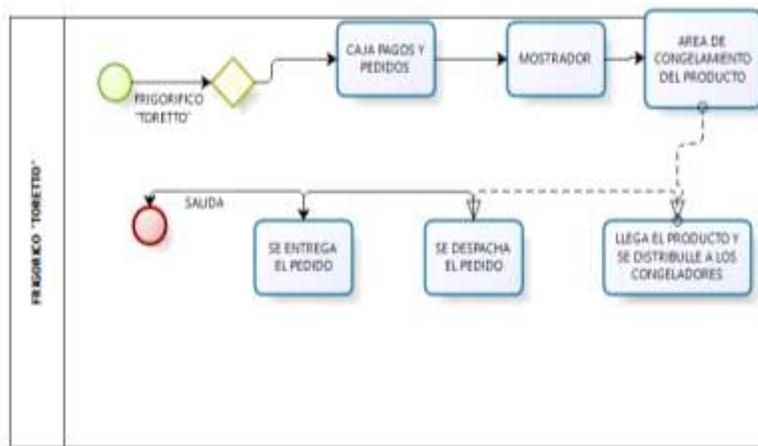
Orientada en productos cárnicos de calidad, fresco para el consumo humano para todas las edades, se cuenta con una organización en la empresa capacitada, responsable en cada área a su cargo, las sugerencias de los empleados serán escuchadas, los trabajadores se sentirán valorados y comprometidos en su trabajo.

Integración.

La integración organizacional se basará en procesos que debe desempeñar, este sistema nos permite llevar el control de cada área y llevar un registro de actividades, la que participarán todos los miembros de la empresa

Figura 5

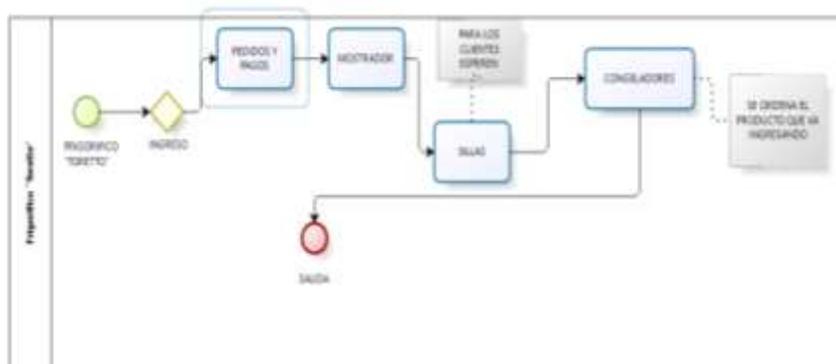
Flujo de procesos del servicio del Frigorífico “Toretto”



Nota: Descripción de mapa de procesos servicio del Frigorífico “Toretto”

Figura 6

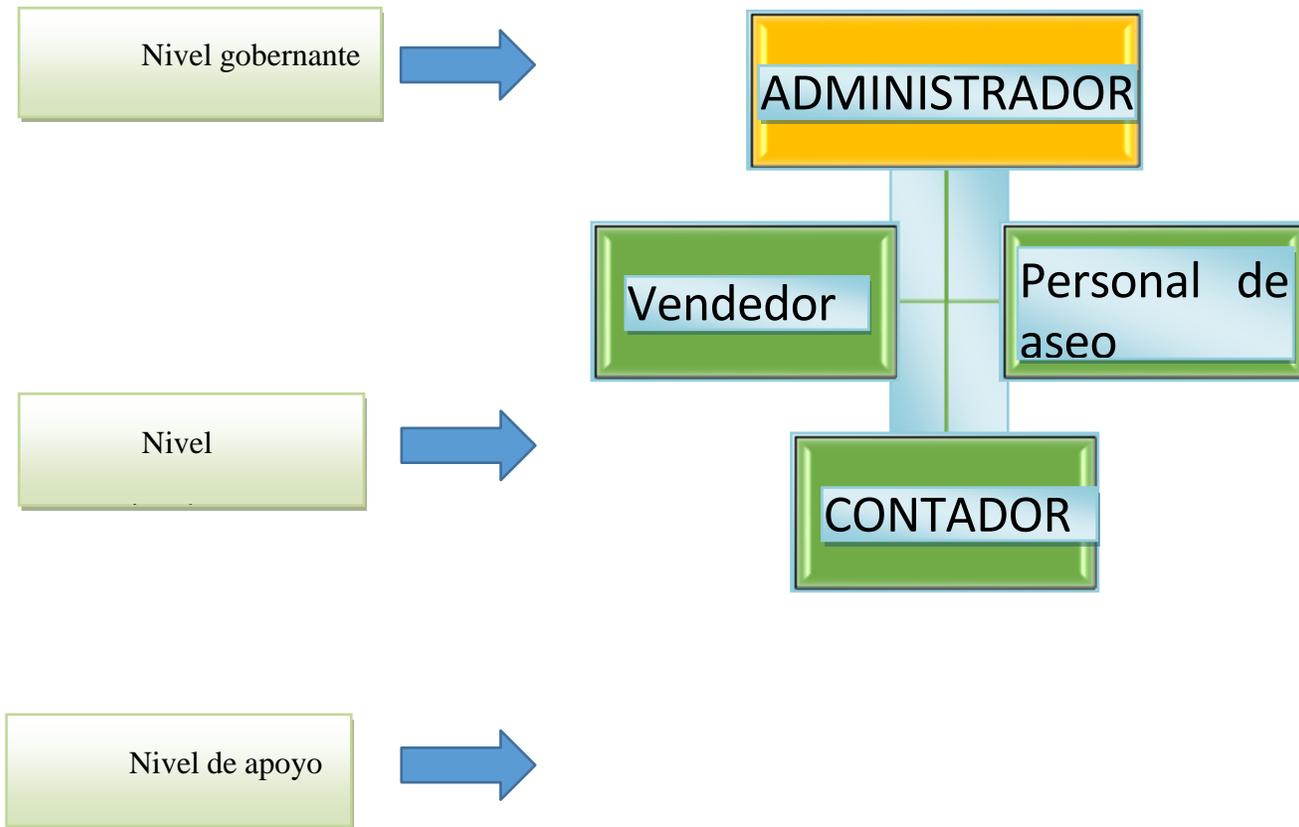
Flujo de procesos del servicio del frigorífico “Toretto”



Nota: Descripción de mapa de procesos servicio del Frigorífico “Toretto”

Organigrama empresarial

Organigrama empresarial del Frigorífico "Toretto"



Elaborado por. Melany Liseth Alcivar Moreira

Funciones del personal.

Puesto de Administrador

Tabla1

Detalles generales del puesto de Administrador

Detalles generales del puesto de Administrador	
Empresa	Frigorífico "Toretto"
Unidad administrativa	Área administrativa.
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para una buena administración como gerente de la empresa. Responsable del trato y pagos a los proveedores y procedimientos.
Denominación del puesto	Gerente administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión
Remuneración	\$450.00

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2
Méritos aspectos a considerar, gerente administración

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
➤ Tecnólogo en Administración de Negocios,	➤ Mínima 1 años experiencia en Administración	➤ Conocimiento en administración de empresas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puntualidad. ➤ Respeto. ➤ Adaptabilidad. ➤ Análisis de problemas. ➤ Análisis numérico. ➤ Atención al cliente. ➤ Creatividad. ➤ Delegación. ➤ Desarrollo de subordinados. ➤ Liderazgo. ➤ Iniciativa. ➤ Integridad. ➤ Planificación y organización. ➤ Sensibilidad interpersonal. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Responsabilidad.

Elaborado por. Melany Liseth Alcivar Moreira.

Puesto de Vendedor.

Tabla 3
Detalles generales del puesto de Vendedor

Detalles generales del puesto de Vendedor	
Empresa	Frigorífico "Toretto"
Unidad administrativa	Vendedor
Misión del puesto	Buscar las estrategias adecuadas para vender la mayor cantidad de producto y por ende satisfacer la necesidad del cliente.
Denominación del puesto	Vendedor "Carnicero"
Rol del puesto	Vendedor "Carnicero"
Remuneración	\$425.00

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4
Méritos aspectos a considerar, carnicero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cursos de cortes de carnes. ➤ Cursos de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mínima 1 años experiencia en Frigoríficos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento en atención al cliente entrega de pedidos. ➤ Conocimiento en cortes de carne. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puntualidad. ➤ Respeto. ➤ Adaptabilidad. ➤ Análisis de problemas. ➤ Análisis numérico. ➤ Atención al cliente.

			<ul style="list-style-type: none">➤ Creatividad.➤ Delegación.➤ Desarrollo de subordinados.➤ Liderazgo.➤ Iniciativa.➤ Integridad.➤ Planificación y organización.➤ Sensibilidad interpersonal.➤ Trabajo en equipo.➤ Responsabilidad.
--	--	--	---

Elaborado por. Melany Liseth Alcivar Moreira.

Puesto de Despresador de res.

Detalles generales del puesto de Despresador de res.

Tablas 5

Detalles generales del puesto de despresador de res

Detalles generales del puesto de Despresador de res .	
Empresa	Frigorífico "Toretto"
Unidad administrativa	Desprensa de res.
Misión del puesto	Saber desarmar la res, conocer los cortes, tener técnicas y estrategias
Denominación del puesto	Desprensa
Rol del puesto	Desprensa
Remuneración	\$425.00

Méritos aspectos a considerar del desprensa.

Tabla 6

Méritos aspectos a considerar del desprensa

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser mayor de edad. ➤ Cursos de cortes de carnes. ➤ Cursos de atención al 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mínima 1 años experiencia en Frigoríficos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento en atención al cliente entrega de pedidos. ➤ Conocimiento en cortes de carne. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puntualidad. ➤ Respeto. ➤ Adaptabilidad. ➤ Análisis de problemas. ➤ Análisis numérico. ➤ Atención al cliente.

cliente.			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Creatividad. ➤ Delegación. ➤ Desarrollo de subordinados. ➤ Liderazgo. ➤ Iniciativa. ➤ Integridad. ➤ Planificación y organización. ➤ Sensibilidad interpersonal. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Responsabilidad.
----------	--	--	--

Elaborado por: Melany Liseth Alcivar Moreira.

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Es posicionar en el mercado la marca de un producto determinado y lograr que se obtenga la mayor comercialización, partiendo desde la necesidad del cliente.

Buscar estrategias que permitan promocionar de forma atractiva los productos que ofrece la empresa frigorífico “Toretto” especificando con detalle los tipos de carnes y sus derivados con mayor difusión en las redes sociales de mayor acogida atrayendo de forma general el cliente mayorista.

