



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD / ESCUELA DE GASTRONOMÍA

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
GREENSNACKS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Gastronomía

Profesor Guía

Hernán Carlos Dávila Dillon

Autor

David Esteban Landázuri Rivadeneira 119382

Año

2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajo de Titulación”

Hernán Carlos Dávila Dillon

Licenciado en administración de empresas hoteleras

CI: 170686531-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

.....

David Esteban Landázuri Rivadeneira

CI: 171032391-4

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a mis padres por todo el apoyo que me brindaron durante este periodo de estudios, a mis compañeros por todos los buenos momentos, y a mis profesores por todos sus conocimientos transmitidos que me han ayudado a culminar esta etapa de mi vida.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mi madre y mi padre, que siempre han sido mi ejemplo a seguir, quienes me han entregado todo sin esperar nada a cambio y a los que espero hacer sentir orgullosos. Agradezco infinitamente a ellos ya que son la única razón por la cual he llegado donde estoy ahora.

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como fin la extracción de datos y el análisis de estos para determinar la factibilidad de creación de la empresa **GreenSnacks**, la cual se dedica a la producción y distribución de nachos elaborados con plátano verde procesado.

Desde la recepción de la materia prima, su procesamiento, empaque, distribución, hasta que llega al consumidor final, el producto es manejado con las normas más estrictas de sanidad, cuidando así que el cliente quede satisfecho con el resultado final.

GreenSnacks tiene como objetivo posicionarse en la mente del consumidor, no solo como una empresa creadora de productos de calidad, sino también como una empresa con conciencia social, preocupada por el cuidado del medio ambiente.

ABSTRACT

This research aims to the extraction and analysis of data, which will help determine the feasibility of creation of the company **GreenSnacks**, which is dedicated to the production and distribution of nachos made with processed plantain.

From receipt of raw materials, processing, packaging, distribution, until it reaches the final consumer, the product is handled with the highest standards of health control, making sure that the customer will be satisfied with the final product.

GreenSnacks aims to position itself in the minds of consumers, not only as a creator of quality products, but also as a socially conscious company, concerned about the care of the environment.

INDICE

INTRODUCCION	1
ANTECEDENTES	1
JUSTIFICACIÓN	2
1. CAPÍTULO I.....	3
1.1. Concepto de la empresa	3
1.2. Hipótesis	3
1.3. Objetivos del proyecto	3
1.3.1. Objetivo general del proyecto.....	3
1.3.2. Objetivos específicos	3
2. CAPÍTULO II.....	5
2.1. Gastronómico	5
2.1.1. Usos gastronómicos.....	5
2.1.2. Su importancia en los cultivos.....	5
2.1.3. El plátano verde en el mundo.....	6
2.2. Datos del sector	6
2.2.1. Actualidad en el sector	6
2.2.1.1. El plátano verde en el Ecuador.....	7
2.2.2. Proyecciones del sector	8
2.2.3. Datos generales de la provincia	8

2.2.3.1. Municipios / cantones	9
2.2.3.2. Condiciones Demográficas	10
2.2.3.3. Orografía	10
2.2.3.4. Clima	10
2.2.3.5. Límites Provinciales	10
2.2.3.6. Desarrollo de la ciudad	11
2.2.3.6.1. Recursos Naturales.....	11
2.3. Datos generales del producto	12
2.3.1. Referencia de la materia prima	12
2.3.2. Características botánicas	15
2.3.3. Valor nutricional	16
2.3.4. Descripción general del producto.....	16
2.4. Factores del macro entorno	17
2.4.1. Factores económicos generales	17
2.4.2. Factores demográficos.....	19
2.4.3. Factores políticos	19
2.4.4. Factores legales.....	20
2.4.4.1. Permisos de funcionamiento	20
2.4.4.2. Afiliación a la cámara de comercio	24
2.5. Estrategias competitivas	25
2.5.1. Análisis de competencia	26

3. CAPÍTULO III	27
3.1. Oportunidad de negocio.....	27
3.2. Breve muestreo del segmento de mercado.....	27
3.2.1. Segmento del mercado	27
3.2.2. Zona de ubicación.....	28
4. CAPÍTULO IV	29
4.1. Nombre de la empresa.....	29
4.2. Nombre del producto	29
4.3. Visión de la empresa	29
4.4. Misión de la empresa.....	29
4.5. Organigrama.....	29
4.5.1. Organigrama estructural	29
4.5.2. Organigrama por puestos de trabajo.....	30
4.5.2.1. Descripción de funciones por puesto de trabajo.....	30
4.6. Políticas de la empresa.....	31
4.6.1. Políticas administrativas para la operación de la empresa	31
4.6.2. Políticas de sueldos	32
4.7. Tablas de sueldos básicos sectoriales	33
4.8. Tipo de compañía	33
4.9. Horarios de atención.....	34

4.10. Uniformes para cocina	34
4.11. Tratados de higiene y sanidad a tomar en cuenta.....	35
4.11.1. Tipos de sanitizantes	37
4.11.2. Proceso de sanitización	39
5. CAPITULO V	45
5.1. Objetivos.....	45
5.1.1. Objetivos generales de la empresa.....	45
5.1.2. Objetivos específicos de la empresa.....	45
5.1.2.1. Objetivos de marketing	45
5.1.2.2. Objetivos financieros	45
5.1.2.3. Objetivos ecológicos.....	45
5.1.2.4. Objetivos de recursos humanos	46
5.2. Consumidor	46
5.2.1. Perfil del consumidor.....	46
5.2.2. Deseos y necesidades del consumidor.....	46
5.2.3. Estrategias de publicidad en marketing	47
5.3. Análisis FODA	47
5.4. Marketing mix	49
5.4.1. Imagen corporativa	49
5.4.2. Logotipo	49
6. CAPITULO VI	51

6.1. Pruebas del producto	51
6.2. Precio	52
6.3. Tabla de precios	52
7. CAPITULO VII	58
7.1. Conclusiones	58
7.2. Recomendaciones	58
REFERENCIAS	59
ANEXOS	61

INTRODUCCION

ANTECEDENTES

Desde 1853 con la invención de las papas fritas tipo chips en Nueva York por el chef George Crum, los snacks han sido de gran influencia e importancia en las dietas de las personas, sea para satisfacer el hambre temporalmente o para aportar calorías a las diversas actividades del día a día, o tan solo por el deseo por satisfacer un antojo.

Siendo que los snacks han sido muchas veces categorizados como “comida chatarra”, debido a su alto contenido en grasas, sales y por aportar pocos nutrientes al cuerpo humano, con el tiempo esto se ha ido cambiando, gracias a que se han encontrado sustitutos de grasas así como nuevos métodos de cocción, con lo cual se logra obtener un producto de mejor calidad, más nutritivo y sin dejar de ser atractivo para el gusto de los consumidores.

En la actualidad los snacks mundialmente generan ventas de miles de millones de dólares anuales, lo cual lleva a las empresas productoras a una constante competencia por renovar y aumentar la variedad de productos a ofrecer.

Con lo anteriormente expuesto, señalaremos que en Ecuador gran parte de la producción de plátano verde es utilizada para la elaboración de snacks muy populares como son los chifles, platanitos salados y dulces. Lamentablemente en los últimos años no se ha renovado ninguno de estos productos, es por esta razón el deseo de **GreenSnacks** de aprovechar un “costo de oportunidad” y crear e introducir al mercado un nuevo snack elaborado a base de plátano verde procesado satisfaciendo así la necesidad de renovar esta línea de productos.

JUSTIFICACIÓN

El plátano verde en el Ecuador es uno de los productos que generan más ingresos para el país, ya sea con su exportación o venta dentro del mismo.

Este producto es utilizado en la gastronomía ecuatoriana, en la elaboración de platos muy típicos y representativos. También se procesa a nivel industrial para la producción de snacks.

La variedad de productos derivados que se pueden obtener del plátano verde son numerosos, pero lamentablemente las fábricas de snacks no han sabido aprovechar esto y se han enfocado en la venta de uno o dos subproductos.

Es por esta razón que deseo aprovechar esta necesidad existente de explotar aún más el plátano verde y crear un subproducto de calidad y que sea de agrado para los consumidores.

1. CAPÍTULO I

1.1. Concepto de la empresa

GreenSnacks nacerá en principio como una microempresa que procese y distribuya en el mercado ecuatoriano, nachos horneados elaborados con masa de plátano verde procesado. Contará para el efecto con un claro diseño en los procesos de posicionamiento en el mercado con su producto el cual estará presentado en fundas biodegradables de tamaño personal. Su distribución será a través de un furgón el cual visitará a principales tiendas, mercados y lugares de expendio que se consideren como ideales y favorables para la oferta de este producto.

1.2. Hipótesis

Satisfacer la necesidad del consumidor, explotando y sacando provecho de un producto endémico del Ecuador como lo es el plátano verde, al crear una mayor variedad de productos derivados de este en el campo de los snacks, más específicamente con la creación de nachos elaborados con masa de plátano verde procesado, producidos con estándares de la más alta calidad y procesos eco amigables.

1.3. Objetivos del proyecto

1.3.1. Objetivo general del proyecto

- Determinar la factibilidad de creación y operación de la empresa **GreenSnacks**, produciendo y comercializando nachos elaborados a base de masa de plátano verde.

1.3.2. Objetivos específicos

Objetivos financieros

- Determinar costos reales para la creación de la empresa **GreenSnacks**.

- Determinar costos de maquinarias, equipos y contratos a terceros necesarios para la producción y comercialización de los nachos de verde.
- Determinar costos que generaría la operación de la empresa.

Objetivos de marketing

- Realizar un estudio de mercado para determinar el segmento al que ira enfocado el producto.
- Determinar a través de encuestas las preferencias de los consumidores y así saber si el producto tendrá acogida en el mercado.

Objetivos ecológicos

- Elaboración de normas para que los procesos de producción tengan los menores efectos negativos en lo que respecta al cuidado del medio ambiente.

2. CAPÍTULO II

2.1. Gastronómico

2.1.1. Usos gastronómicos

En lo que respecta a la gastronomía la forma más común de consumo del banano es como una fruta, ya sea servida en postre o ingerida directamente después de ser pelada.

Existe una inmensa variedad de platillos que pueden ser preparados con esta fruta, como helados, dulces, tortas, etc.

Una de las desventajas que presenta este fruto para la gastronomía es su rápida oxidación al contacto con el aire, por lo cual en muchas ocasiones debe ser consumido inmediatamente después de pelado o conservarlo por un corto plazo en una solución de limón o cítrico que altere su PH y ayude a que este no se oxide con tanta facilidad.

2.1.2. Su importancia en los cultivos.

Por la gran cantidad de híbridos, variedades y clones que existen de las plantas de Plátano, dan como resultado frutos de distintos tamaños, formas, sabores y consistencias, haciendo de estos, un alimento muy versátil, además de tener otro tipo de usos aparte de los gastronómicos, como los medicinales y artesanales en los que sus hojas y tallos tienen importantes aplicaciones.

