



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA CONSULTORA EN BUENAS PRÁCTICAS DE
MANUFACTURA PARA MERCADOS Y COMEDORES PÚBLICOS.

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

Profesor Guía
Lic. Gabriel Mena

Autor
Daniel Valentín Férrez Martínez

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESSOR GUÍA

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

Gabriel Mena
Especialista en creación de empresas
C.C.176376940

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.”

Daniel Valentín Férrez. Martínez
C.C.1712030798.

RESUMEN

El siguiente plan de tesis es un trabajo que se realizó por la necesidad de mejorar la inocuidad alimentaria en los establecimientos que elaboran alimentos en los mercados públicos de Quito, Ecuador.

Hoy en día, los mercados públicos son lugares en donde se producen platos típicos de cada ciudad, en Quito los mercados son lugares que a pesar de mejorar mucho en aspectos higiénicos, aún presentan muchos errores y malas prácticas de manufactura, las mismas que producen enfermedades alimentarias a sus comenzales.

Tomando en cuenta que los mercados son lugares turísticos en Europa y otros países, se planteó este plan de tesis que es la generación de una empresa capacitadora y auditora en Buenas Prácticas de Manufactura, para mejorar la calidad y la inocuidad de los productos alimenticios que se elaboran en estos lugares y así aumentar la economía de estos establecimientos con las visitas de turistas nacionales e internacionales que quieren degustar los platos típicos de Quito.

ABSTRACT

The following work has been done for the need to improve the quality in the food that is made in the establishment that are located in public markets in Quito Ecuador.

Based on the fact that public markets are turistic places in Europe and other countries, it has been said that it is a need to create a bussines that trains and audits in good manufacture practices to improve quality of the food products that are made in these places and to improve their economy, by having national and international turists that want to taste the typical food of Quito.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Justificación:	2
Objetivos:	2
Objetivo General:	2
Objetivos Específicos:	2
1. MARCO TEÓRICO	3
1.1. Historia.	3
1.2. ¿ Qué son las Buenas Prácticas de Manufactura?.....	3
1.3. Riesgos asociados con la manipulación de alimentos.....	4
1.4.- ¿Qué son las Enfermedades Transmitidas por Alimentos? ...	6
1.5. Dosificantes de la proliferación microbiana.	8
1.6. Otros sistemas de inocuidad y control de calidad.....	10
2. PLAN ESTRATÉGICO.....	13
2.1 Descripción del Negocio.....	13
2.1.1 Visión:	13
2.1.2: Misión:.....	13
2.1.3 Características del Negocio.	13
2.1.3.1 Naturaleza del Negocio.	13
2.1.3.2 Localización:	14
2.2 Análisis del entorno:	15
2.2.1 Factores Económicos:.....	15
2.2.2 Factores Culturales:	15
2.2.3 Factores normativos:.....	16
2.2.4 Factores Tecnológicos.	16
2.3 Matriz FODA:	17
2.3.1 Análisis de Competitividad.	17

2.3.2	Ventajas Competitivas.....	19
2.3.2.1	FODA:.....	19
3.	PLAN OPERATIVO.....	20
3.1	Fases de Planificación:.....	20
3.1.1	Plan Técnico:	20
3.1.1.1	Definir la capacidad instalada:.....	20
3.1.1.2	Menú.....	21
3.1.1.3	Cuadro de insumos y materias primas.	22
3.1.1.5	Cuadro de tecnología y Equipamiento.	23
3.1.1.6	Infraestructura Física.	24
3.1.1.6.1	Tamaño de la Construcción.	24
3.1.1.6.2	Planos arquitectónicos.	25
3.1.1.7	Diagrama del Macro-Proceso actual.....	26
3.2	Plan de organización y Recursos Humanos.....	27
3,2,1	Departamentos Funcionales:	27
3.2.2	Organigrama de áreas:	28
3.2.3	Inventario de Recursos Humanos.	29
3.2.4	Organigrama de cargos.....	29
3.2.5	Descripción de Funciones.	30
4.	ESTUDIO DE MERCADO	33
4.1	Investigación de Mercado:.....	33
4.1.1	Objetivos.	33
4.1.2	Análisis de Mercado.....	34
4.2	Identificación y caracterización de la demanda.	34
4.3	Identificación y caracterización de la oferta.....	35
4.4	Instrumentos de recolección de la información.....	36
4.4.1	Fórmula:	36
4.4.2	Entrevista.	36
4.4.3	Tabulación de la entrevista:	37
4.4.4	Encuesta:	38
4.5	Análisis de Resultados:	39