Investigación de mercado

Frigorífico “Toretto” mediante una planificación realizó un estudio de mercado directo, a las amas de casa, dueños de restaurantes y chef, acerca de la importancia que tendría para ellos los productos que ofrece la empresa “Toretto”. En el estudio de productos se pudo comprobar los de mayor consumo en la cocina para la elaboración de sus comidas dentro de su vida cotidiana y eventos familiares, en fechas especiales etc., ya que estos detalles son importantes para tener clientes satisfecho.

Por otro lado, se realizó una encuesta de campo para obtener información del mercado, en el que se creara la empresa, aplicando una técnica que permita obtener

los resultados favorables. Finalmente, se llevó a cabo la práctica en donde se realizó los tipos de cortes de carnes más consumidos en los restaurantes y en eventos especiales, en donde se comprobó que los productos de mayor consumo son el corte (mariposa y, bife) que se utilizan en los asados, y finalmente para degustar se preparó como parte final una deliciosa parrilla.

Modalidad.

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma virtual, en donde un fin de semana se encuestó a 85 personas en la plataforma virtual, esta encuesta constó de 7 preguntas concretas.

Plan de Muestreo

El muestreo es el proceso mediante el cual se selecciona un grupo de observaciones que pertenecen a una población. Esto, con el fin de realizar un estudio estadístico. El muestreo, en otras palabras, es el procedimiento mediante el cual se toman a ciertos individuos que pertenecen a una población que está siendo sujeto de un análisis.

El muestreo es necesario por el hecho de que las poblaciones pueden ser demasiado grandes y no es factible (económica y materialmente hablando) tomar datos de todos los individuos. (Westreich, 2021)

Para este proyecto se tomó como sujetos de estudio personas adultas dado que tienen mayor capacidad adquisitiva y son este grupo de personas quienes deciden los alimentos que se consumen sea en familia o personalmente. Para discriminar el

número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula para población finita:

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

Dónde:

N= 170 personas

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{170 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (170 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

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

$$n = 118$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1. ¿Dónde Prefiere Comprar mercadería?

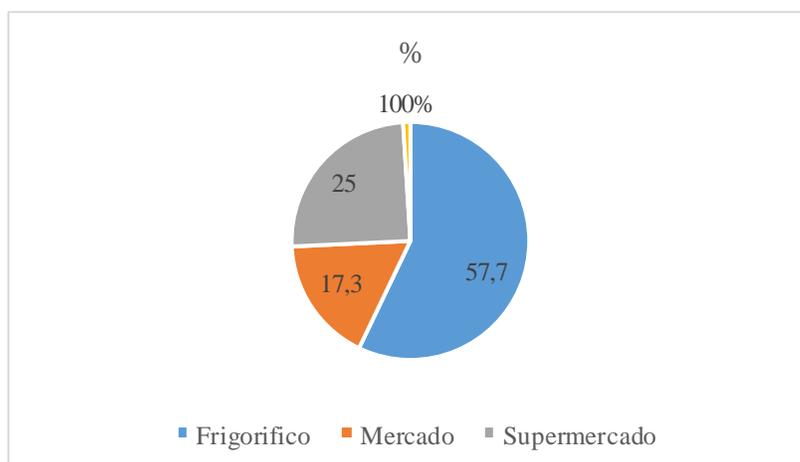
Tabla 7
Demanda de lugar

<i>¿Dónde Prefiere Comprar mercadería?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Frigorífico	103	57.7%
Mercado	8	17.3%
Supermercado	7	25%
TOTAL	137	100%

Melany, A.(2023).Pregunta 1.

Figura 7

Demanda de lugar, Grafico circular.



Melany, A. (2023). Pregunta 1, gráfico circular. Lago Agrio

Análisis:

Se observa que el 57.7% prefiere hacer las compras de cárnicos en el frigorífico, el 25% prefieren hacer las compras en los supermercados y el 17.3% prefieren hacer compras en el mercado.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia consume productos cárnicos?

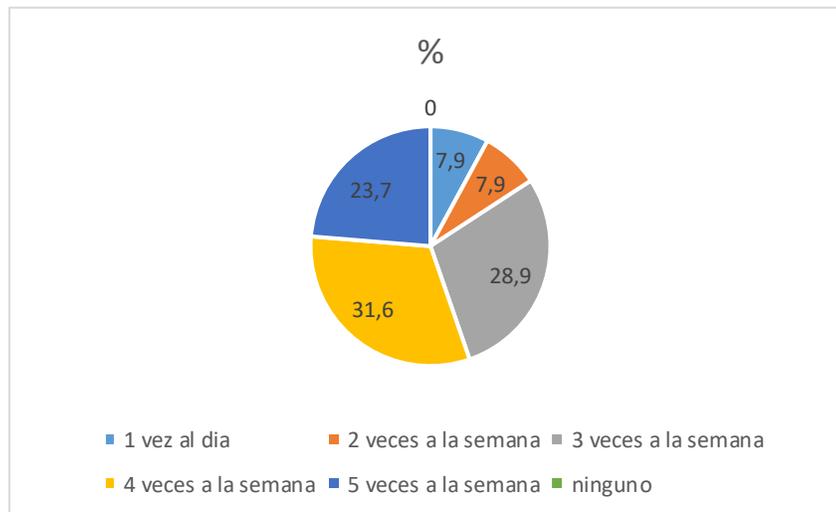
Tabla 8
Lugar donde comprar mercadería.

<i>¿Con que frecuencia consumes productos cárnicos?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 vez al día	6	7.9%
2 veces a la semana	6	7.9%
3 veces a la semana	30	28.9%
4 veces a la semana	54	31.6%
5 veces a la semana	22	23.7%
TOTAL	118	100%

Melany, A.(2023).Pregunta 2

Figura 8

Frecuencia con la que compras productos carnicos, grafico circular.



Melany Alcivar. (2023). Pregunta 2, gráfico circular. Lago Agrio.

Análisis:

Se observa que el 7.9% de las personas consumen 1 vez al día productos cárnicos, el 7.9% consumen 2 veces a la semana, el 28.9% consumen 3 veces a la semana, el 31.6% consumen 4 veces a la semana, el 23.7% consumen 5 veces a la semana los productos cárnicos.

Pregunta 3. ¿Qué productos es de mayor consumo en el sector dónde vives?

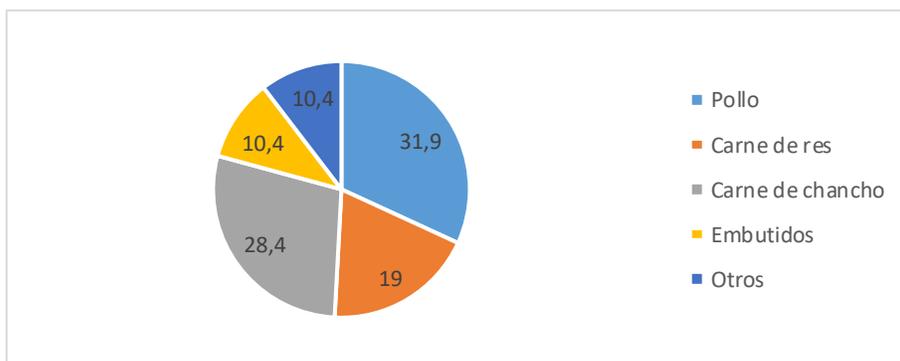
Tabla 9
Productos de mayor consumo

<i>¿Qué productos es de mayor consumo en el sector dónde vives?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Pollo	38	31.9%
Carne de res	22	19%
Carne de chanco	32	28.4%
Embutidos	13	10.4%
Otros	13	10.4%
TOTAL	118	100%

Melany, A.(2023).Pregunta 3.

Figura 9

Productos de mayor consumo, grafico circular.



Melany Alcivar (2023). ¿Qué productos es de mayor consumo en el sector dónde

Análisis: Se observa que el 31.2% consume pollo en el sector donde vives, el 19% consume carne de res, el 28.4% consume carne de chanco, el 10.4% consume embutidos, el 10.4% otros alimentos quieren decir que en su mayoría el producto que más consumen en el sector donde vives es el pollo.

Pregunta 4. ¿Le gustaría tener en su sector un local frigorífico el servicio a domicilio?

Tabla 10

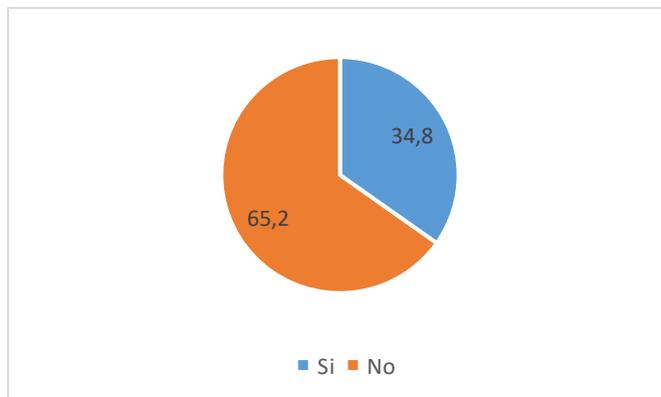
Entregas a domicilio

<i>¿Le gustaría tener en su sector un local frigorífico el servicio a domicilio?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	40	34.8%
No	78	65.2%
TOTAL	118	100%

Melany, A.(2023).Pregunta 4.

Figura 10

Entregas a domicilio, grafico circular.



Melany Alcivar (2023). ¿Le gustaría tener en su sector un local frigorífico el servicio a domicilio?

Análisis: De los 118 encuestados el 65.2% respondió que, si le gustaría tener en su sector un local frigorífico al servicio a domicilio, el 65.2% no le gustaría tener en su sector un local frigorífico al servicio a domicilio.

Pregunta 5. ¿Te gustaría que en el frigorífico donde haces tus compras ofrezcan promociones?

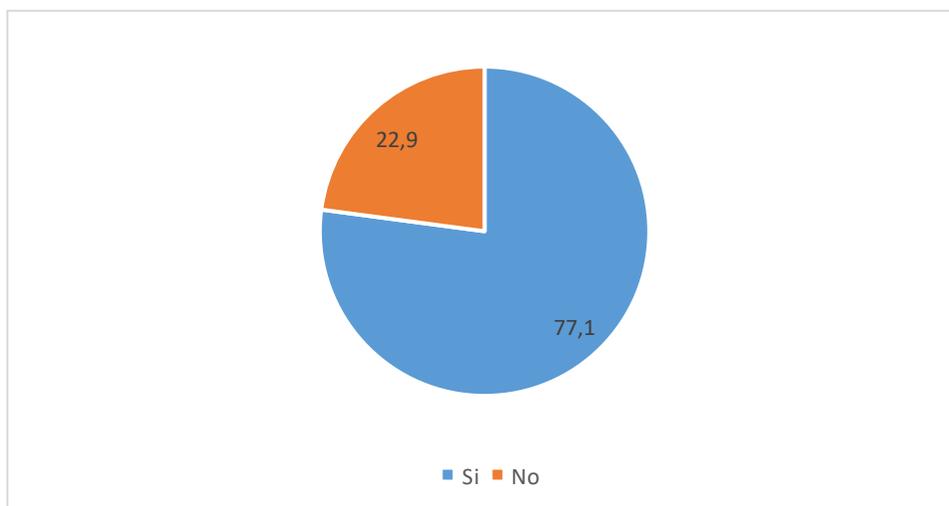
Tabla 11
Ofertas de promociones.