Cabe destacar que su valor nutricional es alto en vitaminas A y C, fósforo y potasio, aunque contiene en pequeñas cantidades otros minerales y vitaminas y su valor calórico es alto.

Una vez que el fruto es cosechado, se pueden usar los tallos, hojas, flores y raíz, para elaboración de harina, vinagre, papel, tortas, madera procesada, alimentos para animales, tinturas entre muchos otros usos. Es por esta razón la gran dedicación que los países tropicales tienen en su cultivo, ya que aparte de ser un alimento relativamente económico, tiene muchos subproductos de mucha importancia.

Los plátanos maduros y verdes, se los pueden consumir cocinados en agua, triturados, en sopas, etc. Pero tienen como preparación típica la fritura en aceite o mantequilla y de ahí parten muchos derivados de preparaciones que varían entre países y sus costumbres gastronómicas.

En el Ecuador el plátano es de gran importancia dentro de la dieta alimenticia, en especial en la zona de la costa ecuatoriana, donde su cultivo es masivo y así mismo su consumo, ya sea como acompañante, guarnición o género principal dentro de un platillo.

El plátano dentro del Ecuador es también de vital importancia en la alimentación de ganado, aves de corral, cerdos y en general de animales cuya carne es de típico consumo.

2.1.3. El plátano verde en el mundo

Pese a que está establecido que el origen de las Musáceas se dio en el sudeste asiático, África es el principal productor y exportador de plátano a nivel mundial, esta distribución inicio hace cerca de 2000 años.

En la cultura Hindú, el rebrote del plátano simboliza fertilidad y prosperidad, y sus hojas y ornamentos son utilizados en ceremonias de matrimonio. También es considerada como una planta de la buena suerte, por lo que muchas veces se encuentra ejemplares aislados en campos de arroz.

En la actualidad el plátano y sus variedades comerciales son cultivados en todas las regiones tropicales de muchos países; siendo así la fruta tropical más cultivada y una de las cuatro más importantes a nivel mundial, después de la uva, los cítricos y la manzana.

2.2. Datos del sector

2.2.1. Actualidad en el sector

El cultivo de plátano (Musa AAB), representa un importante sostén para la socio-economía y seguridad alimentaria del país. Desde el punto de vista socioeconómico, el plátano genera fuentes estables y transitorias de trabajo,

además de proveer permanentemente alimentos ricos en energía a la mayoría de la población campesina. Actualmente se reportan en el país un total de 144981 hectáreas de cultivo de plátano, de las cuales 86712 están bajo el sistema de monocultivo y 58269 se encuentran asociadas con otros cultivos (INEC, 2011). La mayor zona de producción de esta musácea es la conocida como el triángulo platanero, la cual abarca las provincias de Manabí, Santo Domingo y los Ríos con 52612, 14249 y 13376 ha, respectivamente. Las principales variedades explotadas en estas zonas son el “Dominico”, que se lo destina principalmente para el auto-consumo y el “Barraganete” que se lo destina en su mayor parte a la exportación, estimándose que anualmente se exportan alrededor de 90000 TM de este cultivar.

Parte de los cultivos son exportados, y la otra parte distribuidos al resto de provincias del Ecuador, donde son adquiridos por empresas como materia prima para producción de snacks, o a intermediarios como mercados y tiendas para su comercialización.

Tomado de: (<http://www.iniap.gob.ec>)

2.2.1.1. El plátano verde en el Ecuador

Sobre la llegada del plátano al Ecuador, la teoría más válida es que la planta fue llevada a España por los árabes y de ahí traída directamente a América del sur por los colonizadores y principalmente por sus esclavos nativos de África.

Ecuador es un importante productor de plátanos a nivel mundial. A pesar de su pequeño territorio a comparación de otros países productores, produce alrededor del 10% de la producción mundial.

Según estadísticas, en Ecuador se cultivan cerca de 6 millones de toneladas de plátanos, de las cuales en su mayoría se exporta, razón por la cual se conoce a nuestro país como el primer exportador de plátanos a nivel mundial.

Otros países como China, India y África, producen en mayor cantidad, pero el consumo interno que tienen, no permiten que la cantidad de producto que exportan iguale a las cifras exportadas por Ecuador.

El clima en Ecuador facilita mucho el cultivo de plátanos y muchas otras frutas tropicales exóticas para otras naciones. Otro factor influyente importante en el cultivo, es la ubicación de nuestro país, ya que esta permite una producción constante durante todo el año, sin interrupciones por cambios de estaciones climáticas.

Es por estas y muchas otras razones que el plátano y el banano ecuatoriano, es muy cotizado y valorado mundialmente y muchas veces catalogado como el más sabroso de todos.

2.2.2. Proyecciones del sector

El mercado de los snacks en el Ecuador promete un gran futuro, ya que hoy en día la venta de alimentos empacados y snacks ha incrementado significativamente. Se dice que es la era donde se da más importancia al tiempo que a unas buenas costumbres alimenticias. Es decir, en la actualidad las personas promedio prefieren ahorrarse el tiempo de cocinar o de ir a un restaurante y compran productos alimenticios previamente elaborados, los cuales satisfacen su antojo o deseo de comer por un corto periodo, que es aprovechado para desarrollar otras actividades a las que les dan más prioridad.

2.2.3. Datos generales de la provincia

Provincia: Pichincha.



Figura 1, Ubicación de la ciudad de Quito dentro de Pichincha, tomado de www.zonu.com

Capital: Quito.

Superficie: 13.000 Km².

Población: 2'600.000 Habitantes.

2.2.3.1. Municipios / cantones

Quito

Es la capital del Ecuador. El centro histórico de Quito es declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Cayambe

Ubicado en las faldas del nevado Cayambe.

Mejía

Un cantón en el sur de Quito con paisajes interesantes y fuentes de aguas importantes.

Pedro Moncayo

Ubicado en el norte de Quito.

Rumiñahui

Nombrado así en honor al famoso guerrero Inca, queda en el suroriente de Quito.

Santo Domingo de los Colorados

Es el cantón tropical de la provincia Pichincha y es el centro comercial que une la costa y la sierra del Ecuador.

San Miguel de los Bancos

Un cantón con bellas cascadas y pueblos hermosos como Mindo con su Bosque Protector y otras ofertas turísticas.

Pedro Vicente Maldonado

Ubicado en el noroccidente de Quito, y tiene un clima subtropical y todavía bastante recursos naturales.

Puerto Quito

Está en el noroccidente de Quito cerca de la Concordia con un clima tropical.

2.2.3.2. Condiciones Demográficas

La tasa de crecimiento de esta provincia es una de las más altas del país; más del 70% de la población se encuentra en el sector urbano, como es el caso de Quito, la capital de la República, que junto con Guayaquil son los mayores centros poblados de la nación.

Un aporte considerable a este fenómeno lo constituyen los inmigrantes del campo y de otros sectores de la patria.

2.2.3.3. Orografía

La provincia del Pichincha se encuentra en la hoya de Guayllabamba o de Quito. La parte de Los Andes se encuentra atravesada por la línea ecuatorial, la cual divide a la Tierra en dos hemisferios, Norte y Sur.

2.2.3.4. Clima

El clima en pichincha es muy variable, y este se podría decir que cambia de acuerdo con la altura de cada zona de la provincia, como por ejemplo, existen zonas de tropical húmedo y tropical monzón al occidente de la provincia; el centro y sector oriental están influenciados por climas, meso térmico húmedo y semi húmedo, meso térmico seco, de páramo y gélido.

Debido a que el Ecuador está ubicado en la línea ecuatorial, este no cuenta con las cuatro estaciones bien definidas. En el transcurso del año, se pueden sentir cambios de clima de verano a invierno, pero durante cualquiera de estas dos estaciones, se pueden presentar tipos de clima variados, desde días soleados temprano en la mañana y por la tarde, lluvias torrenciales en las que en ocasiones hasta cae granizo.

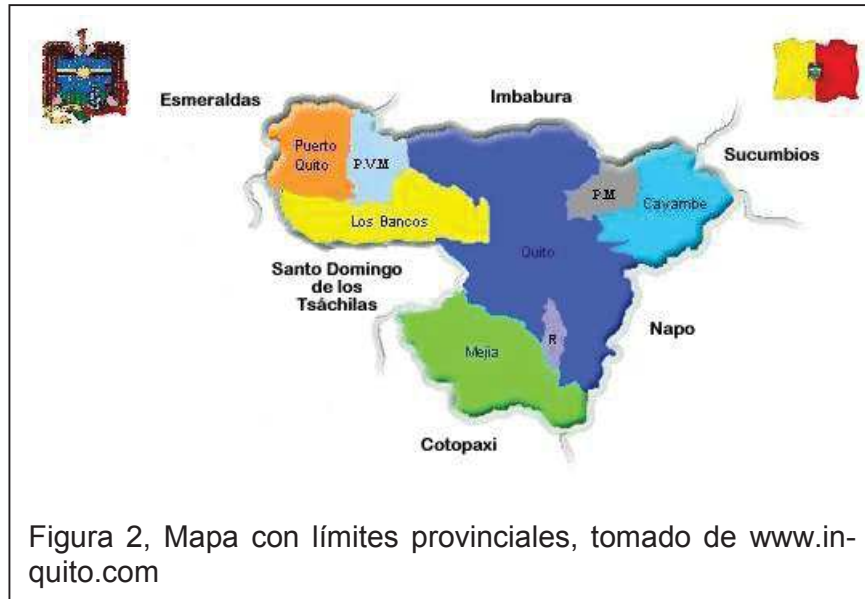
2.2.3.5. Límites Provinciales

Norte: Esmeraldas e Imbabura.

Sur: Cotopaxi y Los Ríos.

Este: Napo y Sucumbíos.

Oeste: Esmeraldas y Manabí.



2.2.3.6. Desarrollo de la ciudad

2.2.3.6.1. Recursos Naturales

Pichincha cuenta con la más variada producción agropecuaria, representada por cultivos de papa, cebada, haba y pastizales, en las zonas altas, trigo, maíz, legumbres, frutas en los valles y laderas bajas. En el área occidental se cultiva café, arroz, cacao, yuca, banano, palma africana y frutales propios del trópico.

La ganadería es una importante fuente de ingreso. La crianza de ganado bovino ha permitido una notable producción de carne y leche. El sector avícola también se ha constituido, en un significativo rubro económico. La actividad industrial es una de las más representativas a nivel nacional. La mayoría de agroindustrias están encaminadas a la producción alimenticia, textil, licorera, química-farmacéutica, metalmecánica y automotriz.

Provincia llena de fértiles y hermosos valles de clima primaveral, en donde se encuentran pintorescos poblados que manchan de blanco el fondo verde que alfombra toda la región.

En el sector minero, las actividades se han encaminado básicamente a la explotación de canteras que permiten la obtención de materiales para la construcción.