5. PLAN DE MARKETING.....	51
5,1 Segmentación:.....	51
5.2 Producto:.....	51
5.2.1 Desarrollo del Menú.	53
5.3 Marca :.....	54
5.3.1 Nombre:	55
5.3.2 Colores:.....	55
5.3.3 Imagen:	55
5.4 Servicio:.....	55
5.5 Estrategias de Marketing.....	56
5.5.1 Estrategia de Precio:	56
5.5.2 Estrategia de distribución:	56
5.5.3 Estrategia de Producto:.....	57
5.5.4 Estrategia de Comunicación:	57
6. PLAN FINANCIERO:	58
6.1 Análisis del plan financiero:	79
7. PLAN LEGAL:	80
7,1 Figura Jurídica:.....	80
7.1.1 Requisito para la obtención del Ruc:.....	80
7.1.2 Requisito para el permiso de bomberos: (tipo C)	80
7.2 Contrato de Trabajo :	81
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
8.1 Conclusiones.....	84
8.2 Recomendaciones y Viabilidad del Negocio.	85
REFERENCIAS.....	86

INTRODUCCIÓN

Las Buenas Prácticas de Manufactura son principios básicos de higiene y sanidad, que establecen procesos para manipular alimentos y asegurar la inocuidad alimentaria, controlando todo el entorno en la preparación de los alimentos y así mismo identificando y controlando los riesgos que estos representan.

En el Ecuador, específicamente en Quito, las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA), son muy comunes en las personas que ingieren alimentos en los mercados, posiblemente debido a la falta de estandarización y control de procesos al momento de la implementación de buenas prácticas de manufactura y manejo de alimentos.

En este trabajo se va a plantear un proyecto de capacitación y evaluación para el uso continuo y correcto de las buenas prácticas de manufactura, para garantizar la inocuidad alimentaria en dichos establecimientos y garantizar el consumo de alimentos seguros.

Planteamiento del problema:

Es un mal conocido que en el Ecuador los comedores ubicados en los mercados públicos elaboran alimentos sin el control higiénico necesario causando enfermedades alimenticias a los diferentes comensales que visitan esos establecimientos, es por eso, que se cree indispensable la idea de capacitar y controlar a estos establecimientos para garantizar la inocuidad alimentaria a sus comensales.

Justificación:

Este trabajo se realiza debido a que se observó la necesidad de mejorar todo lo que es manejo de alimentos y control de calidad en los mercados públicos de la ciudad de Quito. Gracias a esto, podemos mejorar la higiene y sanidad de los lugares de trabajo e incrementar los ingresos económicos de los propietarios. Mejorando la calidad de los productos y así atraer a más clientes. También se logrará hacer de los mercados públicos un lugar donde se pueda realizar actividades turísticas, conocer más sobre platos típicos y costumbres de nuestro país.

Objetivos:

Objetivo General:

Este trabajo es la creación de una empresa consultora en buenas prácticas de manufactura, es decir que, brindará capacitaciones y auditorías sobre el buen manejo de alimentos a mercados y comedores públicos de la capital del Ecuador, mejorando así la calidad de los productos garantizando la inocuidad alimentaria dirigida al consumidor, volviendo a los mercados lugares turísticos.

Objetivos Específicos:

- Investigar sobre beneficios o déficits relacionados con los mercados y comedores públicos tomando en cuenta factores económicos, culturales, normativos y tecnológicos.
- Analizar la competencia, rentabilidad y estrategias de mercado que se deben desarrollar para ser una empresa importante y estable en Quito, Ecuador.
- Preparar un equipo estable con conocimientos suficientes para poder identificar riesgos con el manejo de alimentos y establecer puntos de control adecuados para así garantizar la inocuidad alimentaria.

CAPÍTULO I.

1. MARCO TEÓRICO.

1.1. Historia.

Históricamente las buenas prácticas de manufactura nacen como una solución ante los hechos graves e incluso fatales que se dieron en el pasado. El hecho de identificar estos problemas o en otras palabras de saber que las personas se enfermaban por el mal manejo de alimentos datan en diferentes libros del siglo XIX. Uno de ellos es “ La Jungla” de Upton Sinclair, en este libro se identifican problemas de salud que han sido causados por la mala manipulación de alimentos.

El libro describe un hecho histórico que ocurrió en la ciudad de Chicago, en donde se dejó de consumir el cincuenta por ciento de productos cárnicos, ya que al no ser refrigerados en su interior se desarrollaban diferentes microorganismos, que en muchos casos fueron la causa de muerte de muchas personas. (Saavedra, Gomez, Ibarra, & Mosquera, 2011).

Después de este problema con los productos cárnicos en el año 1906, se creó la organización conocida como FDA, cuyas siglas en español quieren decir Administración de Comida y Medicamentos, esta organización comienza a establecer estándares de calidad para evitar que los alimentos contengan microorganismos, creando normas de empaquetado, en el se debía poner los ingredientes que contenía así como también fecha de elaboración, lote y fecha de vencimiento, esto basado en la ley de alimentos y fármacos que impuso el presidente de esa época, Theodore Roosevelt. (FDA, 2014)

1.2. ¿ Qué son las Buenas Prácticas de Manufactura?