<i>¿Te gustaría que en el frigorífico donde haces tus compras ofrezcan promociones?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	91	77.1%
No	27	22.9%
TOTAL	118	100%

Melany, A. (2023). Pregunta 5.

Figura 11.

Ofertas de promociones, grafico circular



Melany, A. (2023). Pregunta 5, gráfico circular. Lago Agrio

Análisis: De los 118 encuestados el 77.1% respondió positivamente a que hagan promociones en el frigorífico, el 22.9% respondió negativamente a que hagan promociones.

Pregunta 6. ¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos den el servicio de carnes fileteadas listas para preparar?

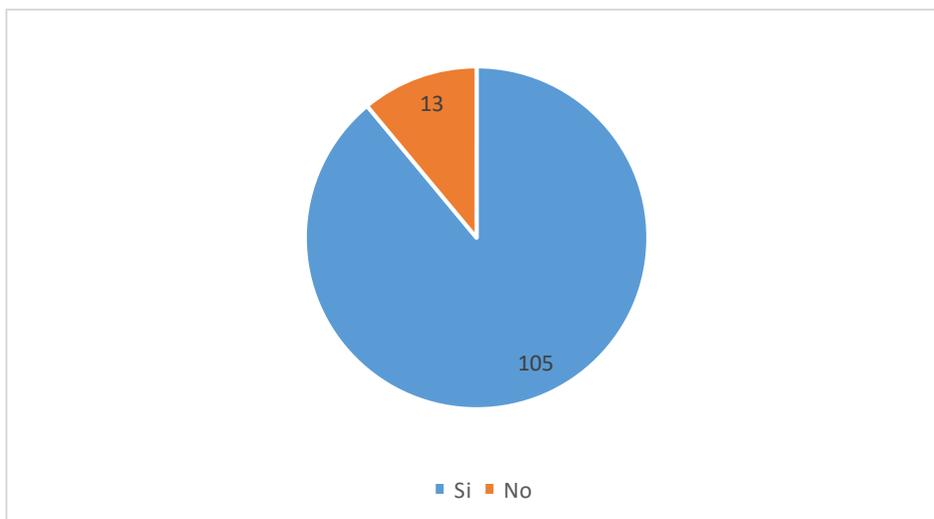
Tabla 12
Ofertas de carnes fileteadas

¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos den el servicio de carnes fileteadas listas para preparar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	105	89%
No	13	11%
TOTAL	118	100%

Melany, A. (2023). Pregunta 6

Figura 12

Ofertas de carnes fileteadas, gráfico circular.



Melany, A. (2023). Pregunta 6, gráfico circular. Lago Agrio.

Análisis: De los 118 encuestados el 105% respondió positivamente a que den el servicio de carnes fileteadas listas para preparar, el 13% respondió negativamente que den el servicio de carnes fileteadas listas para preparar.

Pregunta 7. ¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos ofrezca pollo por presas?

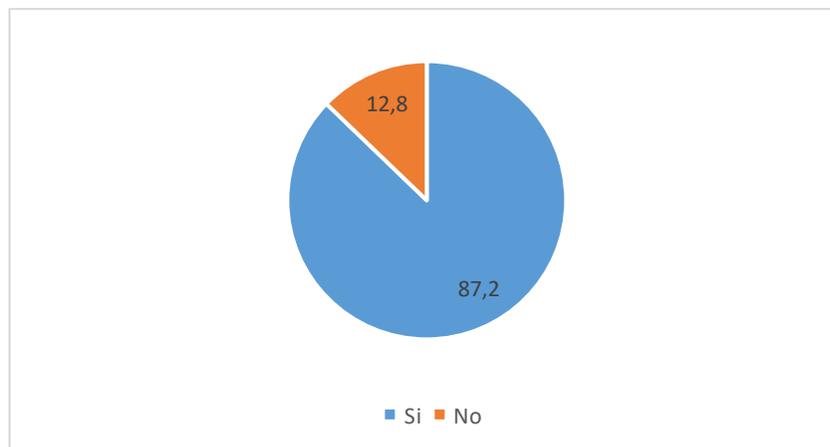
Tabla 13
Ofertas de pollo por presas

¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos ofrezca pollo por presas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	102	87.2%
No	15	12.8%
TOTAL	118	100%

Melany, A. (2023). Pregunta 7

Figura 13

Ofertas de pollo por presas, grafico circular.



Melany, A. (2023). Pregunta 7, gráfico circular. Lago Agrio.

Análisis: De los 118 encuestados el 87.2% respondió positivamente a que ofrezcan pollo por presas, el 12.8% respondió que no les gustaría que ofrezcan el pollo por presas.

Pregunta 8. ¿Te gustaría que en el frigorífico de carnes puedas conseguir productos variados?

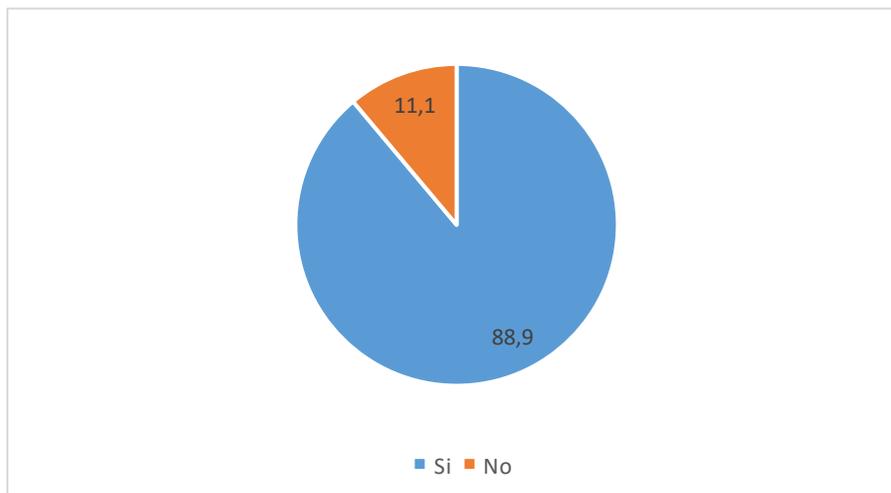
Tabla 14
Productos en variedad

<i>¿Te gustaría que en el frigorífico de carnes puedas conseguir productos variados ?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	104	88.9%
No	13	11.1%
TOTAL	118	100%

Melany, A. (2023). Pregunta 8.

Figura 14

Productos en variedad, grafico circular.



Melany, A. (2023). Pregunta 8, gráfico circular. Lago Agrio.

Análisis: De los 118 encuestados el 88.9% respondió positivamente a que ofrezcan productos variados en el frigorífico, el 11.1% respondió negativamente a que ofrezcan productos variados en el frigorífico.

Pregunta 9. ¿Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos utilicen sistema de pagos por transferencia o de tarjeta de crédito?

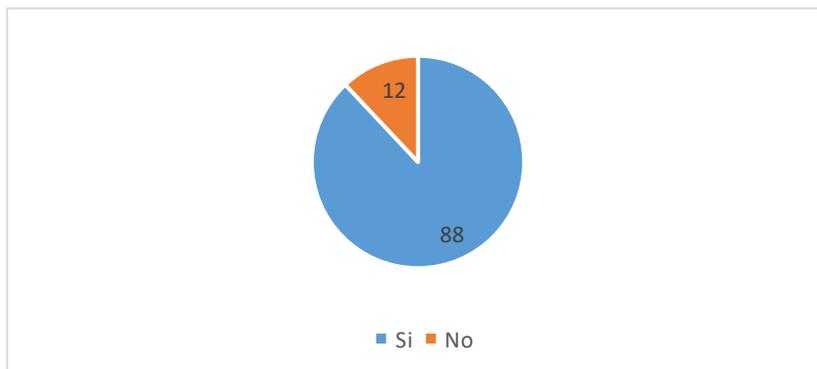
Tabla 15
Sistema de pagos por transferencia o tarjetas de crédito

<i>¿ Te gustaría que en el frigorífico de cárnicos utilicen sistema de pagos por transferencia o de tarjeta de crédito?</i>		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	103	88%
No	14	12%
TOTAL	118	100%

Melany, A. (2023). Pregunta 9

Figura 15

Sistema de pagos por transferencia o tarjetas de crédito, gráfico circular.



Melany, A. (2023). Pregunta 9, gráfico circular. Lago Agrio.

Análisis: De los 118 encuestados el 88% respondió positivamente a que se utilice sistemas de pago por transferencia o tarjeta de crédito, el 12% respondió negativamente a que se utilice sistemas de pago por transferencia o tarjeta de crédito.

Pregunta 10. ¿Le gustaría que el frigorífico haga publicidades en las redes sociales sobre los productos que ofrece?

Tabla 16

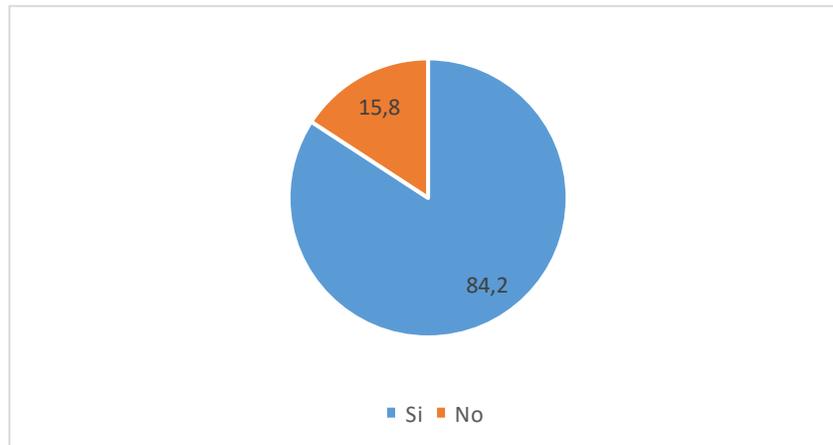
Publicidades en redes sociales sobre los productos que se ofrece

¿Le gustaría que el frigorífico haga publicidades en las redes sociales sobre los productos que ofrece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	95	84.2%
No	23	15.8%
TOTAL	118	100%

Melany, A. (2023). Pregunta 10

Figura 16

Publicidades en redes sociales sobre los productos que se ofrece, gráfico circular.