Comercio:

Alimentos (producción y agricultura), ropa confeccionada, automóviles, maquinaria, minerales y bebidas, entre otros.



Figura 3, Sembríos y producción agrícola, tomado de <http://sangolqui.olx.com.ec>



Figura 4, Ganadería en Pichincha, tomado de www.mundoanuncio.com.ec

Industrias:

Entre las provincias de Pichincha y Guayas está concentrada casi la totalidad de la producción industrial ecuatoriana. Dentro de Pichincha, la concentración se presenta en el cantón Quito. Entre las ramas industriales que se han desarrollado están las siguientes: Alimentos y bebidas, textiles, industrias del cuero, de la confección, de la madera, de productos químicos y farmacéuticos, industrias metales básicas, de maquinaria y equipo, de artes gráficas.

2.3. Datos generales del producto

2.3.1. Referencia de la materia prima

Los bananos y plátanos representan el cultivo frutícola número uno en el mundo, tanto en términos de producción, alrededor de 98 millones de toneladas anuales, como de comercio, valorado en más de US\$ 4306 millones. El plátano es considerado una de las primeras frutas cultivadas por el hombre, existen

referencias de este en escritos de hace varios siglos, así como tallados en paredes de templos Budistas que fueron edificados en el año 850 a.C.

En India tienen la creencia de que la banana entre los años 500 y 600 a.C. se la consideraba como el fruto del Paraíso y que esta es la fruta que Eva ofreció a Adán.

Alejandro Magno y sus ejércitos contaban de su cultivo en la parte baja del valle del Indo en la India, en el año 327 a.C., donde previamente ya existían referencias escritas entre los años 600-500.

En el sur de China el cultivo de este fruto también se remonta a tiempos muy antiguos, donde existen escrituras del período reinante de la dinastía Han (206-220), ahí mencionan que su cultivo se practicaba desde hace más de 2000 años. Debido a estos hallazgos, por mucho tiempo se creyó que la India y China fueron los primeros países en cultivar los bananos y plátanos.

Sin embargo tras varias misiones y estudios realizados en este tema, a mediados del siglo pasado, mostraron que el origen más probable se dio en el sudeste Asiático, en la región Indo Malaya y al noreste de Australia. Teoría que todavía se discute.

Con el tiempo su cultivo se fue regando desde Indonesia hasta Hawái y Polinesia.

Escritos y citas en la poesía épica budista, relatan referencias de su cultivo en los años 500 y 600 a.C. y sugieren la existencia de un fruto clon muy parecido al plátano pero con un tamaño bastante superior.

Muchos autores parecen coincidir que esta planta llegó al Mediterráneo una vez que este fue conquistado por los árabes en el año 650 d.C.

En el África fue llevado de la India, a través de Arabia, y luego atravesó Etiopía hasta el norte de Uganda en el año 1.300 d.C., aunque esta teoría ha sido muy polémica ya que hay pruebas de que existió un contacto bastante prolongado con la fuente original de los clones, lo que demuestra que su presencia es más antigua en el continente africano.

Por esta razón es que siempre se escucha decir que el plátano se originó en África. Luego en Europa se tecnificó su cultivo y se convirtió en una económica pero importante fuente de alimentación.

Europa escuchó acerca de la existencia del plátano en el siglo III a.C. debido a la influencia que existía por parte de los esclavos y comerciantes provenientes de África Occidental, pero era considerado como un fruto exótico que solo llegaba ocasionalmente a los puertos de la zona, como abasto alimenticio de los tripulantes en los barcos, los cuales lo consumían para mejorar su alimentación en las travesías que emprendían desde los Mares del Sur, donde adquirirían dichos frutos.

De esta manera es que los españoles y portugueses conocieron y adoptaron el consumo del plátano y el banano; y en la colonización lo trajeron a Sudamérica en el siglo XVI.

En el siglo XIX se comienza el cultivo del plátano en América Central y Sur, y a comienzos del siglo XX este se convierte en uno de los principales frutos cultivados en estas regiones. Lo que generó su exportación de los países tropicales, volviéndose así en el cuarto producto más cultivado, exportado y consumido a nivel mundial.

Ácido cítrico: El ácido cítrico (E-330) y sus sales se pueden emplear en prácticamente cualquier tipo de producto alimentario elaborado, como agente secuestrante de metales y sinérgico de antioxidantes o como acidulante.

El ácido cítrico es un componente esencial de la mayoría de las bebidas refrescantes, a las que confiere su acidez, potenciando también el sabor a fruta. Con el mismo fin se utiliza en los caramelos, en pastelería, helados, etc.

Es también un aditivo especialmente eficaz para evitar el oscurecimiento que se produce rápidamente en las superficies cortadas de algunas frutas y otros vegetales. El ácido cítrico contribuye a retardar el pardeamiento enzimático, ya sea por su efecto quelante sobre el cobre o por la disminución del pH, ya que el pH de la enzima está entre 6 y 7 para la mayoría de las polifenoloxidasas presentes en los alimentos

2.3.2. Características botánicas

El plátano y el banano provienen de plantas herbáceas con pseudotallos aéreos que se originan de cormos carnosos, en los que se desarrollan numerosas yemas laterales “hijuelos” o “hijos”.



Igualmente se lo identifica dentro del grupo de las musáceas, la cual es una planta perenne con rizoma corto y tallo aparente o falso. Las variedades que existen en la actualidad son el resultado del cruce entre las primeras plantas originarias del Asia, las especies *Musa balbiciana* y *Musa acuminata*, las cuales en un principio contenían semillas, lo cual ha variado en la actualidad y ya no tienen una semilla viable.

Muchas veces se confunde a la planta del plátano y el banano como si fuera un árbol, pero no es más que una megafobia, es decir una hierba gigante. Al igual que las demás especies de *Musa*, estas también carecen de un verdadero tronco y en su lugar poseen vainas foliares, que se desarrollan formando estructuras llamadas pseudotallos de hasta 30 cm de diámetro basal, y alcanzan los 7 m de altura.

En un principio el plátano y el banano estaban llenos de semillas y no eran más grandes que 6 u 8 centímetros. Esto ha variado debido a la influencia y manipulación del ser humano hacia el fruto, creando así una versión comestible como la que conocemos todos. La acción humana la ha convertido en la versión comestible actual.

2.3.3. Valor nutricional

Tabla 1, valor nutricional por cada 100 gramos de plátano verde.

COMPONENTE	CANTIDAD
Calorías	85 kcal
Agua	75.7 gr
Proteínas	1.1 gr
Carbohidratos	22.0 gr
Fibras	0.6 gr
Vitamina A	190 UI
Vitamina B1	0.05 mg
Vitamina B2	0.06 mg
Vitamina B6	0.32 mg
Acido nicotínico	0.60 mg
Ácido pantoténico	0.20 mg
Acido málico	500 mg
Ácido cítrico	150 mg
SALES MINERALES	
Acido oxálico	6.40 mg
Sodio	1.00 mg
Potasio	420 mg
Calcio	8.00 mg
Magnesio	31.0 mg
Hierro	0.7 mg
Cobre	0.2 mg
Fósforo	28.0 mg
Azufre	12.0 mg
Cloro	125.0 mg

Tomado de www.botanical-online.com/platanos1.htm

2.3.4. Descripción general del producto

Una vez definidas las características, componentes y beneficios que nos brinda la materia prima de los productos elaborados por **GreenSnacks**, podemos determinar los datos generales de los Nachitos Verdes.

La elaboración de este producto se la ejecutara en el taller de **GreenSnacks**, bajo las más estrictas normas de sanidad, manejando procesos estandarizados desde que la materia prima ingresa, es procesada, hasta que es entregada al consumidor final.

Cuando se receipta el plátano verde, este es cocinado en agua hasta que pueda ser procesado y se cree una masa agregando un porcentaje determinado de agua de la cocción, esta debe quedar estable, es decir que no se quiebre ni este muy sobre hidratada. Luego se agregan conservantes para alargar la vida útil del producto y que este llegue a manos del consumidor como si estuviesen recién horneados, cabe destacar que ninguno de estos conservantes es dañino para la salud.

Previo al proceso de cocción, la masa es estirada, cortada, y colocada en bandejas de horno. Se hornean los nachos hasta su punto y son llevados a la planta empaquetadora, donde una vez concluido el proceso, los nachos son distribuidos a los intermediarios.

2.4. Factores del macro entorno

2.4.1. Factores económicos generales

En la última década en el Ecuador se ha implementado un proceso en el cual se está protegiendo y potencializando el producto nacional. Esta medida se la ha tomado con el objetivo de buscar abrir puestos de trabajos, y mejorar la producción nacional. De esta manera mantener la liquidez interna.

Tomado de: <http://exwood.wordpress.com/2011/01/04/macro-entorno-del-ecuador/>

En las décadas de los sesentas y setentas se tuvo un crecimiento considerable del PIB (6.7% en promedio anual).

Sin embargo, las dos décadas siguientes se consideran décadas perdidas, el crecimiento promedio del PIB fue de apenas 1.9%. En la última década Ecuador retoma la senda de crecimiento sostenido e importante con un ritmo

de crecimiento promedio anual del PIB de 4.4%. Para el período de estimación 2011-2015 el crecimiento promedio sería del 4.6%.

El crecimiento económico del período 2012-2015 (4.07% en promedio), está relacionado con el dinamismo en la actividad económica que empezó en 2008.

2012- 2013: inversión pública, especialmente en los sectores petrolero e hidroeléctrico alimenta la inversión privada y el consumo de los hogares.

2014-2015: mayores niveles de inversión, especialmente en el sector minero y en la nueva Refinería de “El Pacífico”.

El deflactor del PIB que sintetiza las variaciones de los precios de todos los bienes y servicios producidos y comercializados en el país, no registra fuertes variaciones.

Importaciones de bienes y servicios: Están asociadas al crecimiento previsto de la economía y a la fuerte inversión pública (Sector petrolero e infraestructura y proyectos estratégicos).

Consumo de Hogares: Correlacionado con la recuperación de los ingresos de los hogares y del empleo productivo.

Consumo del Gobierno: Crecimiento asociado a la re estructuración y eficiencia del sector público.

Formación bruta de capital fijo total: Dinamismo por la construcción de nuevas centrales hidroeléctricas, nueva refinería y en nuevas inversiones para incrementar la producción petrolera y minera.

Exportaciones: Crecimiento en volumen y valor de exportaciones petroleras y no petroleras, especialmente de productos no tradicionales, como resultado de la aplicación del Código de la Producción.

Por su parte la balanza comercial no petrolera mantendría saldos negativos, que van de los USD -8,481 millones en 2012 a los USD -6,730 millones en 2015. Dicha evolución obedece al hecho de que a menor superávit de la balanza petrolera, menor déficit de la balanza no petrolera.

En todo caso, la balanza comercial será negativa en casi todo período: 2012 (-1,450 millones), 2013 (-573 millones), 2013 (-298 millones) y solo en 2015 es positiva (183 millones), lo que implicaría una mejora en situación del sector externo para los próximos años de planificación cuatrianual.

Predicciones tomadas del PDF de “SUPUESTOS MACROECONOMICOS 2012 – 2015” por el Banco Central del Ecuador.

2.4.2. Factores demográficos

Los datos generados por el INEC informan que en el 2010, aproximadamente 14.233.900 de personas habitan Ecuador.

En lo referente al sexo de la población, se puede establecer que alrededor del 49,4% se encuentra compuesta por hombres, y un 50,6% por mujeres.

Estas cifras varían aún más a favor de las mujeres en las provincias de la sierra central ecuatoriana. Aproximadamente el 66% de la población reside en los centros urbanos, mientras el resto se desenvuelve en el medio rural.

De todos estos datos, se estima que la población consumidora de snacks dentro del Ecuador es del 32.7%, porcentaje el cual podríamos definir como clientes potenciales.

2.4.3. Factores políticos

La política en el Ecuador ha sido un tema muy polémico y de opiniones divididas durante el último periodo presidencial. Las decisiones tomadas por el primer mandatario Ecuatoriano, han sido muy cuestionadas tanto por políticos como por el pueblo.

Una de las ventajas que nos ha dado este actual gobierno es el apoyo al desarrollo del producto nacional.

Esto lo ha logrado frenando un poco las importaciones, aumentando los impuestos a estas, e incentivando al pequeño productor ecuatoriano, a crear productos de calidad que sean aceptados por el mercado.

El período presidencial actual está por concluir, por lo cual se deberá estar a la expectativa de cuál será el próximo mandatario y las decisiones que este tome y que puedan afectar al sector interesado.

2.4.4. Factores legales

2.4.4.1. Permisos de funcionamiento

Pasos para legalizar negocio en la ciudad de Quito:

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI.

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente.
- Original y copia del certificado de votación.
- Original y copia de **cualquiera de los siguientes documentos** que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
- Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
- Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.

Tomado de www.sri.gov.ec

PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- Copia del RUC.
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal.
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo.
- *Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.*
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez).
- Artesanos: Calificación artesanal.

Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE).

- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA).

Tomado de www.quito.gov.ec

PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario.
- Copia de RUC.
- Copia del permiso del año anterior.
- Copia de la patente municipal.

Para artesanos:

- Informe de Inspección.
- Copia del certificado artesanal.
- Exoneración del municipio.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario.
- Copia de RUC.
- Copia del permiso del año anterior.

Tomado de Cuerpo de Bomberos de Quito.

PASO 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos).

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario).
- Declaración juramentada.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía.

- Copia del Certificado de Votación.
- Foto a color tamaño carné actualizada.
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana).

Carné del Gremio Actualizado.

Tomado de, Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito.

PASO 5: Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario).

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria.
- Certificado del título profesional del CONESUP.
- Lista de productos a elaborar.
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria).
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes.
- Croquis de la ubicación de la planta.
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa.
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud.
- Copia del RUC del establecimiento.

- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

2.4.4.2. Afiliación a la cámara de comercio

Requisitos: Personas Naturales

Ecuatorianos

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía.

Extranjeros

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia del pasaporte o cédula de residencia.
- Fotocopia del censo otorgado por Migración.

Personas Jurídicas

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías. En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos y, en caso de sociedades civiles o colectivas, la sentencia del juez.
- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

Apoderados

- Llenar la solicitud de afiliación.
- En todos los casos, adicionalmente a la presentación de estos documentos, el solicitante deberá realizar el pago de la cuota de inscripción a la Cámara de Comercio.
- Fotocopia de la escritura de poder conferido.

- Para las personas naturales, el valor a cancelar depende del capital que haya sido declarado para la afiliación.
- Fotocopia de la cédula o pasaporte.
- Para las personas jurídicas, el valor a cancelar depende del capital suscrito en las escrituras de constitución de la empresa.

Este pago inicial por afiliación debe realizarse en efectivo o con cheque certificado a nombre de la Cámara de Comercio de Quito.

Proceso

Luego de ser revisada en Afiliaciones, la documentación es ingresada al sistema. Cuando el solicitante realiza el pago, queda inscrito como socio activo.

A las personas naturales se les entrega un certificado -que deberá ser legalizado por un juez de lo civil- y el certificado de afiliación, documentos que habilitan la petición de una matrícula de comercio en el Registro Mercantil.

Las personas jurídicas reciben un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil.

2.4.4.3. Cumplimiento de la normativa nacional

Deberá cumplirse con todo lo estipulado en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 561:2010.

2.5. Estrategias competitivas

El snack que se va a ofrecer es un producto de consumo y dentro de esta categoría entran todos aquellos productos de conveniencia, que se caracterizan por ser consumidos con cierta frecuencia, de forma inmediata y con un esfuerzo mínimo de comparación.

Una vez dicho esto y conociendo cual será nuestra competencia tanto directa como indirecta, podríamos definir la estrategia a utilizar, la cual estará consiente en que se entrará a competir en un mercado oligopólico, es decir, un mercado el cual está dominado por dos o tres productores principales y con

una participación mínima de otras empresas pequeñas, por esta razón la estrategia de **GreenSnacks** será establecer características diferenciadoras, capaces de conseguir en un mediano o largo plazo un posicionamiento aceptable.

2.5.1. Análisis de competencia

La corporación PepsiCo Inc, que tiene a su mando a la empresa Snacks América Latina a través de su marca Frito Lays, es la dominante del mercado tanto a nivel nacional como mundial ofreciendo gran diversidad de productos entre los que destacan Papas Lays, Doritos y Cheetos, logrando facturaciones anuales que sobrepasan el billón de dólares por cada uno de sus productos. Su estrategia, en esta parte del continente, se basa en absorber a todas aquellas empresas que disputen su liderazgo además de realizar grandes inversiones en publicidad y marketing.

3. CAPÍTULO III

3.1. Oportunidad de negocio

El mercado de los snacks elaborados con plátano verde no ha sido aprovechado por completo, existen varios sub productos con gran potencial que no han sido comercializados aun y que no son de conocimiento de la mayoría de consumidores.

La oportunidad de crear y comercializar un nuevo producto a base de plátano verde es grande, ya que este es un producto que es muy vendido en otro tipo de presentaciones de snacks que tienen gran acogida.

Han pasado varios años sin que un nuevo snack elaborado con plátano verde haya sido introducido al mercado, generando así una necesidad de innovar y presentar un nuevo producto que sea del agrado del consumidor, como lo serán los nachos de verde.

3.2. Breve muestreo del segmento de mercado

3.2.1. Segmento del mercado

Los productos elaborados por **GreenSnacks** irán dirigidos a hombres y mujeres consumidores de snacks de todas las edades y clases económicas existentes, aportando energía a niños en las escuelas, hasta satisfaciendo deseos de hambre o placer a ejecutivos y adultos mayores.

Latitud: Ecuador – Quito.

Emplazamiento: Al ingreso noreste de la ciudad de Quito, por la Av. Libertador Simón Bolívar.

Colindancia: Colinda con el canal de televisión “Telesucesos”.

Entorno: Movimiento de casas automotrices de la ciudad.

Paisaje: Urbano.

3.2.2. Zona de ubicación



GreenSnacks estará ubicada en la zona norte de la ciudad de Quito, en la Av. Eloy Alfaro N40-437 y Av. De los Granados sector El Batán.

En esta dirección **GreenSnacks** cuenta con un bien inmueble propio, lo cual es conveniente en cuestión de costos para la empresa.

Otra ventaja de esta ubicación es el estar cerca de la Avenida Libertador.

Simón Bolívar, lo que facilitará la distribución de productos hacia los principales supermercados ubicados a lo largo de la ciudad de Quito y la cual también conduce a las principales ciudades del Ecuador.

4. CAPÍTULO IV

4.1. Nombre de la empresa

GreenSnacks.

4.2. Nombre del producto

Nachitos Verdes.

4.3. Visión de la empresa

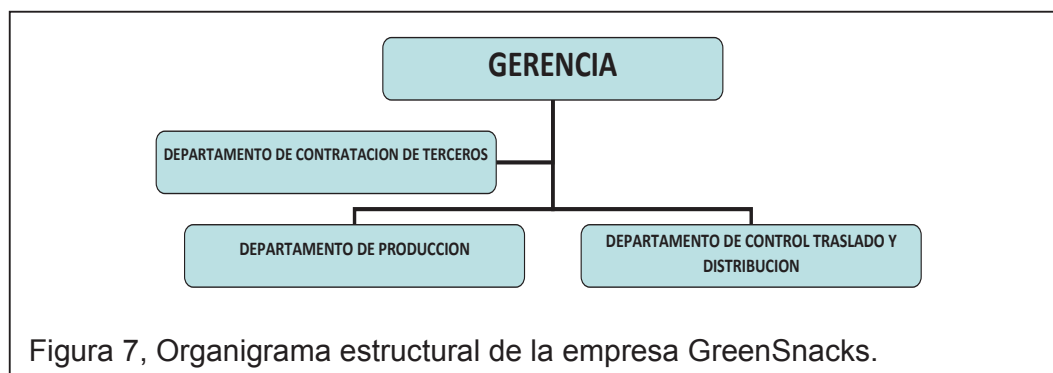
GreenSnacks será en los próximos 5 años, la principal empresa en producción y distribución de snacks elaborados con plátano verde. Llegando al consumidor a través de los principales supermercados y tiendas en el Ecuador brindando productos de la más alta calidad.