Melany, A. (2023). Pregunta 10, gráfico circular. Lago Agrio

Análisis: De los 118 encuestados el 84.2% respondió positivamente a que hagan publicaciones en redes sociales de los productos ofrecen, 15.8% respondió negativamente a que hagan publicaciones en redes sociales de los productos ofrecen.

Análisis General.

Mediante la encuesta realizada virtualmente, la gran parte responde satisfactoriamente con gran aceptación para la creación de frigorífico “Toretto” en Lago Agrio para la comercialización de productos cárnicos.

Por otro lado, hay que recalcar que revisando las encuestas se determinó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y por lo general la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para frigorífico “TORETTTO” manejar una excelente publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer los productos para que sean adquiridos con mayor frecuencia y suba en la competencia regional con otras empresas de ventas de cárnicos.

Se puede observar que las personas encuestadas invierten un valor considerable de dinero en el consumo de este tipo de productos, así como también recalcan la importancia de las promociones que ofrezca la empresa “TORETTTO”, que ayuden al ahorro y beneficio del cliente. Pero el precio accesible y las promociones no son todo lo que busca el cliente, un excelente servicio, calidad de los productos en general, así como también el empaçado y presentación que tengan los productos cárnicos son también puntos fundamentales para que el cliente se sienta satisfecho con la empresa y se vuelva fiel a la misma.

Lo más importante que se pudo analizar es la acogida que pueda tener un local de venta de productos cárnicos dentro del sector, y para buena fortuna de TORETTO el porcentaje de aceptación llega casi al 100%.

En conclusión, tras analizar los datos se determina que frigorífico “TORETTO” es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

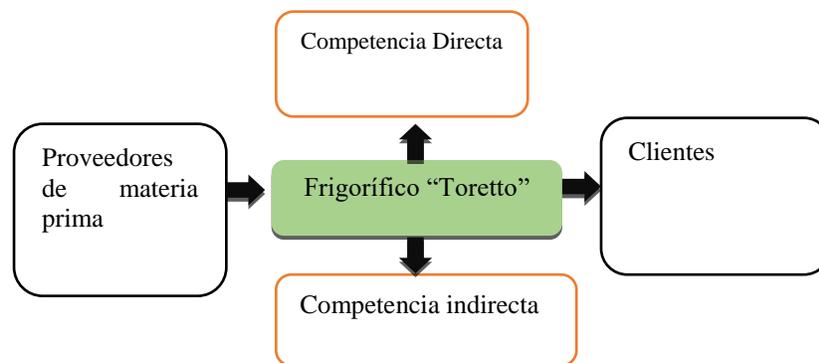
Entorno empresarial

Microentorno.

Frigorífico “Toretto” considera su micro entorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Figura 17

Esquema microentorno Frigorifico “Toretto”



Melany, A. (2023). Esquema micro entorno Frigorífico. Lago Agrio.

Figura 18

Ubicación



Link: <https://goo.gl/maps/LaepKrP5T6mGfssi6>

- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a funcionar Frigorífico “Toretto”, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

En la Av. Petrolera y Guayaquil existe un local de ventas de cárnicos llamado La BOUTIQUE DE LA CARNES en el cual se pudo observar que no existe mayor variedad de productos para ofrecer al cliente.

- **Competencia indirecta.**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar frigorífico “Toretto”

En la calle petrolera se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

Cooflisa comisariato en donde venden principalmente viveres de primera necesidad

en la calle Quito se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

Supermercado TIA , local que vende viveres de primera necesidad y carnicos en cantidades pequeñas.

Supermercado vega local donde se vende viveres y carne en poca variedad.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es el micro mercado, ECARNI, ubicado en la calle Vicente Narváez y Amazonas. Este micro mercado hace las veces de sustituto al vender cárnicos, víveres y bebidas, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento donde se ofrece productos directo al consumidor.

- **Proveedores.**

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Frigorífico” Toretto” trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla
Proveedores

17

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Pronaca	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos de calidad ➤ Varios años de experiencia en el mercado ➤ Facilidades de pago (crédito) ➤ Entrega al establecimiento. 	Embutidos Mr., chanco Mollejas de pollo Alitas de pollo
Rapivisa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Variedad de productos. ➤ Productos de calidad. ➤ Facilidades de pago (crédito) ➤ Entrega al establecimiento 	Pollos
Distribuidora manzano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilidades de pago (crédito) ➤ Productos de calidad ➤ Entrega al establecimiento 	Huevos Azúcar

El Vaquero	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad de productos. ➤ Entrega al establecimiento. ➤ Facilidad de pago. ➤ Varios años de experiencia 	Variedades en res
Distribuidora de embutidos Ranchito.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos locales. ➤ Precios bajos. 	Salchichas, chorizos etc.

Melany, A. (2023) Frigorífico "Toretto"

- **Intermediarios.**

Frigorífico "Toretto" comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

- **Clientes.**

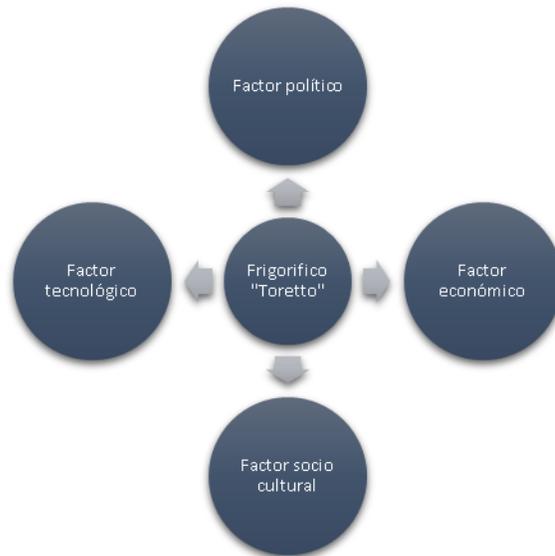
Frigorífico "Toretto" es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que visitan el local cada a día, con el fin de adquirir los productos que necesitan para preparar los alimentos en cada comida.

Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que Frigorífico "Toretto" no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Figura 18

Esquema macroentorno Frigorífico “Toretto”



Melany, A. (2023). Esquema macroentorno Frigorífico “Toretto”

- **Factor Político.**

Como es de conocimiento, en el Ecuador toda empresa o negocio dedicada al comercio debe cumplir con los permisos de funcionamiento otorgados por los diferentes entes encargados de regular.

Frigorífico “Toretto” realizara los tramites que requiera para su funcionamiento, cumpliendo con lo requeridos.

- **Factor Económico.**

En la actualidad existe una crisis económica en todo el Ecuador, no solo por la pandemia acontecida en el 2019 la cual afecto mucho al sector empresarial;

causando incluso el cierre definitivo de muchos establecimientos comerciales y dejando un número considerable de desempleados.

La economía también se ve afectada debido a la inseguridad que genera delincuencia, adicional el tema político también interviene en lo económico. Es por esta razón que muchos locales comerciales tienen muy bajos ingresos.

El aumento de establecimientos comerciales, sobre todo en emprendimientos dedicados a la venta de productos de primera necesidad, también afecta la economía, debido a que ocasiona el crecimiento de la oferta y una baja de demanda.

Por esta razón Frigorífico “Toretto” deberá tomar las medidas necesarias para no sufrir problemas financieros que ocasionen su cierre definitivo, realizando un estudio de mercado que garantice futuro como empresa.

- **Factor Sociocultural.**

Frigorífico “Toretto” en este factor, ofrece productos de la zona, que serían la materia prima, propia del sector, ya que en Nueva Loja se reproducen ganado de calidad, así como también el porcino,

Manteniendo así la diversidad en razas de ganado bobino y porcino.

- **Factor Tecnológico.**

En la actualidad las redes sociales son muy importantes, pues en los últimos tiempos controlan el mundo entero, por lo tanto, es necesario aprovecharlas al máximo de forma positiva.

La publicación de todos los productos y servicios que ofrece la empresa en cualquiera de las redes sociales, tendrán siempre un gran alcance a mayor grupo de personas exhibiendo en ellas la variedad de productos incluso sus promociones.

Frigorífico “Toretto” utilizará los medios como: TikTok, Facebook, WhatsApp, en los cuales hará la publicidad del local, empezando por su ubicación y la variedad de todos sus productos.

Producto y servicio

Toretto es un frigorífico dedicado a la venta de productos cárnicos tradicional, se enfoca básicamente en productos como carnes de res, pollo, cerdo y embutidos, agregando innovación en la presentación de sus productos, con estrictos controles de calidad, obteniendo de esta manera productos aptos para el consumo.

En cuanto a su servicio Frigorífico “Toretto” ofrece una atención de primera, en su local y también tiene entregas a domicilio, sin costo adicional.

Producto Esencial.

Hoy en día el cliente no busca solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde reciba una buena atención y sobre todo busca productos de calidad a precio justo.

Frigorífico “Toretto” ofrece como producto esencial, el arte en la elaboración de cada uno de sus cortes de carnes, listos para que el cliente pueda preparar sus platos a la carta o parrilladas.

Producto real.

Frigorífico “Toretto” cuenta con una gran variedad de productos cárnicos y sus derivados entre los que se pueden encontrar:

- Carne de res ,de la cual se puede desglozar diferentes presas de carnes como,pulpa,salon,costillas,chuletas,hueso carnudo.
- Carne de cerdo,tambien nos permite obtener, las chuletas ,carne pura,costillas,hueso carnudo.
- Pollo,del cual optenemos ,alitas,pechuga,menudencia,muslo,pos pierda.
- Salchichas,de carne de res ,de cerdo,de pollo
- Chorizo,longaniza,mortadela,
- Productos lacteos.

Características.

Para la elaboración de cada uno de los empaques de cortes de carne ya sea de res, pollo y cerdo Frigorífico “Toretto” realiza un arduo trabajo, sobre todo tratando

de innovar cada día, el esfuerzo que realiza el personal de trabajo, para obtener los mejores resultados, es muy importante. Todo el procedimiento realizado esta por supuesto, bajo las normas de higiene.

Calidad.

Ofrecer productos de calidad es lo principal en una empresa, sobre todo si se quiere captar mayor cantidad de clientes y a su vez fidelizarlos, por esta razón es importante seguir procesos que nos permitan tener buenos resultados en cuanto a calidad, los cuales son detallados a continuación:

- Limpieza y desinfeccion del local ,congeladores y herramientas de trabajo
- Cadena de frío
- Sistema de almacenamiento
- Empacado de los productos
- Aseo personal de los empleados
- Tipos y medios de contaminacion de alimento
- Analisis de puntos criticos de control

Estilo.

Hay que empacar el producto de forma atractiva para que capte la mayor atención por parte del consumidor.

El estilo que presenten las presas de pollo debe ir enfocado en la necesidad del cliente, es decir a muchos les agrada comprar filetes de pechuga y a otros los muslos, etc.

De la misma manera todos los cortes de carne.

Marca.