4.4. Misión de la empresa

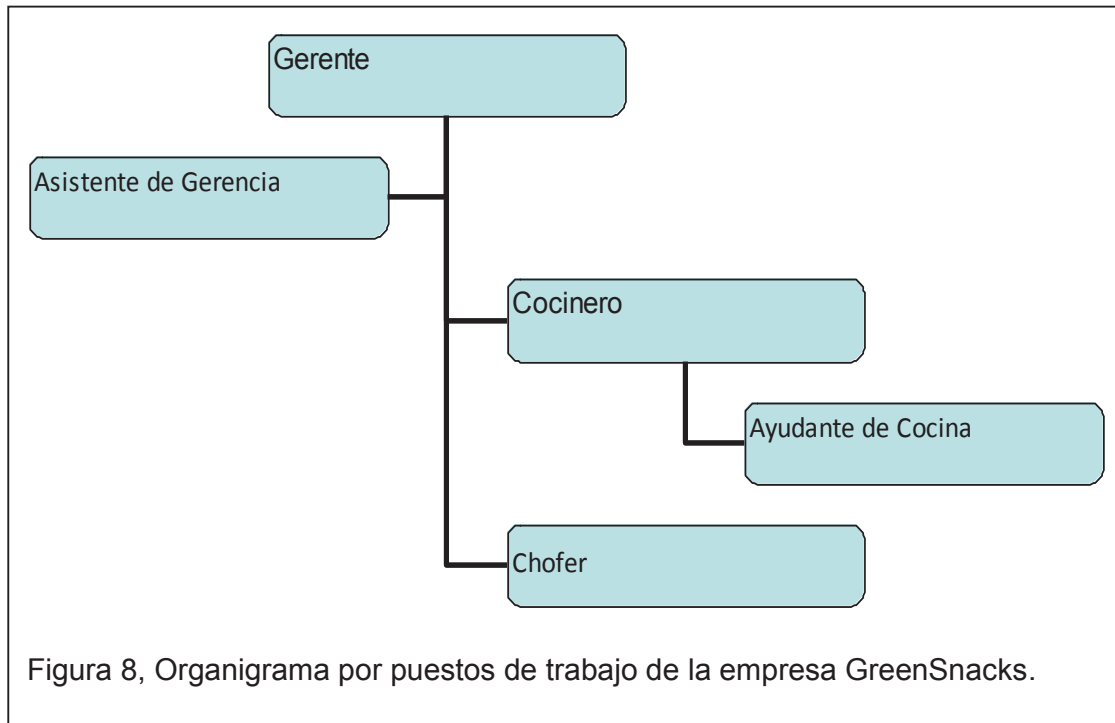
La misión de **GreenSnacks** es promover y vender snacks de excelente calidad que generen utilidades a la empresa, bajo las más estrictas normas de sanidad y cuidados alimenticios. Con controles de costos e inversiones inteligentes de los recursos en el estudio y desarrollo de los productos.

4.5. Organigrama

4.5.1. Organigrama estructural



4.5.2. Organigrama por puestos de trabajo



4.5.2.1. Descripción de funciones por puesto de trabajo

Gerente

- Administrar la parte financiera y contable de la empresa.
- Ofertar el producto a clientes intermediarios.
- Supervisar todos los procesos de producción, traslado y distribución.

Asistente de gerencia

- Contratación de servicios de terceros, como químicos, contadores, técnicos en maquinaria, etc.
- Organización de pedidos de clientes intermediarios.
- Supervisar stocks mínimos y máximos.
- Compra materia prima.
- Supervisar proceso de producción y estándares de calidad.

- Supervisar traslado del producto a la planta de empaque.
- Supervisar la manipulación del producto para que este no sea dañado al ser empacado o trasladado.
- Entregar pedido al cliente intermediario.

Cocinero

- Producción de pedidos.

Chofer

- Conducir vehículo desde la planta de producción hasta la planta de empaque.
- Llevar el producto para ser entregado al cliente intermediario.

Ayudante de cocina

- Asistir a cocinero.

4.6. Políticas de la empresa

4.6.1. Políticas administrativas para la operación de la empresa

- En un comienzo la empresa contara con un total de dos operativos que trabajaran bajo contrato, los cuales se encargarán de la producción de nachos de verde para luego ser llevados a la planta de empacado y después distribuidos a los clientes intermediarios.
- Mensualmente se requerirá los servicios de un contador para que maneje toda la parte contable de la empresa y entregue los reportes necesarios.
- También a esto se suma en un principio un vendedor, que se encargue de visitar los establecimientos donde se desea ofertar el producto, para que de esta manera comiencen a realizar los pedidos y así iniciar con las operaciones de la empresa.

- Adicionales a estos, se podrá contratar el servicio de terceros como técnicos especializados en los equipos de trabajo, para realizar los mantenimientos necesarios o en caso de tener inconvenientes con las maquinas, y un ingeniero químico que supervise y asesore en la elaboración de recetas y proceso de producción.
- Para el empackado se contratará una empresa dedicada específicamente a esta labor, a la cual se le entregara el producto ya elaborado y se supervisará que este no sea dañado en el proceso de empackado.

4.6.2. Políticas de sueldos

- El sueldo del propietario será de 400 USD, y este podrá aumentar dependiendo de las comisiones y ventas que la empresa realice.
- El sueldo del ayudante de gerencia y cocinero será el del salario mínimo vital establecido por la ley, independientemente de las ventas.
- Las tarifas de técnicos, contadores, vendedores, planta de empackado o cualquier servicio de terceros, serán determinadas por los mismos, cada vez que sus servicios sean requeridos.

Tabla 2, sueldos.

Rango	Sueldo Nominal	N° Puestos	S. Total Nominal
Gerente	\$400	1	\$400
Asistente gerencia	\$ 293	1	\$293
Cocinero	\$293	1	\$293
Ayudante de cocina	\$293	1	\$293
Chofer	\$293	1	\$293
TOTAL		5	\$1568

4.7. Tablas de sueldos básicos sectoriales

Véase anexos.

4.8. Tipo de compañía

GreenSnacks será creada como una compañía en comandita, la cual tiene las siguientes características.

Gerente general y administrativo de la empresa, socio comanditado David Landázuri.

La empresa está dispuesta a aceptar socios comanditarios, cuya responsabilidad se limitara al monto de sus aportes.

Definición de compañía en comandita

Compañía en comandita simple y dividida por acciones.

La compañía tiene dos clases de socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más socios suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La compañía existe bajo una razón social que consiste en el nombre de uno o varios de los socios comanditados, al que se agregará las palabras “Compañía en comandita”.

Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional. La administración está a cargo de los socios comanditados.

La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma que una compañía en nombre colectivo.

No está sujeta a la superintendencia de compañías.

Tomado de, www.buenastareas.com/ensayos/Tipos-De-Empresas-Segun-La-Ley/1756344.html

4.9. Horarios de atención

- La empresa **GreenSnacks** no tendrá contacto directo con el consumidor final con excepción de determinados casos, por lo cual los horarios de atención a clientes variaran dependiendo de previas citas solicitadas.
- Los horarios operativos de la planta de producción dependerán de los pedidos realizados por los clientes intermediarios y de los tiempos de producción que estos requieran para poder ser entregados puntualmente.
- En caso de pedidos grandes, los empleados encargados de producción trabajarán un máximo de 8 horas diarias, cumpliendo así con un tope de 40 horas semanales.
- Los días que se efectuó una jornada completa, los empleados tendrán derecho a 1 hora libre para su almuerzo.

4.10. Uniformes para cocina

Para producción y distribución los empleados deberán llevar el siguiente uniforme:





Figura 11, pantalón para cocina,
tomado de www.chefcentral.com



Figura 12, botas antideslizantes
con punta de acero, tomado de
www.pichincha.quebarato.com.ec



Figura 13, guantes para horno,
tomado de www.dispan.es

4.11. Tratados de higiene y sanidad a tomar en cuenta

Para poder conocer como sanitizar un taller de cocina, primero que nada tenemos que definir que es un sanitizante.

Los sanitizantes son un compuesto que reduce pero no necesariamente elimina los microorganismos del medio ambiente y objetos inanimados. Son generalmente utilizados en contacto con alimentos.

Los sanitizantes son sustancias que reducen el número de microorganismos a un nivel seguro. Debe tener propiedades germicidas o antimicrobianos y se

aplican a los objetos dentro de un taller de cocina para destruir los microorganismos, este proceso de eliminación se conoce como la desinfección o sanitización.

Si los utensilios no se lavan y desinfectan correctamente, los gérmenes que causan enfermedades pueden comenzar a reproducirse y así aumentar el potencial de la contaminación de alimentos y las posibilidades de intoxicación. Los centros de control y prevención (cdc) estiman que las ollas y utensilios contaminados causan acerca de un 10% de todos los brotes de intoxicaciones en los estados unidos. Lavando y desinfectando el equipo de preparación de alimentos es esencial para remover la suciedad y partículas de comida, y reducir los gérmenes a un nivel saludable.

Un sanitizante perfecto es el que ofrece una buena esterilización, sin dañar otras formas de vida, debe ser barato, y no ser corrosivo. Lamentablemente, los sanitizantes o desinfectantes ideales no existen. La mayoría de los desinfectantes son también, por su propia naturaleza, potencialmente perjudiciales para los seres humanos o los animales. Deben ser tratados con el cuidado apropiado.

La mayoría de los materiales con poder bactericida contienen Bitrex, una sustancia amarga diseñada para desalentar la ingestión, como una medida de seguridad añadida. Los que se utilizan en interiores no deben mezclarse con otros productos de limpieza porque pueden ocurrir reacciones químicas secundarias.

También se les puede denominar Germicidas.

La elección de la solución sanitizante que se utilizará depende de la situación particular. Algunos tienen un amplio espectro (matan a casi todos los microorganismos), mientras que otros matan a un campo más reducido de organismos que causan enfermedades, pero se prefieren por sus otras propiedades (como no ser corrosivos ni tóxicos, o económicos).

La esterilización por la luz solar (ultravioleta) es de gran utilidad pero no siempre es factible. A pesar de la dependencia de los productos químicos, la higiene básica con productos germicidas o desinfectantes, tanto en la industria

como en el hogar, va en aumento pues garantiza una mayor limpieza en la elaboración de productos, ya que esto es un punto crítico de control dentro de la industria gastronómica y de la seguridad de los alimentos al evitar el rápido crecimiento de las colonias bacterianas y el control de enfermedades provocadas por los gérmenes que se alojan en cualquier lugar donde existan las condiciones propicias para su reproducción.

4.11.1. Tipos de sanitizantes

Existen muchos tipos de sanitizantes, pero el más utilizado en la industria encargada de la elaboración de alimentos es el cloro, ya que proporciona seguridad al momento de eliminar bacterias y otro factor muy importante es que su precio es bajo a diferencia de otros productos.

Alcohol

Los alcoholes más utilizados por lo general son el etanol o el isopropanol, al ser más volátiles se evaporan con rapidez además de tener un amplio poder microbicida para una mejor desinfección, no son corrosivos, pero puede poseer un riesgo de incendio. También tienen limitada actividad residual debido a la evaporación, lo que resulta en un breve contacto, y tienen una limitada actividad en presencia de material orgánico. Los alcoholes son más eficaces en combinación con agua purificada por ejemplo el alcohol isopropílico del 70% o el alcohol etílico del 62% es más efectivo que el alcohol del 95%. El alcohol no es eficaz contra hongos o esporas bacterianas.

Aldehídos

Aldehídos, como glutaraldehído, son buenos microbicidas, esporicidas y fungicidas, que no dejan casi residuos aunque se inactivan parcialmente en presencia de compuestos orgánicos.

Halogenuros

Los halogenuros son los más utilizados para la sanitización de cocinas, a continuación mencionare los más importantes:

Cloramina-T: se utiliza en el tratamiento de agua potable en lugar del cloro, ya que produce un menor número de subproductos derivados de la desinfección. Mantiene su acción antibacteriana incluso después de que el cloro se haya agotado.

Cloro: se utiliza para desinfectar piscinas, y se agrega en pequeñas cantidades al agua potable para reducir las enfermedades transmitidas por el agua.

Hipocloritos: (hipoclorito de sodio), a menudo en forma de cloro de uso doméstico común, se utilizan en el hogar para la desinfección de los desagües, y aseos.

Otros hipocloritos, como hipoclorito de calcio también se utilizan en cocina, pero sobre todo como aditivo de piscinas. Las soluciones de hipobromito son también usadas para el mismo objetivo.

Yodo: suele disolverse en un disolvente orgánico o como solución de yodo de lugol. Se utiliza en la industria avícola.

Se agrega al agua potable para las aves. Aunque es poco recomendada porque aumenta el tiempo de curación, la tintura de yodo también se ha utilizado como un antiséptico para la piel en cortes y raspaduras.

Fenoles

Los fenoles son ingredientes activos en algunos sanitizantes del hogar. También se encuentran en enjuagues bucales y en algún jabón para manos.

Fenol: es probablemente el sanitizante más antiguo que se conoce, ya que fue usado por primera vez por Joseph Lister, cuando se llamaba ácido carbólico.

Es bastante corrosivo para la piel y a veces, las personas son sensibles a sus vapores tóxicos.

O-fenilfenol: se utiliza a menudo en lugar de fenol, ya que es menos corrosivo.

Hexaclorofeno: es un compuesto fenólico que fue utilizado como aditivo germicida en algunos productos para el hogar, pero fue prohibido debido a la sospecha de efectos nocivos.

Compuestos de amonio cuaternario

Los compuestos de amonio cuaternario (Quats), como el cloruro de benzalconio, forman un gran grupo de compuestos relacionados. Algunos han sido utilizados como sanitizantes de bajo nivel. Son eficaces contra las bacterias, pero no sirven contra algunas especies de bacterias pseudomonas, o en esporas bacterianas.

Los quats son biocidas que también matan a las algas y se utilizan como aditivos a gran escala en sistemas de abastecimiento de agua industrial para reducir al mínimo el crecimiento de gérmenes biológicos. Los compuestos de amonio cuaternario también pueden ser sanitizantes eficaces contra los virus.

4.11.2. Proceso de sanitización



Para la realización de un adecuado proceso de sanitización se debería seguir los siguientes pasos:

En lo que respecta a mesas de trabajo:

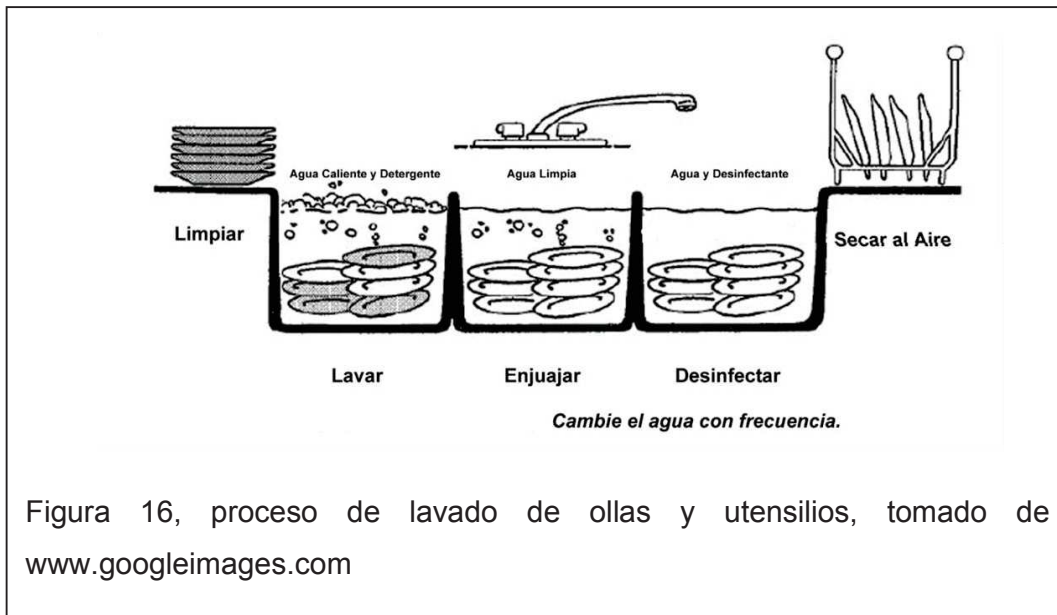
- Primero que nada se debe retirar cualquier suciedad física o agente de contaminación física que pueda existir en los utensilios del taller o en el taller en si, por ejemplo suelo, paredes, techo, etc.
- Segundo se debe limpiar con detergentes y agua con el fin de eliminar la suciedad adherida a las superficies.

- En el siguiente paso se debe retirar cualquier resto de detergente en la superficie del objeto a sanitizar, normalmente se lo retira con agua.
- Aplicar el desinfectante deseado para la destrucción de microorganismos.
- Una vez que el desinfectante o sanitizante haya actuado, retirar cualquier resto de este con abundante agua, para que salga por completo ya que esto podría corroer las indumentarias o llegar a afectar los alimentos manejados sobre la superficie sanitizada.



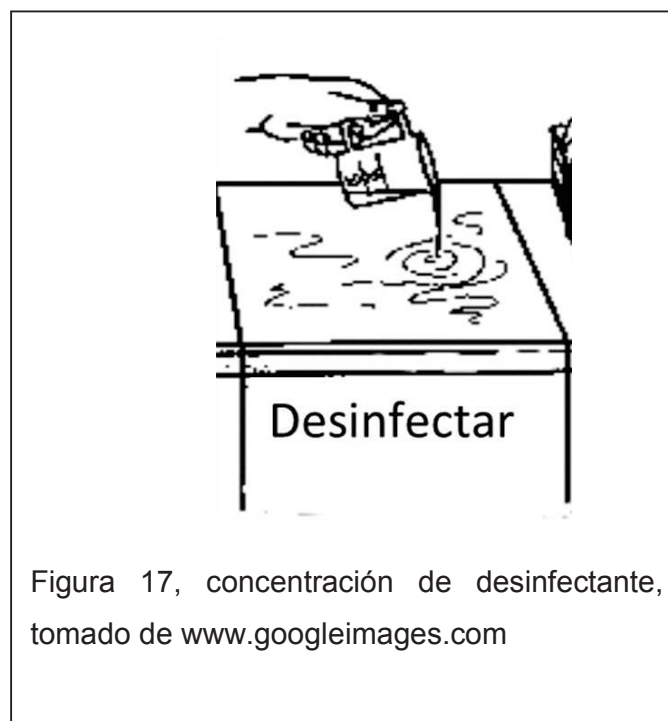
Para el lavado de ollas y utensilios utilizados en cocina.

- Pre-lavado / Raspar.
- Lavar con detergente y agua tibia (110°F).
- Enjuagar.
- Desinfectar con Desinfectante Aprobado.
- Dejar Secar.



Concentración Desinfectante

- Cloro 50 - 100 ppm.
- Amonio cuaternario 200 ppm, o como lo especifique el fabricante.
- Yodo 12.5 - 25 ppm.



Si el nivel del químico es menor de lo aprobado, la mezcla es inefectiva y si el nivel del químico es mayor, entonces la mezcla puede ser tóxica. Para asegurarse que tiene la concentración correcta, siempre lea las instrucciones en el rótulo del químico y haga la prueba para examinar la concentración.



Figura 18, ollas.

Se debe usar agua tibia para preparar la mezcla de desinfectante. Las siguientes concentraciones son requeridas para desinfectantes de utensilios de cocina:



Figura 19, repisas.

- Cloro 50 ppm para lavar utensilios en maquina.
- Cloro 50-100 ppm para lavado de utensilios manualmente.
- Amonio cuaternario 200 ppm, o como lo especifique el fabricante.
- Yodo 12.5 a 25 ppm.



Figura 20, utensilios.

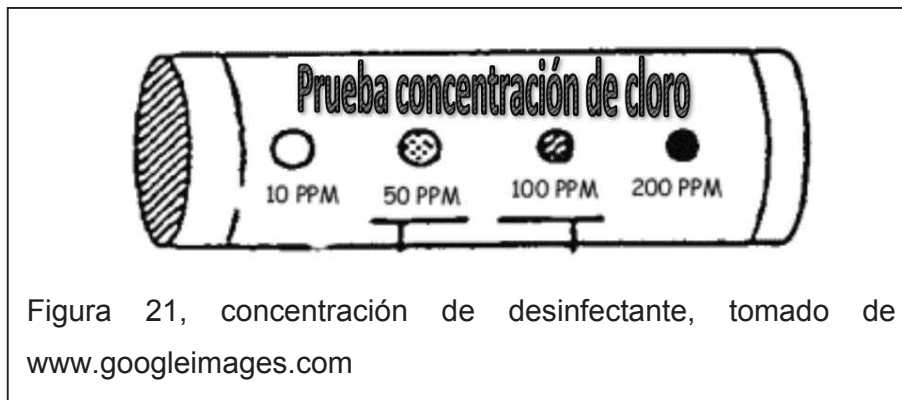
En lo que respecta a la limpieza de paredes, techos, pisos, etc. Las mezclas de cloro a utilizar son las siguientes:

- Paredes y techos: solución de cloro a 200ppm.
- Pisos, desagües y servicios higiénicos: solución de cloro a 500ppm.



Figura 20, posillería.

Equipos varios como mesas, mangueras, equipos de acero inoxidable como marmitas, tanques, tuberías y utensilios como baldes, ollas, cajas plásticas, paletas, cuchillos, tablas de picar, etc.: solución de cloro a 100ppm.



Para conocer si la mezcla de cloro o sanitizante es la adecuada utilice las tiras de prueba especiales para el desinfectante que está utilizando. Para el cloro o blanqueador, la tira de prueba debe volverse azul, lo que indica una concentración de 100 partes por millón (ppm). Vea la tabla de colores en el paquete de las tiras de prueba. Si el desinfectante tiene menos de 100 ppm es demasiado débil. Si tiene 200ppm, es demasiado fuerte y puede producir enfermedades.

Cambie el desinfectante cuando comience a ensuciarse. Deja de funcionar cuando está sucio.

5. CAPITULO V

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivos generales de la empresa

- Entrar a competir en el mercado de snacks, con nuestro producto “nachos de verde” y que este genere ventas exitosas con ganancias para la empresa.

5.1.2. Objetivos específicos de la empresa

5.1.2.1. Objetivos de marketing

- Posicionar la marca **GreenSnacks** en la mente del consumidor como creadora de productos de calidad.
- Posicionar la marca **GreenSnacks** en la mente del consumidor como pionera en la creación de los nachos de verde.

5.1.2.2. Objetivos ecológicos

- Aportar al cuidado del medio ambiente, ofreciendo un producto con un empaque biodegradable.

5.1.2.3. Objetivos financieros

- Obtener ventas necesarias para reinvertir en estudios de factibilidad para sacar al mercado una mayor variedad de tamaños y presentaciones.
- Entrar a competir en el mercado con snacks que ya son populares, como los chifles y platanitos salados y dulces.
- Obtener contratos de pedidos fijos con las principales tiendas y supermercados.
- Cumplir con metas de ventas preestablecidas, para que el retorno de la inversión se de en los plazos establecidos.