Toretto es un nombre formado en relación a la actividad que desempeña la empresa, ya que se dedica a la venta de carne

Toretto es una empresa que busca vender un producto diferente por esta razón, sus productos son empacados al vacío, logrando mantener la calidad de sus productos.

Producto aumentado.

Lo que diferencia al Frigorífico “Toretto” de su competencia es la presentación de sus productos y la calidad de los mismos, sus cortes de carnes y sus promociones en cuanto a la carne de pollo.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y Uniformes

Área de trabajo

El personal encargado de organizar el producto, tendrá que usar un uniforme, el cual lo describo a continuación

Supervisor de los productos cárnicos usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Plan de introducción al mercado

Distintivos y Uniformes

Administrador

- Chaqueta negra de mangas cortas con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro
- Zapatos blancos .

Figura 20.

Uniforme de Administrador



Melany, A. (2023). Diseño uniforme del supervisor de los productos cárnicos. Lago Agrío.

Cajero Vendedor.

- Camiseta roja.
- Pantalón negro.
- Mandil blanco.
- Zapatos blancos (antideslizantes).

Figura 21

Diseño uniforme Vendedor



Melany, A. (2023). Diseño uniforme vendedor. Lago Agrio.

Personal del área de servicio y despresador de res.

Tanto el personal de área de servicio como el despresador de res usaran el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Área de servicio – Despresador de res.

- Overol blanco
- Guantes blancos
- Zapatos blancos limpios.

Figura 22

Diseño uniforme personal del despresador



Melany, A. (2023). Diseño uniforme, personal del área de servicio y despresador de res. Lago Agrio.

Materiales de identificación.

Imago tipo.

Figura 23

Imagotipo Frigorífico “Toretto”



Melany, A. (2023). Diseño logotipo empresarial

Elementos a destacar:

- Letras rojas y amarillas para que resalten el fondo del rotulo.
- Un torette para que haga significado al nombre del local.
- Fondo de diseño de tabla para que le de estilo al rotulo.

Los colores usados:

- * Fondo color café para que resalte las letras.
- * Color cafe, este color resalta al eslogan del frigorifico
- * El dibujo del toro le da significado al nombre del local.

* Rojo y amarillo para resaltar las letras.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Figura 24

Anverso tarjeta de presentación



Melany, A. (2023). Anverso tarjeta de presentación.

Reservo

En el reverso hay datos de contacto, en este caso el propietario administrador, se observa dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Figura 25

Reverso tarjeta de presentación



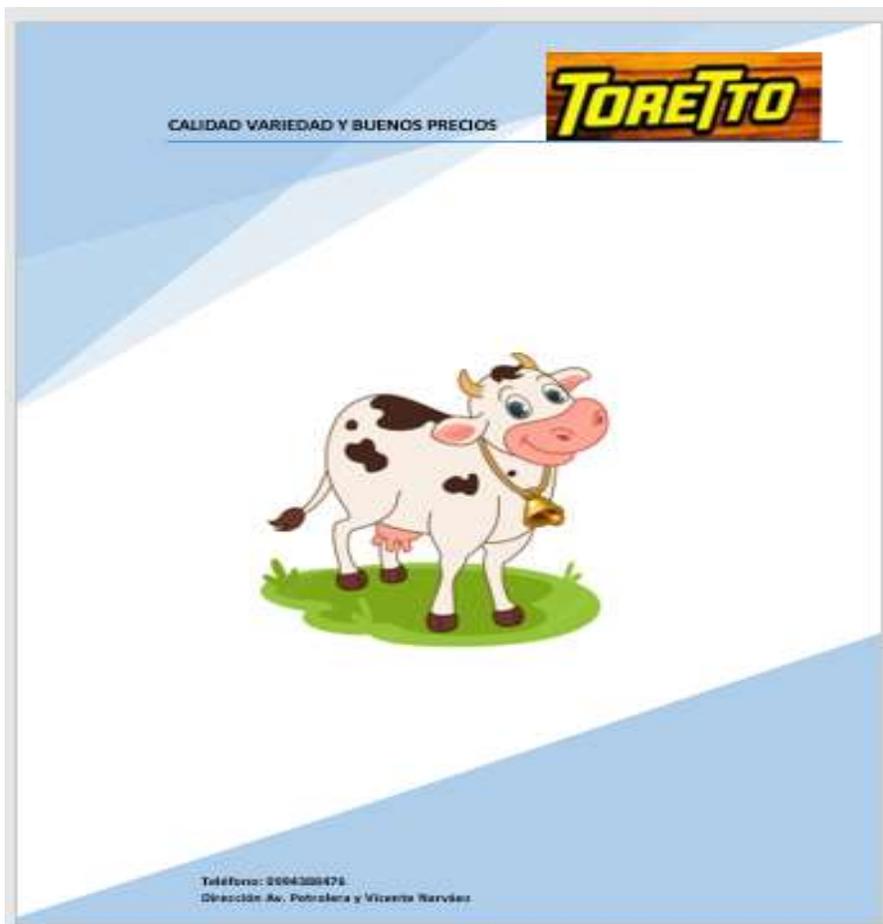
Melany, A. (2023). Reverso tarjeta de presentación.

Hoja membretada.

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

Figura 26

Hoja membretada



Melany, A. (2023). Hoja membretada.

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Frigorífico “Toretto” es su establecimiento ubicado en la ciudad de Lago Agrio.

Promoción.

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.

Contacto.

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.

Correspondencia.

- * A través de mail corporativo.
- * Negociación.
- * Directa en el establecimiento.
- * Vía telefónica.
- * Redes sociales

Financiamiento.

Tabla 18

Financiamiento de publicidad por un año.

Tarjetas de presentación	100 unidades	9,00
Publicidad en Facebook	3 veces por mes	10,00
Rotulo	3 Rótulos	30,00
Adhesivos (Exhibidores)	2	\$10,00
Publicidad Whats App	4 veces por mes	\$10,00
TOTAL		69,00
TOTAL ANUAL		828,00

Melany, A. (2023). Financiamiento publicidad. Lago Agrio.

Riesgo y oportunidades del negocio

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional provocada por el COVID 19, las amenazas más importantes hoy no son solo para Frigorífico “Toretto” en Nueva Loja, sino también todo tipo de negocio y emprendimiento. Todas las empresas deben cumplir con las medidas de bioseguridad necesarias, especialmente durante el procesamiento, la fabricación y la comercialización, el servicio al cliente, incluida la compra de materia prima, la elaboración del producto y la entrega de los productos a los clientes.

En estos tiempos la tecnología ayuda de diferentes maneras, por ejemplo: tomar pedidos, hacer reservas, elegir con tranquilidad los productos y pagar a través de banca móvil o transferencia. La publicidad puede llegar a cientos de personas, por lo que una de las grandes oportunidades que tiene Frigorífico “Toretto” es posicionarse en el floreciente mercado digital.

INVERSION

Productos y desarrollo de las actividades

Los productos que se comercializarán en el establecimiento se dividen en

- * Carne de pollo
- * Carne de cerdo
- * Embutidos
- * Lácteos

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía. Esta compra debe ser perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible de manera que se garantice la frescura de los productos evitando almacenamientos innecesarios, pero teniendo en cuenta que se compre la cantidad y variedad suficiente para poder atender las necesidades de los clientes.

Fijación de Precios

La estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer un producto de calidad a precios competitivos. Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función del valor total del producto al por mayor. Continuación en una tabla se detalla la forma de fijar el valor de los productos por libras en este caso

- ❖ Imprevistos
- ❖ Mano de obra
- ❖ Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- ❖ Gastos administrativos
- ❖ Utilidad
- ❖ Sueldos

Pollo

Figura 27

Pollo producto estándar de costos

		FECHA TECNICA DE PRODUCCION		
		PRODUCTO ESTANDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	POLLO		CODIGO	1
FECHA DE ACTUALIZACION	2/2/2023		VENDEDOR	Melany Alcivar
PRODUCTO	MES	COSTO(LB)	CANTIDAD	TOTAL
CARNE DE RES	UNIDAD	\$1,08	6LB	\$6,48
FOTOGRAFIA			TOTAL BRUTO	\$6,48
			UTILIDAD 10%	\$0,65
			IMPREVISTO	\$0,10
			SUBTOTAL	\$7,13
			TOTAL	\$7,23

Elaborado por: Melany Alcivar

Carne de res.

Figura 28

Carne de res producto estándar de costos

		FECHA TECNICA DE PRODUCCION		
		PRODUCTO ESTANDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	CARNE DE RES		CODIGO	2
FECHA DE ACTUALIZACION	2/2/2023		VENDEDOR	Melany Alcivar
PRODUCTO	MES	COSTO(LB)	CANTIDAD	TOTAL
CARNE DE RES	UNIDAD	\$1,80	10LB	\$18
FOTOGRAFIA			TOTAL BRUTO	\$18
			UTILIDAD 10%	\$1,80
			IMPREVISTO	\$0,10
			SUBTOTAL	\$19,80
			TOTAL	\$19,90

Elaborado por: Melany Alcivar

Carne de chancho

Figura 29

Carne de chancho producto estándar de costos

 Tecnológico Internacional		FECHA TECNICA DE PRODUCCION		
		PRODUCTO ESTANDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	CARNE DE CHANCHO	CODIGO	3	
FECHA DE ACTUALIZACION	2/2/2023	VENDEDOR	Melany Alcivar	
PRODUCTO	MES	COSTO(LB)	CANTIDAD	TOTAL
CARNE DE RES	UNIDAD	\$1,50	3LB	\$4,5
FOTOGRAFIA			TOTAL BRUTO	\$4,5
			UTILIDAD 10%	\$0,45
			IMPREVISTO	\$0,10
			SUBTOTAL	\$4,95
			TOTAL	\$5,05

Elaborado por: Melany Alcivar

Implementación del negocio

De acuerdo a la Real Academia Española, implementar es poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo. En general, la implementación se refiere a la ejecución o puesta en acción de todas las actividades y tareas correspondientes al plan de negocio para hacer realidad el negocio.

La implementación involucra la asignación de tareas y líneas de tiempo a las personas que formarán parte del nuevo negocio y que participarán en su formación y funcionamiento. (PLANNER, 2020)

Arriendo local

Tabla 19
Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$250,00	\$1.500,00	\$3.000,00

Melany, A. (2023). Arriendo del local.

Equipos industriales

Tabla
Equipos industriales

20

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Congeladores	3	\$650,00	\$1950,00
Exhibidores	2	\$1500,00	\$3000,00
Exhibidores Coca Cola	1	\$0,00	\$0,00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120,00	\$120,00
Tabla de picar grande	2	\$5,00	\$10,00
Set de cuchillo (5 piezas)	1	\$55,00	\$55,00
Percha	1	\$50,00	\$50,00
Balanza	2	\$45,00	\$90,00
Bandeja de acero inoxidable	10	\$20,00	\$200,00
Cierra de picar	1	\$900,00	\$900,00
Molino de carne	2	\$400,00	\$400,00
Gaveta	20	\$15,00	\$30,00
Ganchos de acero inoxidable		\$10,00	\$200,00
TOTAL			\$7005,00

Melany, A. (2023). Equipos industriales.