- Generar utilidades a la empresa.

5.1.2.4. Objetivos de recursos humanos

- Crear una lealtad mutua entre empleados y la empresa **GreenSnacks**.

5.2. Consumidor

5.2.1. Perfil del consumidor

Niños entre 7 y 12 años y jóvenes adultos sin límite de edad de todos los niveles socio económicos con deseos de obtener un producto saludable, nutritivo y de fácil adquisición y consumo.

En la última década, se viene presentando una preocupación de las personas por consumir productos saludables, esto quiere decir que existe una tendencia alimenticia hacia productos naturales y no dañinos para la persona ni el medio ambiente.

Es por esto, que el producto, como ya se señaló, deberá hacer énfasis en sus componentes y resaltar las propiedades vitamínicas y energizantes.

Elaborar snacks bajos en es una característica importante y muy válida para atraer a los consumidores.

5.2.2. Deseos y necesidades del consumidor

Al comprar e ingerir snacks, el consumidor puede tanto satisfacer una necesidad que estaría dada por el sentimiento de hambre, como un deseo que se daría por ansiedad o simplemente por gusto.

Lo que atrae a los clientes hacia el consumo de snacks, es su fácil adquisición, ya que por lo general estos están disponibles en las tiendas cercanas a ellos en el momento que se genera el deseo o necesidad.

Otro factor importante es el precio, ya que el mercado al que se está atacando es muy amplio en cuanto a clases económicas, por lo cual este debe ser el adecuado para poder satisfacer a todos los sectores deseados.

5.2.3. Estrategias de publicidad en marketing

En lo que se refiere a publicidad, ya que esta es una herramienta de alto costo, no se asignara un presupuesto elevado en esta área, en lo que respecta a los dos primeros años desde el comienzo de operaciones de la empresa.

Se invertirá en el desarrollo de una publicidad visual, a través de flyers, periódicos y páginas web, y dependiendo de los resultados se decidirá en un futuro la publicidad a través de radio y televisión.

La principal forma de publicidad que se usará es la degustación misma del producto de manera gratuita para así llamar la atención de las personas y crear un deseo y lo que podríamos llamar clientes potenciales.

En un principio las promociones de ventas atraerán la atención del cliente a través de rebajas, premios u ofreciendo combinaciones del producto.

Esperando como resultado el posicionarnos en la mente del consumidor y que este se percate de la existencia de nuestro producto.

La aplicación de las promociones como por ejemplo, aumento de la cantidad en las porciones o canjes de obsequios en base a un mayor consumo, contribuirán a incentivar la compra.

En lo que respecta a la publicidad específicamente, debido a que el mercado de snacks es altamente competitivo, ésta tiene que ser persuasiva ya que lo que se quiere lograr es tener también una participación en el mercado.

La publicidad persuasiva se caracteriza por crear preferencia de marca, provocando así el cambio a la marca propia y modificar las percepciones acerca de los atributos del producto.

5.3. Análisis FODA

Fortalezas

Producto innovador.

Producto pionero.

Ubicación de la empresa cerca de las principales carreteras de la ciudad de Quito.

Local inmueble propio, sin costo de arriendo.

Sector del mercado con potencial que falta explotar.

Existencia de datos de productos elaborados con la misma materia prima.

Debilidades

Capital de inversión limitado.

Falta de experiencia en el mercado.

Empresa y marca no conocidas por el consumidor.

Competencia con empresas de capital alto y con experiencia en el mercado.

Producto que fácilmente puede ser copiado.

Tabla 3, Análisis FODA.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<p>Pionera en la producción de nachos de verde.</p> <p>Ubicada cerca de las principales carreteras de Quito.</p> <p>Local inmueble propio.</p> <p>No se tiene contacto directo con el cliente final.</p>	<p>Empresa nueva en el mercado.</p> <p>Costos de contratación de empresa para empaque.</p> <p>Falta de experiencia en el mercado de los snacks.</p> <p>Marca no conocida.</p>
DEBILIDADES	<p>Sección de mercado no sobre explotado.</p> <p>Existencia de datos de productos elaborados con la misma materia prima.</p>	<p>Capital para inversión bajo en comparación del de la competencia.</p> <p>Competencia con empresas de mucha experiencia.</p> <p>Producto puede ser copiado por la competencia.</p>

5.4. Marketing mix

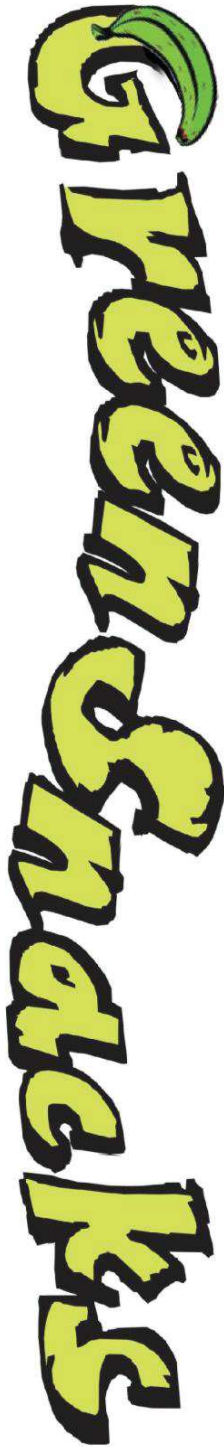
5.4.1. Imagen corporativa

GreenSnacks tiene como intención posicionarse en la mente del consumidor, no solo como una empresa creadora de productos de calidad, sino también como una empresa con conciencia social, que tiene como prioridad el cuidado del medio ambiente y promociona e incentiva a sus clientes a participar de esto.

5.4.2. Logotipo



Figura 22, logotipo empresa.



GreenSnacks

Figura 23, logotipo GreenSnacks (grande).

6. CAPITULO VI

6.1. Pruebas del producto

Cocción: Verde troceado cocinado en H₂O.

Variables independientes: Tiempo de cocción en H₂O.

T1: 10 minutos.

T2: 15 minutos.

T3: 20 minutos.

Constantes:

20 ml de H₂O.

430 gr de plátano verde.

4 gr de ácido cítrico en polvo.

14 minutos en el horno a 220°C.

Adicionales:

Agregar sal al gusto después de hornear.

Resultados de las pruebas con los diferentes tiempos de cocción:

T1: La masa se quiebra muy fácilmente al momento de estirar, no fue posible estirar para poder cortar las formas de los nachos.

T2: La masa es más flexible pero todavía se quiebra cuando se la estira para llegar al grosor deseado, al momento de hornear los nachos, estos quedan crujientes por fuera y suaves por dentro.

T3: La masa tiene la flexibilidad necesaria para estirla, los nachos son delgados y después de hornearlos quedan crocantes por dentro y fuera.

6.2. Precio

Precio por cada 100gr materia prima al por mayor, 0.07 dólares.

Precio de conservantes para cada 100gr de producto, 0.03 dólares.

Para introducción al mercado la presentación de 45gr tendrá un precio de venta al público de 25 centavos de dólar.

Una vez posicionada la marca, se introducirá la presentación de 75gr a un precio de venta al público de 40 centavos de dólar.

6.3. Tabla de precios

Tabla 4, Gastos para inicio de operaciones.

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
	MAQUINARIA		
2	procesadoras de alimentos KitchenAid	550.00	1 100.00
1	hornos industriales	3 675.00	3 675.00
	TOTAL		4 775.00

	EQUIPO DE TRABAJO	(\$)	(\$)
2	mesas de acero	400.00	800.00
2	balanzas	85.00	170.00
1	refrigerador	865.00	865.00
1	estanterías	100.00	100.00
1	fregaderos de 3 pozos	1 678.00	1 678.00
	TOTAL		3 613.00

	MENAJE	(\$)	(\$)
2	cuchillos cebolleros	10.00	20.00

3	espátulas de goma	8.40	25.20
5	bowl acero inoxidable grande	9.00	45.00
5	bowls pequeños	1.30	6.50
5	cucharones de 8 oz	8.00	40.00
5	ollas industriales 30 l	76.00	380.00
5	Latas para horno	25	125.00
	TOTAL		641.70

	UNIFORMES	(\$)	(\$)
1	malla de cabello (por centenas)	25.00	25.00
4	pares de botas antideslizantes punta de acero	7.20	28.80
20	maskarillas	0.35	7.00
50	pares guantes plásticos resistentes	2.30	115.00
10	camiseta con logo	6.00	60.00
4	pantalón cocina	14.00	56.00
4	mandiles cocina	8.00	32.00
3	pares guantes desechables (por centenas)	25.00	75.00
4	guantes para horno	7.50	30.00
	TOTAL		428.80

	UTILES DE LIMPIEZA	(\$)	(\$)
2	escoba	2.00	4.00
2	trapeador	2.50	5.00
2	baldes de 10 l	2.30	4.60
1	cloro líquido 4 l	3.00	3.00
1	jabón para manos 4 l	4.70	4.70
1	desinfectante para manos 2 l	6.70	6.70
2	rollos de papel periódico	5.20	10.40
2	jabón para vajilla 1,2 kg	2.30	4.60
5	esponjas para vajilla	0.40	2.00
3	rollos de papel higiénico x 12	4.50	13.50

	TOTAL		58.50
--	--------------	--	--------------

	ÚTILES DE OFICINA	(\$)	(\$)
4	esferos	0.80	3.20
1	corrector	1.20	1.20
3	carpetas archivadoras	1.75	5.25
1	reglas 30 cm	0.30	0.30
1	resmas papel bond	3.50	3.50
3	sellos de la empresa	3.75	11.25
5	factureros x 100	5.00	25.00
	TOTAL		49.70

	MUEBLES DE OFICINA	(\$)	(\$)
1	escritorios	189.00	189.00
3	sillas para escritorio	45.00	135.00
1	archivadores	99.00	99.00
1	teléfonos	60.00	60.00
1	computadores	520.00	520.00
1	impresora	68.00	68.00
	TOTAL		1 071.00

	OTROS GASTOS	(\$)	(\$)
1	gastos pos construcción	3 000.00	3 000.00
1	publicidad	600.00	600.00
3	pruebas de producto	30.00	90.00
1	letrero	45.00	45.00
2	logotipo	25.00	50.00
6	basureros	5.00	30.00
1	vehículo van o camioneta	8 500.00	8 500.00
	TOTAL		12 315.00

	COSTOS DE CONSTITUCION	(\$)	(\$)
1	patente	232.00	232.00
1	registro sanitario	450.00	450.00
1	análisis nutricional	350.00	350.00
1	análisis microbiológico	45.00	45.00
	TOTAL		1 077.00

	GASTOS EMPAQUE	(\$)	(\$)
1	diseño empaque	250.00	250.00
1	empaque	0.03	0.03
	TOTAL		250.03

Adaptado de proyecto de tesis de Andrea Loyo Tabla 5, Resumen gastos para inicio de operaciones.