Equipos de computación**Tabla**

Equipos de computación

21

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora EPSON L355	1	\$199,49	\$ 199,49
TOTAL			\$699,49

*Melany, A. (2023). Equipos de computación.***Muebles y enseres.****Tabla**

Muebles y enseres.

22

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	1	\$160,00	\$160,00
Silla Giratoria	1	\$65,00	\$65,00
Dispensador de Agua	1	\$50,00	\$50,00
Sillas	4	\$15,00	\$60,00
Espejos	2	\$20,00	\$20,00
Parlantes	2	\$150,00	\$150,00
TOTAL			\$505,00

*Melany, A. (2023). Muebles y enseres.***Equipos industriales de seguridad.****Tabla 23**

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$21,00	\$21,00
Bomba de mano desinfectante	2	\$17,99	\$19,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2,00	\$10,00
TOTAL			\$50,00

Melany, A. (2023). Equipos industriales de seguridad.

Suministros de oficina.

Tabla 24
Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$5,00	\$5,00
Grapadora	1	\$1,99	\$1,99
Grapas (caja)	1	\$1,15	\$1,15
Estuche de esferos(rojo, azul, negro)	3	\$0,65	\$1,95
Perforadora	1	\$1,91	\$1,91
Libreta	3	\$0,76	\$2,28
Carpeta de cartón	2	\$0,57	\$1,80
Tijera	20	\$0,22	\$1,48
TOTAL			\$17,56
TOTAL ANUAL			\$210,72

Melany, A. (2023). Suministros de oficina.

Servicios básicos.

Tabla 25
Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10,00
Luz	\$40,00
Teléfono	\$10,00
Internet	\$22,00
TOTAL	\$82,00
TOTAL ANUAL	\$984,00

Melany, A. (2023). Servicios Básicos.

Materiales de limpieza.

Tabla
Materiales de limpieza

26

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Trapeador	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Cloro 1 Galón	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Toalla pequeñas (para limpieza)	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Deja	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Fundas de basura industriales (30unid)	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Guantes(24unidades)	1	\$6,00	\$6,00
Pala	2	\$1.50	\$3,00
Jabón líquido manos 525ml	1	\$2.50	\$2,50
Papel higiénico 200 metros	5	\$2.50	\$12,50
Alcohol antibacterial 3785ml	1	\$8.50	\$8,50
TOTAL			\$63,00
TOTAL ANUAL			\$756,00

Melany, A. (2023). Materiales de limpieza.

Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño Frigorífico “Toretto la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejara (3, personas). Se ha considerado el espacio que necesitara cada área y se ha agregado el espacio específico para la cocina y bodega.

Estructura interna del establecimiento.

Figura 30

Estructura del establecimiento



Elaborado por: Melany Alcivar

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Normalmente toda empresa está regulada por entes reguladores, el derecho empresarial es la una rama de jurisprudencia con la que se regula toda actividad empresarial. Por esta razón como creadora de frigorífico “Toretto” estoy en la obligación de presentar la documentación correspondiente para obtener la parte legal de la empresa, para que no exista inconvenientes a futuro, en cuanto al tema legal.

Cabe indicar que aun cuando este legalizada la empresa no aplica como jurídica, si no como persona natural.

Entidades donde se debe tramitar son;

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para legalizar la empresa Frigorífico” Toretto” ante el SRI y obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) se debe acudir a cualquier agencia del Servicio de Rentas Internas con los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad
- Planilla de luz donde va a funcionar el establecimiento.
- Correo electrónico
- Llenar un formulario emitido por la misma entidad.

Permiso de cuerpo de bomberos.

Este es otorgado por la misma entidad, la cual realizara la respectiva inspección del local donde funcionara la empresa.

Adicional debe tener la documentación requerida como;

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Ruc
- Que el local cuente con extintor.
- La ficha que entrega el agente que lleva a cabo la inspección, en donde consta que el local es apto para obtener el permiso. Su pago es cada año.

Patente Municipal

Este es un permiso otorgado por el municipio luego de presentar los siguientes requisitos;

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de planilla de servicios basicos.
- Copia de RUC
- Copia de permiso del cuerpo de bomberos
- Guía de buena práctica, está la otorga un funcionario del municipio, del área de medio ambiente, luego de realizar la respectiva inspección.

Cabe indicar que este permiso tiene su pago cada año, y su costo será evaluado de acuerdo a la actividad.

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad pública que tiene por objetivo proteger a la población la misma que “se encuentre afiliada al IESS, ya sea con relación de dependencia laboral o sin ella, contra las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos de trabajo, discapacidad, desempleo, invalidez, vejez y muerte, de acuerdo al plan contratado” (IESS, 2021).

En este caso se afiliará a las personas que laboren en

Frigorífico TORETTO.

Requisitos para su afiliación.

- Cedula de identidad.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

Ministerio de Relaciones Laborales (MRL)

Es la Institución rectora de políticas públicas de trabajo, empleo y del talento humano del servicio público, que regula y controla el cumplimiento a las obligaciones laborales mediante la ejecución de procesos eficaces, eficientes, transparentes y democráticos enmarcados en modelos de gestión integral, para conseguir un sistema de trabajo digno, de calidad y solidario para tender hacia la justicia social en igualdad de oportunidades. (Ministerio de Traajo, 2022).

Ministerio de salud

Que el Art. 96 del Código de la Salud dispone que el Estado fomentará y promocionará la salud individual y colectiva; que los alimentos aportan al organismo del hombre los nutrientes y la energía necesarias para el desarrollo de los procesos biológicos y así mantener la salud y el bienestar. Que dentro de la economía informal muchas personas se dedican al expendio de alimentos en la vía pública, por lo que es conveniente y necesario establecer normas al respecto, para salvaguardar la salud de los consumidores. En uso de las atribuciones concedidas por el artículo 116 del Código de la Salud.

Permiso ARCOSA

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCOSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCOSA permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec, con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.
- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: Obtención Permiso de funcionamiento (descarga PDF).
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área

La producción artesanal es una ruta importante en las economías de países de todo el mundo. Las artesanías ocupan un lugar significativo en el Ecuador no solo porque en el pasado fueron una fuente de ingresos económicos, sino también porque un gran número de artesanos ahora reclaman mostrar su identidad y su cultura social en diferentes regiones del país.

Las artesanías varían según la región geográfica de Ecuador. En la región amazónica, se trata de la cosmovisión de los pueblos indígenas. Al considerar la riqueza cultural de la región amazónica, se puede decir que la producción artesanal es igualmente diversa (González, Coello y Ávila, 2017).

El impacto ambiental en el centro de acopio será el menor posible, claro que se generará desechos como papeles o diferentes materiales, por esta razón se colocarán tachos de basura diferentes, clasificando plásticos, papeles y productos orgánicos. Además, se implementará la cultura del reciclaje la cual beneficia al medio ambiente.

Existe un acuerdo mutuo entre la artesanía y el medio ambiente: los diferentes tipos de producción artesanal a menudo obtienen los elementos necesarios para la producción del medio ambiente, que puede provenir directamente de la naturaleza o

de otras fuentes, vehículos y otros recursos industriales, o del medio social (Benítez, 2009).

Objetivos Sociales

Fin de la pobreza

Frigorífico “Toretto” con el objetivo de generar fuentes de empleo, contribuye en la parte económica social, ya que, al vender sus productos, ayuda a la comercialización en el mercado, ayudando a dinamizar la economía.

Trabajo decente y crecimiento económico

Frigorífico “Toretto” es una empresa que, a más de generar empleo, también realizara el pago justo como indica la ley a sus trabajadores, incluido bonos, decimos, y horas extra. Su comercio se enfocará, a la venta de productos legalmente comercializados.

Objetivos Ambientales

Agua limpia y saneamiento

Tratándose de algo muy importante como es nuestro líquido vital(agua)

El personal que labore en “Toretto”, deberá hacer el uso correcto del agua, cuidando que no haya fugas, en las llaves y que las mismas no queden abiertas mientras no se las necesite.

Producción y consumo responsable

La producción y el consumo responsable, en parte implica hacer un plan de prevención con el objetivo de saber cuáles son los productos y la cantidad necesaria, para nuestro requerimiento, de forma que no se generen gastos innecesarios.

Ni que se utilice materiales cuyos empaques afecten la naturaleza.

También se utilizará métodos de promoción, de varios productos, para evitar que se pongan en mal estados y se termine echando a la basura.

PROCESO FINANCIERO

Inversión.

La inversión inicial es el recurso económico asignado para la creación de la empresa ya sea mediante recursos o servicio.

Activos fijos.

Son los bienes que posee la empresa y pueden ser tangibles o intangibles, por lo tanto, no están destinados a la venta, pues tienen como objetivo utilizarse para el funcionamiento de la misma empresa.

Frigorífico “Toretto” considera dentro de los activos fijos a los equipos industriales, seguridad, equipos de computación y muebles y enseres con una inversión en los activos fijos de 8259,49 dólares. (*Ver tabla 32*).

Tabla
Activos fijos

27

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	\$
Equipos Industriales / seguridad	7055,00
Equipos de Computación	699,49
Muebles – enseres	505,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	8259,49

Elaborado por: Melany, A. (2023). Activos fijos del frigorífico “Toretto”.

Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos valores que representan los gastos correspondientes a la constitución de la microempresa referente a los permisos legales de constitución y los permisos de funcionamiento necesarios para la constitución de forma legal del emprendimiento, estos gastos representan un valor de 0.0 dólares. (Ver tabla 33).

Tabla 28
Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	200,00
Total	200,00

Elaborado por: Melany, A. (2023). Activos diferidos, *del frigorífico "Toretto"*.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el valor económico con el que cuenta la empresa, para la adquisición de los productos que se destinan a la venta y todo lo necesario para su funcionamiento, mientras se generen ingresos por parte de la misma.

La empresa Frigorífico "Toretto" inicia con un capital de trabajo inicial que tiene una inversión de 37.580,60 dólares en donde están considerados los sueldos, servicios básicos, material de oficina, limpieza, publicidad, materia prima y los gastos financieros. (Ver tabla 34).

Tabla 29
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$ 18596,2
Servicios Básicos	\$ 984,00
Material oficina	\$ 761,68
Material limpieza	\$ 210,72
Gastos documentos permisos	\$ 200,00
Alquiler local	\$ 3.000,0
Publicidad	\$ 828,00
Adquisición productos	\$ 1.000,00
Gastos financieros	\$ 3.500,00
TOTAL INVERSION	\$ 38.080,60

Elaborado por: Melany, A. (2023). Capital de trabajo del frigorífico "Toretto".

Inversión total

La inversión total hace referencia a los valores que se obtienen de la sumatoria de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo destinado para 1 año de actividad de la microempresa que arroja un saldo de 46.540,09 dólares. (Ver tabla 30).

Tabla 30
Inversión total

CAPITAL DE INVERSION	
Activos fijos	\$ 8.259,49
Activos diferidos	\$ 200,00
Capital de trabajo/12M	\$ 38080,60
TOTAL	\$ 46.540,09

Elaborado por: Melany, A. (2023). Monto de inversión total del frigorífico "Toretto".

Sueldos

En la siguiente tabla se describe la remuneración que tiene cada colaborador que forma parte del Frigorífico “Toretto” más las aportaciones correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). (Ver tabla 31).

Tabla 31
Sueldos y aportaciones (IESS)

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Adm. Supervisor	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 510,30	\$ 656,10	\$ 5.545,80
Vendedor	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 481,95	\$ 619,65	\$ 5.237,70
Despresador	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 481,95	\$ 619,65	\$ 5.237,70
TOTAL	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00	\$ 1.474,20	\$ 1.895,40	\$ 16.021,20

Elaborado por: Melany, A. (2023). Sueldos del personal del frigorífico "Toretto".

Beneficios legales

Representan el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo que perciben los colaboradores del establecimiento de acuerdo con la ley y el código del trabajo. (Ver tabla 32).

Tabla32
Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Adm. Supervisor	\$ 450,00	\$ 425,00	\$ 450,00	\$ 875,00
Vendedor	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 850,00
Despresador	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 850,00
TOTAL	\$ 1.300,00	\$ 1.275,00	\$1.300,00	\$ 2.575,00

Elaborado por: Melany, A. (2023). Decimos del personal del frigorífico "Toretto".

El monto total de los sueldos con las respectivas aportaciones al IESS y los beneficios legales generan un monto de 18.596,20 dólares. (Ver tabla 33).

Tabla
Sueldos totales

33

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
\$ 16.021,20	\$ 2.575,00	\$ 18.596,20

Elaborado por: Melany, A. (2023). Monto total de sueldos y decimos del personal, del frigorífico "Toretto".

Depreciación de activos fijos

Desde el punto de vista económico, la depreciación se refiere a la pérdida de valor de un activo fijo por el uso y por el transcurso del tiempo, incluidos factores internos y externos como la obsolescencia.

Dentro de los activos fijos del establecimiento sujetos a la depreciación tenemos: equipos industriales con un 10%, equipos de computación con un 33% y los muebles y enseres con un 10%, dando así un total de \$989.14. (Ver tabla 34)

Tabla 34
Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN FIJOS	ACTIVOS		
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	7055	10%	705,5
Equipos de Computación	699,49	33,33%	233,140017
Muebles y Enseres	505	10%	50,5
Total			989,14

Elaborado por Melany, A. (2023). Depreciación de los activos fijos. del frigorífico "Toretto".

Tabla de amortización capital financiado.

Mediante la siguiente tabla de amortización se detalla el monto de recursos financieros faltantes que necesita el establecimiento para iniciar con sus actividades, el monto que será financiado por una entidad financiera asciende a 25.000 dólares. (Ver tabla 35)

Tabla 35
Amortización capital financiado

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282,09	3.500,00	3.782,09	21.217,91
2	7282,09	2.970,51	4.311,58	16.906,33
3	7282,09	2.366,89	4.915,20	11.991,13
4	7282,09	1.678,76	5.603,33	6.387,80
5	7282,09	894,29	6.387,80	0,00

Elaborado por: Melany, A. (2023). Tabla de amortización del capital financiado, del frigorífico "Toretto".

La tabla de amortización del capital financiado está calculada para un periodo de tiempo de 5 años con una tasa de interés del 14% y en cada año está establecido el monto del capital, del interés y del saldo que sigue restando hasta llegar al año quinto en donde se termina de realizar el pago total de la deuda.

Estructura de capital.

La estructura de la inversión total del emprendimiento está representada de la siguiente forma: capital propio con un monto de 21.540,09 dólares que representa un 46% del total de la inversión, el capital financiado con un monto de 25.000 dólares que representa el 54% faltante de la inversión. La representación del costo del capital propio es del 13%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del 6,0%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 7,6%. (Ver tabla 36).

Tabla 36
Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	21.540,09	46%	13%	6,0%	
Capital Financiero	25.000	54%	14%	7,6%	
TOTAL INVERSIÓN	46.540,09	100%		13,6%	TMAR

Elaborado por: Melany, A. (2023). Estructura del monto del capital, del frigorífico” Toretto”.

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).

La tasa de descuento que es igual a la TMAR se compone de la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que arrojan un porcentaje del 6,0% más la tasa del capital financiado que es del 7,6%, dando como resultado una TMAR que es del 13,6% para el proyecto del establecimiento Frigorífico “Toretto”

Punto de equilibrio.

Punto de equilibrio: se determina dividiendo los costos fijos por la diferencia entre el precio unitario de venta y el costo variable unitario (margen unitario). Este indicador permite establecer el nivel mínimo de producción y de ventas que, en cantidad, debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable (Varela, 2008, p. 370).

La presente tabla a continuación refleja el monto de fijo de capital de trabajo destinada para cada mes en donde están inmersos los gastos en materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos calculados mensualmente. (Ver tabla 37).

Tabla 37
Costos fijos mensuales

Costos fijos	
Materia prima	\$1.000,00
Arriendo	\$250,00
Sueldos	\$1.549,63
Ser. Básicos	\$82,00
TOTAL	\$2.881,63

Elaborado por: Melany, A. (2023). Costos fijos mensuales, del frigorífico "Toretto".

Margen de contribución

En el margen de contribución se encuentran calculados los valores de los costos de los productos cárnicos, dando un monto de 16,00 dólares en total. El precio estimado de los mismo en conjunto nos da un total de 34,00 dólares, generando un margen de contribución de 18,00 dólares. (Ver tabla 38)

Tabla 38
Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCION		
Precio	\$34	
Costo	\$16	
Ganancia	\$18	MARGEN DE CONTRIBUCION

Elaborado por: Melany, A. (2023). Margen de contribución, del frigorífico "Toretto"

En la tabla N 39 se puede observar que se deberá vender 100 productos cárnicos, y diariamente se debe vender 3.33 unidades de productos cárnicos para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 40 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 260 en dinero \$8.840,00

PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 39
Punto de equilibrio

VENTA	100	\$34,00	\$3.399,3
COSTO	100	\$16,00	\$1.599,70
GASTO			\$1.799,63
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Melany, A. (2023). Cálculo del punto de equilibrio, del frigorífico "Toretto"

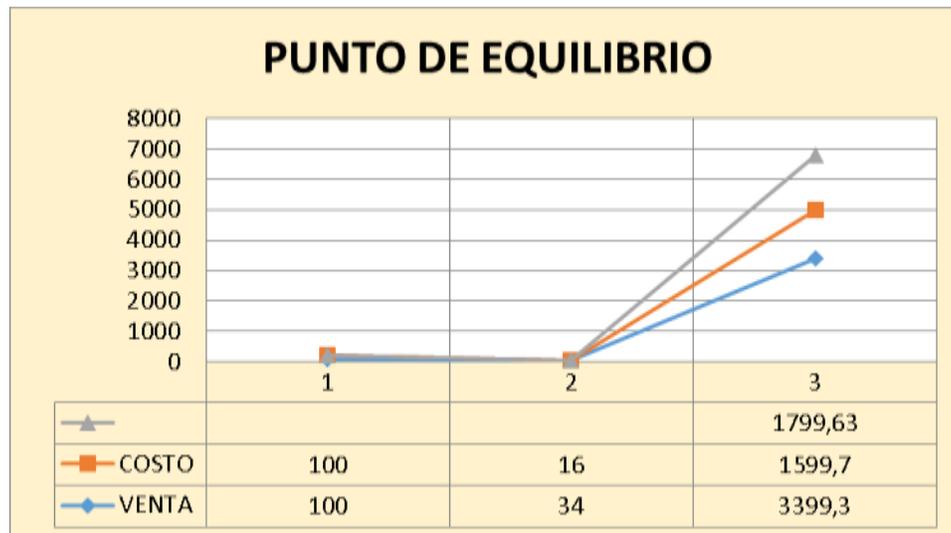
Tabla 40
Ventas proyectadas.

VENTAS PROYECTADAS			
260	\$8.840,00	\$106.080,00	ventas
260	\$4.160,00	\$49.920,00	costo

Elaborado por: Melany, A. (2023). Ventas proyectadas, del frigorífico "Toretto".

Figura 31

Punto de equilibrio



Elaborado por: Melany, A. (2023). Grafica del punto de equilibrio. del frigorifico "Toretto".

Costo de ventas

El costo de ventas para el frigorífico “Toretto” se encuentra estimada con una proyección de un periodo de tiempo de cinco años, donde se puede conocer las ventas proyectadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas. (Ver tabla 41).

Tabla 41
Flujo de ventas

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		106080,00	57850,42	112562,126	115950,246	119440,348
COSTO DE VENTAS		49920,00	19155,95	52970,412	54564,8214	56207,2225
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		56160,00	1013,62	59591,71	61385,42	63233,13
GASTOS ADMINISTRATIVOS		18596,20	784,61	19732,54	20326,49	20938,32
SERVICIOS BASICOS		984,00	217,06	1044,13	1075,56	1107,93
MATERIAL OFIC.		761,68	206,02	808,22	832,55	857,61
ALQUILER LIMPIEZA		210,72	3090,30	223,60	230,33	237,26
GASTOS DOCUMENTOS,PERMISOS		200,00	988,64	212,22	218,61	225,19
ALQUILER		3000,00	40,00	3183,32	3279,14	3377,84
DEPRECIACIONES		988,64	32354,22	988,64	988,64	988,64
AMORTIZACIONES		40,00	2970,51	40,00	40,00	40,00
UTILIDAD OPERATIVA		31378,76	29383,72	33359,05	34394,12	35460,34
GASTOS FINANCIEROS		3500,00	10651,60	2366,89	1678,76	894,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		27878,76	18732,12	30992,16	32715,36	34566,05
BASE IMPOSITIVA		6969,69	57850,42	11234,66	11859,32	12530,19
UTILIDAD NETA		20909,07	19155,95	19757,50	20856,04	22035,86

Elaborado por: Melany, A. (2023). Flujo de ventas proyectadas, del frigorífico "Toretto".

Flujo de caja

En el flujo de caja del Frigorífico “Toretto” se considera todas egresos e ingresos que tiene el establecimiento con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial. (Ver tabla 42).