RESUMEN GASTOS	(\$)
Rol de pagos	1 568.00
Arriendo	-
Comisiones	600.00
Maquinaria	4 775.00
Equipo de trabajo	3 613.00
Menaje	641.70
Uniformes	428.80
Útiles de limpieza	58.50
Útiles de oficina	49.70
Muebles de oficina	1 071.00
Otros gastos	12 315.00
Gastos de constitución	1 077.00
Gastos empaque	250.03
Agua	100.00
Luz	100.00
Teléfono	100.00
Página web	100.00
Gas	100.00

Gasolina	100.00
Seguros	600.00
Afiliaciones	300.00
Pago de proveedores	600.00
TOTAL GASTOS	26 979.73

Adaptado de proyecto de tesis de Andrea Loyo.

Tabla 6, Gastos mensuales de operación.

GASTOS MENSUALES	(\$)
Rol de pagos	1568.00
Agua	100.00
Luz	100.00
Teléfono	40.00
Gas	100.00
Útiles de oficina	40.00
Comisiones	600.00
Fondo reserva, 13ro, 14to, vacaciones	253.08
TOTAL	2801.08

Adaptado de proyecto de tesis de Andrea Loyo.

Receta Nachos de verde

Tabla 7, Receta estándar.

Nombre receta	<i>NACHOS DE VERDE</i>										
	Insumos	Cantidad (kg)	Costo (\$/kg)	Costo receta (\$)	% desperdicio	Peso útil (kg)	Peso desecho (kg)	Factor de desecho	Cantidad + desecho	Costo + desechos (\$)	Gastos fijos 30% (\$)
plátano verde	0.075	0.66	0.0495	25	0.75	0.25	1.33	0.1	0.07	0.0858	90.659
ácido cítrico	0.003	2.1	0.0063	0	1	0	1	0	0.01	0.0082	8.6538
sal	0.001	0.5	0.0005	0	1	0	1	0	0	0.0007	0.6868
	SUMA		0.056						0.07	0.090	
	PVP		0.676						0.22	0.700	PVP

COSTO %	13,52
UTILIDAD %	86,48

7. CAPITULO VII

7.1. Conclusiones

- Como conclusión de proyecto podríamos decir que entrar a competir en un mercado como el de snacks en el Ecuador actual es difícil ya que la competencia está muy bien posicionada y cuenta con un capital mucho más grande que el de GreenSnacks, aunque esto no quiere decir que la creación de esta nueva empresa no vaya a tener éxito.
- El éxito de GreenSnacks dependerá de cómo logre posicionarse, en un principio la empresa trabajara a pérdida hasta que logre establecer clientes fijos que realicen los suficientes pedidos para llegar al punto de balance y en el futuro generar utilidades.

7.2. Recomendaciones

- Se debe realizar una búsqueda de socios para aumentar el capital inicial de la empresa, ya que los gastos para sus operaciones son más altos de lo que un solo socio inicial podrá aportar.

REFERENCIAS

- <http://apiciusysuslibros.blogspot.com/2010/12/origen-e-historia-del-platano-musa.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Sanitizante>
- <http://restaurantevicentes.com/turismo-lugares-sitios-atractivos-ecuador-pichincha-quito.php>
- <http://sangolqui.olx.com.ec/pictures/hortalizas-organicas-agricultura-urbana-aprende-a-cultivar-hortalizas-sin-quimicos-iid-320742206>
- <http://www.botanical-online.com/platanos1.htm>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Elaboraci%C3%B3n-De-Snacks/1540748.html>
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1197/1/2332.pdf>
- <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/tablas-sectoriales-2013/>
- <http://www.ecured.cu/index.php/PI%C3%A1tano>
- <http://www.fao.org/DOCREP/006/Y4893S/y4893s07.htm>
- http://www.frutamaravillosasyconversacionescondios.com/index_archivos/Pag e793.htm
- http://www.google.com.ec/webhp?sourceid=toolbar-instant&hl=en&ion=1&qscrl=1&nord=1&rlz=1T4TSNJ_enEC457#hl=en&qscrl=1&nord=1&rlz=1T4TSNJ_enEC457&scient=psy-ab&q=datos%20provincia%20pichincha&oq=&aq=&aqi=&aql=&gs_l=&pbx=1&fp=fd18cb31215e1738&ion=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&biw=1366&bih=530
- http://www.google.com/imgres?q=cloro&um=1&hl=es&biw=1280&bih=634&tbn=isch&tbnid=c5ymlxYXeuC4_M:&imgrefurl=http://ntic.uson.mx/wikiseguridad/index.php/Seguridad_en_Usos_y_Manijos_de_Cloro&docid=6vVozlBX

L5T8-

M&imgurl=http://ntic.uson.mx/wikiseguridad/images/b/b4/Cloro.jpg&w=300
&h=300&ei=4Ws4T9mQJ-

OwiQLRtaygCg&zoom=1&iact=hc&vpx=658&vpy=162&dur=1801&hovh=2
25&hovw=225&tx=122&ty=143&sig=107721361081659449730&page=1&t
bnh=122&tbnw=156&start=0&ndsp=22&ved=1t:429,r:3,s:0

http://www.iniap.gob.ec/~iniapgob/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=29:banano&catid=6:programas

<http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/pichincha-ecuador/ecuador-pichincha.htm>

<http://www.portal-industrial.com.ar/index.php/news/main/120/event=view>

http://www.publichealthmdc.com/environmental/sfc/pdf_files_SP/M04-SP-UtensilWashing.pdf

<http://www.tecnicsuport.com/index.php?pagina=http://www.tecnicsuport.com/fon-ta/taulesconsulta/aigua/calideagua.html>

<http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=19>

<http://www.wakegov.com/NR/rdonlyres/08151C7D-0F32-4BCA-A080-FAC541F7A7FB/3083/Do2527s2b25262bDon2527ts2bSpanish.pdf>

<http://www.zonu.com/fullsize/2009-09-17-5933/Mapa-fisico-de-Pichincha.html>

<http://yerbasana.cl/?a=491>

<https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Modelo de contrato empleados

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal,..... **(En caso de personas jurídicas)**; en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor _____ portador de la cédula de ciudadanía # _____ su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA.- ANTECEDENTES.-

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de..... (Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria), revisados los antecedentes del (de la) señor(a) (ita)....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- OBJETO.

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de..... ((Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria) con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de

eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

CUARTA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$.....,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tiene un plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en (Nota explicativa: Dirección), en la ciudad de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Quito, provincia de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y

dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día ____ del mes
de ____ del año _____

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR(A)

Anexo 2**Encuesta**

Edad: _____

Actividad: _____

Sexo: M F

Profesión: _____

1.- ¿Consume usted snacks?Sí No **2.- ¿Cuándo realiza compras para el hogar, incluye en ella algunos snacks?**Sí No **3.- ¿Qué tipo de tamaño en sus snacks prefiere?**Tamaño pequeño Regular Grande **4.- ¿Qué tipo de snacks consume más seguido?**Sal Dulce **5.- Señale en qué tipo de establecimiento compra éste producto.**Kiosco Tienda Supermercado Otros **6.- Señale en orden de prioridad para usted colocando del 1 al 3, siendo el número 1 más importante al momento de comprar un snack.**Precio Sabor Marca **7.- Mencione indistintamente qué tipos o nombres de 3 snacks que a usted le vienen en este momento a su mente.**

A _____

B _____

C _____

8.- ¿Ha comido alguna vez snacks elaborados con plátano verde?

Pocas veces Algunas veces Con frecuencia

9.- En caso de existir la propuesta de NACHOS elaborados con MASA DE PLATANO VERDE

¿Usted estaría dispuesto(a) a probarlos?

Sí No Quizás

10.- ¿Le gustaría mencionar algún comentario u observación referente a los snacks o a la propuesta señalada de “Nachos elaborados con masa de plátano verde”?

Anexo 3

Tabla de sueldos básicos sectoriales

Tabla 8, Sueldos básicos sectoriales.

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL
Chef	B1	1608552090373	293.72
Sous Chef	B2	1608552090374	293.52
Supervisor o coordinador eventos	B2	1608552090375	293.52
Jefe de partida de cocina	C1	1608552090376	293.14
Cocinero polivalente	C2	1608552090377	292.96
Cocinero de cocina fría o caliente	C2	1608552090378	292.96
Panadero / pastelero	C2	1608552090379	292.96
Salonero polivalente	D2	1608552090380	292.38
Capitán de saloneros	D2	1608552090381	292.38
Barman	D2	1608552090382	292.38
Faenador / carnicero	D2	1608552090383	292.38
Salonero	D2	1608552090384	292.38
Sub capitán de saloneros	E2	1608552090386	292.00
Ayudante de cocina	E2	1608552090387	292.00
Ayudante de panadería / pastelería	E2	1608552090388	292.00
Ayudante de salonero	E2	1608552090389	292.00
Posillero	E2	1608552090390	292.00

Tomado de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/tablas-sectoriales-2013/>

Anexo 4



REQUISITOS REGISTRO DE MARCA

Para registrar otra marca, estos son los pasos a seguir:

Uno) Realizar la búsqueda fonética de denominación (este trámite dura 5 días hábiles).

Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar.

Dos) Una vez revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el trámite de registro de marca y/o nombre comercial.- (este trámite dura 6 meses aproximadamente).

Para el efecto se deberá presentar:

1. Carta dirigida al IEPI, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.

La carta deberá contener:

- Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);

- Detalles de la marca a registrar (nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).

2. Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario, llenada a máquina o en computador.

3. Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario.

4. Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.

5. Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.

6. “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y no se le reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.

7. Gastos a cancelar:

- US \$116.00 correspondiente a tasa del IEPI.

Tres) Finalmente, cuando el IEPI conceda el registro de la marca a favor del socio, se deberá solicitar la emisión de título de registro de marca / nombre comercial. (Esta parte del trámite dura 1 mes, aproximadamente).

Anexo 5

**REQUISITOS PARA ESTABLECIMIENTOS NUEVOS PLANTAS
PROCESADORAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS
(INDUSTRIA- MEDIANA INDUSTRIA-PEQUEÑA
INDUSTRIA-ARTESANAL-MICROEMPRESA)**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioq. Farmacéutico) en caso de industria y pequeña industria.
- Certificado del título profesional del CONESUP.
- Lista de productos a elaborar.
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industrias y Pequeñas Industrias).
- Planos de la planta procesadora de alimentos con la distribución de las áreas correspondientes.
- Croquis de ubicación de la planta procesadora.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa (ver página Web). Industria y Pequeña Industria (SECAP, UTE, CAPEIPI, COTEGNA).
- Documentar métodos y procesos de la fabricación, en caso de industria.

- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa (ver página Web).
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copia del RUC del establecimiento.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.