Tabla 42
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		31378,76	32354,22	33359,05	34394,12	35460,34
DEPRECIACION		988,64	988,64	988,64	988,64	988,64
AMORTIZACION		40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
- BASE IMPOSITIVA		6969,69	10651,60	11234,66	11859,32	12530,19
- GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
- PAGO CAPITAL		3.782,09	4.311,58	4.915,20	5.603,33	6.387,80
+ VALOR DE SALVAMENTO						
+ CAPITAL DE TRABAJO						
- REPOSICION DE ACTIVOS						
= FLUJO NETO DE CAJA		-46540,09	18.155,62	15.449,18	15.870,94	16.281,35

Elaborado por: Melany, A. (2023). Flujo de caja neto, del frigorífico "Toretto".

Cálculo del VAN y el TIR

VAN (Valor Actual Neto) o VPN

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión¹⁵. También se conoce como el valor actual neto (VAN), definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial (Cordoba, 2011, p. 236).

Por medio de este indicador financiero se puede determinar la viabilidad del establecimiento en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados demuestran que existe un VAN con una rentabilidad de \$16.638,16 para el proyecto.

Interpretación VAN**Tabla 43**

Valor actual neto interpretación

VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRA PERDIDAS NI GANACIAS,

Elaborado por: Melany, A. (2023). Interpretación del VAN, del frigorífico "Toretto".

Formula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0 = inversión inicial.

n = número de periodos de tiempo.

k = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

Tir (Tasa Interna de Retorno)

La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos “bien conformados”, es decir, en aquellos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida (Cordoba, 2011, p. 242).

Interpretación del TIR

Tabla 44

Interpretación del TIR.

TIR= TASA INTERNA DE RETORNO
TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

Elaborado por: Melany, A. (2023). Interpretación del TIR.

Formula del TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = número de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) del frigorífico “Toretto” demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un porcentaje del 27,11% con una separación del 10,02% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 13,44%. (Ver tabla 50).

Tabla 45
Cálculo del VAN Y TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	12.007,77
TIR	23,21%
TMAR	13,60%

Elaborado por: Melany, A. (2023). Cálculo del VAN y TIR, del frigorífico "Toretto".

CONCLUSIONES

- En base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada, en el lugar de la investigación, se determina la importancia que genera la creación de la empresa dedicada a la venta de productos carnicos, para el sector.
- Con esta propuesta es posible brindar productos de calidad, además de fijar estándares de cumplimiento y de esta manera hacer más eficiente y poder cumplir con los requerimientos en el frigorífico “Toretto”
- En cuanto al plan financiero se tomaron en cuenta algunos puntos que se creen que son esenciales para poder sustentar el proyecto, principalmente se realizó el análisis de la demanda donde se obtuvo que el cliente potencial son todas las personas adultas, quienes hacen las compras.
- De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta con preguntas cerradas y apoyándose en un análisis del sector se identificó las preferencias de los productos en de los consumidores.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar un plan estratégico para una campaña promocional agresiva la misma que ayudará promocionar la panadería.
- Contactar empresas públicas y privadas con el fin de estrechar alianzas estratégicas que permitan la comercialización del producto de una forma más directa y con diferentes opciones de negociación.
- A su vez se recomienda crear una página web para comercializar los productos con mayor eficiencia, además la página web debe estar diseñada para que los clientes puedan obtener información, emitir criterios y comparar los productos
- Se recomienda que el frigorífico “Toretto” debe trabajar continuamente en la innovación de productos y adaptación de las nuevas tendencias de consumo por parte del cliente como también adaptarse a las nuevas tecnologías, dado que la aplicación de estas, marca una diferencia con la competencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcivar , M. (2023). *Plan de negocio* .
- Beetrack. (2022). *Producto o servicio: ¿en qué se diferencian?* Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/producto-o-servicio>
- Dávila, P. d. (2007). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/3862>
- Economipedia. (2017). *Tabla de amortización*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cuadro-de-amortizacion.html>
- Economipedia. (2020). *Punto de equilibrio*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Gallegos Rojas, R. X. (2021). *Descentralización y desconcentración. Análisis y perspectivas* . Obtenido de <https://doi.org/10.54753/suracademia.v8i16.664>
- Matias, R. L. (2016). *Análisis FODA*. Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3206>
- Meléndez. (2022). *factores económicos en ecuado*. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/263>
- Pelayo, J. A. (2015). *Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=eznABgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=la+correcta+INVESTIGACI%C3%93N+DE+MERCADOS+para+negocios&ots=Aw3gb5Ewzp&sig=PD4AM600VJN0a-

PtpmkcOloCTXM#v=onepage&q=la%20correcta%20INVESTIGACI%C3%93N%20DE%20MERCADOS%20para%20negocios&f=false

PLANNER. (30 de Enero de 2020). *Pasos para elaborar un Plan de Implementación*.

Obtenido de Plan de Negocios Perú: [https://plandenegociosperu.com/pasos-](https://plandenegociosperu.com/pasos-para-elaborar-un-plan-de-)
[para-elaborar-un-plan-de-](https://plandenegociosperu.com/pasos-para-elaborar-un-plan-de-)

[implementacion/#:~:text=En%20general%2C%20la%20implementaci%C3%B3n%20se,para%20hacer%20realidad%20el%20negocio.](https://plandenegociosperu.com/pasos-para-elaborar-un-plan-de-implementacion/#:~:text=En%20general%2C%20la%20implementaci%C3%B3n%20se,para%20hacer%20realidad%20el%20negocio.)

Suarez, D. R. (2020). *Integración Organizacional* . Obtenido de

<https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718->

[07642020000500021&script=sci_arttext&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000500021&script=sci_arttext&tlng=en)

Suárez, S. (2011). *Abraham Maslow Jerarquía De Las Necesidades*. Obtenido de

<https://repositorio.konradlorenz.edu.co/handle/001/2489>

Anexo

Equipos industriales.

Congeladores.



Congelador horizontal 414 L Dual Cooling y control electrónico Blanco Averia-1

MODELO: WB423TW-1

Avería de empaque - Falta en el empaque original y/o sin su empaque original. Con capacidad de 414Lts y opción de funcionamiento dual. Cuenta con control electrónico, función Fast Freezing e interior metálico, con luz indicadora de encendido, 1 división de alambres, llave de seguridad, condensador expuesto, 4 ruedas y drenaje manual. Es amigable con el medio ambiente gracias al gas refrigerante que elimina la emisión de gases nocivos.

\$1.204 | \$697

Mesa de acero inoxidable



Mostradores



Set de cuchillo



Percha



Cierra de picar



Balanza



300 kg plataforma digital alta resistencia computarizada
mostrar título original

Estado: Nuevo
Cantidad: Más de

Precio: **AUD89.99**
Aproximadamente US \$493.38

20 tu reseñas como favorito

Envío: **No se hacen envíos**
Ubicación: Ecuador

Entrega: Variable
Devoluciones: [El vendedor no la](#)

Molino de carne



Nueva amoladora eléctrica de carne de acero inoxidable Lem Products 17791 Big Bite #8.5Hp
mostrar título original

★★★★★ [14 opiniones del artículo](#)

Estado: Nuevo
Cantidad: 3 disponibles

Precio: **US \$405.99**

[¡Cómpralo ahora!](#)
[Agregar al carrito de compras](#)
[Agregar a la Lista de favoritos](#)

No aceptan devoluciones

Envío: US \$124.38 internacional Priority Shipping a Ecuador mediante Programa de envío global de eBay [Ver detalles](#)

Para el envío por avión para ampliar

Ganchos de acero inoxidable



Evob
Ganchos en forma de S de acero inoxidable Evob, paquete de 20 ganchos para colgar en cocina, taller, baño, jardín

★★★★★ [1760 Opiniones](#)

Disponibilidad: En stock
Marca: Evob
Peso con empaque: 3.38 kg
Producto con devolución

Producto de Amazon

Asegúrate de que se ajuste introduciendo tu número de modelo. MATERIAL: acero inoxidable, CROMADO, color plateado. PAQUETE: 20 ganchos diferentes para colgar cosas más pequeñas, herramientas y cosas más. Marca: Evob. País de origen: Tailandia. No se puede devolver.

Precio: US\$29.99
Ahorra: US\$ 3.21 (11%)
US\$ 14.29

ENVÍO GRATIS

Este producto tiene **Garantía de Entrega**

A lo disponible en Ecuador
 Recibe este producto en 7 a 10 días hábiles seleccionando **Express**

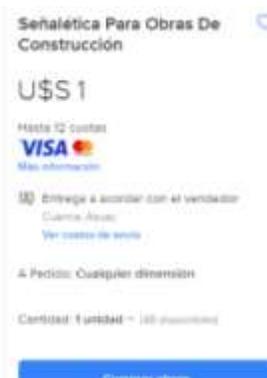
\$10 OFF + 3 y 6 meses sin intereses con **PacifiCard**

Equipos industriales

Extintor



Señalética



Equipos de computación



Nuevo / 347 vendidos

Computador Cpu Core I5 9na 
8gb Ssd 240 Led 19 Nw I3 /
I7

U\$S 580

[Ver los métodos de pago](#)

 Entrega a acordar con el vendedor

Guía, Guía

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad**  (3088 disponibles)

[Comprar ahora](#)

 12 meses de garantía de fábrica.

Impresora

Impresora a color multifunción
Epson EcoTank ET-4500 con wifi

U\$S 168



Lo que tienes que saber de este producto

- Tecnología de impresión: inyección de tinta.
- Tiene entrada USB.
- Práctica y funcional tanto para uso personal como profesional.

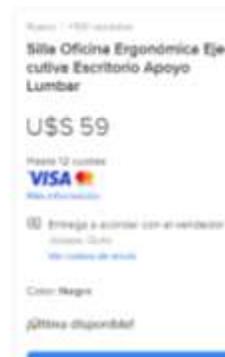
[Ver características](#)

Muebles y enseres

Escritorio



Silla giratoria



Dispensador de agua



Sillas de platico



Silla Plastica Pica 920159b0 Perugia Color Blanco Nuevo

U\$S 13

en 12x U\$S 1⁰⁸ sin interés

Espejo



Espejo de puerta rectangular negro Mainstays 13 pulgadas x 49 pulgadas envío rápido gratuito! - recíbelo ahora original

Estado: Nuevo

Cantidad: 8 disponibles / 27 vendidos

Precio: **US \$15.00** [¡Compra ahora!](#)

[Agregar al carrito de compras](#)

Mejor oferta: [Hacer oferta](#)

[Agregar a la lista de favoritos](#)

27 vendidos [¿Quisiera comprar como favorito?](#)

Etiquetas: Puede que no se envíe a Ecuador. Para conocer

Parlante



Bocina Anker SoundCore Rave Neo A3395 portátil con bluetooth waterproof negra

U\$S 149⁹⁹

en 12x U\$S 12⁵⁰ sin interés

Envío gratis