“Las BPM son principios básicos de higiene, de obligatoria implementación y cumplimiento en la industria que permiten garantizar la obtención de alimentos

seguros a lo largo de las etapas de procesamiento distribución, venta y elaboración de alimentos”. (Castro K. , 2011)

Las Buenas Prácticas de Manufactura o BPM son procesos que se han establecido para el buen uso y manejo de alimentos, para esto se debe establecer cuales son los puntos críticos de control durante la elaboración o procesamiento de un alimento y con esto garantizar la inocuidad del producto final.

Es importante saber que cada empresa elabora productos diferentes por lo tanto cada empresa tiene riesgos alimenticios diferentes. Para establecer un buen sistema de uso y control de BPM, se debe hacer estudios individuales donde se identifique los riesgos alimenticios y a su vez se establezca procesos claros, bien detallados para tenerlos controlados.

Las Buenas Prácticas de manufactura se pueden y deben realizar en todas las empresas donde se manipule alimentos, no solo para cumplir con las normas si no también para generar más ingresos, estos procedimientos harán que el producto final sea de muy buena calidad y aparte servirá para estandarizar procesos y siempre tener el mismo producto, ya sea realizado por otra persona o a su vez en otro establecimiento, esto es muy común en el caso de franquicias a nivel nacional e internacional.

1.3. Riesgos asociados con la manipulación de alimentos.

“La manipulación de alimentos vincula a todas las actividades que se realizan y que deben incluir los principios de higiene que establecen las BPM en instalaciones de procesamiento distribución y venta”. (Castro K. , 2011).

Tabla 1.- *Elementos vinculados con la manipulación de alimentos, por Daniel Férrez.*

Equipos	Utensilios
Manipuladores	Operaciones de procesamiento
Almacenamiento	Transporte.

Nota: La siguiente tabla muestra cuales son los elementos que pueden contaminarse cuando se manipula alimentos.

Una clasificación de los riesgos asociados con la manipulación de alimentos cuenta con tres categorías en donde es importante saber de que se trata y a su vez como controlarlos, estos son:

Riesgos Químicos: son los riesgos de contaminación por un químico esto puede ser de origen natural o a su vez de origen artificial, es muy común en muchos lugares que no practican correctamente las BPM encontrar que los alimentos se contaminan con detergentes, plaguicidas, fertilizantes o agentes de limpieza. Para controlar esto se debe establecer puntos de limpieza diferenciados de los puntos de elaboración de alimentos, así evitamos este tipo de contaminación en los alimentos.

Riesgos Físicos: es la presencia de cuerpos extraños y ajenos al alimento, estos causan principalmente heridas en los manipuladores y consumidores de los alimentos, unos ejemplos de estos riesgos pueden ser vidrios, plásticos, objetos corto punzantes, metales, huesos, cabellos, uñas.

Riesgos biológicos: Estos son los riesgos que más control necesitan ya que son causados por microorganismos, por ende estos son los más difíciles de identificar ya que no son visibles a simple vista y son muy difíciles de percibir, así mismo estos son los que generan más inconvenientes a la salud del consumidor. Esto se puede dar por contaminación cruzada, virus, mohos, levaduras, bacterias, principalmente por deficiencias higiénicas en la manipulación de alimentos

1.4.- ¿Qué son las Enfermedades Transmitidas por Alimentos?

Las Enfermedades Transmitidas por alimentos o ETA por su abreviación, son afecciones a la salud de las personas causadas por malas prácticas de manufactura en los alimentos, causando que se desarrollen agentes contaminantes en el alimento como virus y bacterias que dan lugar a problemas en el sistema digestivo de la persona (Gonzales & Rojas, 2005)

Hoy en día se sabe que existen más de doscientos cincuenta tipos de ETA, se dan a causa de diferentes tipos de bacterias, virus y paracitos. Pero las más conocidas y a la vez peligrosas son las especies de los siguientes géneros:

Campylobacter: Es una bacteria que afecta al sistema digestivo, se da por consumir alimentos que han estado en contacto con heces de animales, especialmente animales de granja y aves. En personas, sobre todo niños, produce diarrea que en caso de ser persistente puede requerir hospitalización, en muchos países el 32% de casos de diarrea en niños menores a cinco años son a causa de esta enfermedad (Perales , Camiña, & Carmen , 2002).

Salmonella: Es importante saber que hay muchos tipos de salmonella y todas tienen características similares, es una bacteria que se desarrolla principalmente en productos derivados de las aves, aparece por mal almacenamiento, es una bacteria que tiene como característica el reproducirse muy rápido contaminando gravemente el producto en un tiempo muy corto, como otro factor alarmante de la *salmonella* es que si el producto avícola contaminado tiene contacto con otro alimento, así no sea avícola o derivado, ocurrirá la contaminación cruzada y el otro alimento también desarrollará *salmonella*. Su cuadro clínico suele ser muy complicado viene acompañado de diarreas muy seguidas y en algunos casos vómito, Pérdida del apetito, es una de las causas más comunes de gastroenteritis (Súarez & Mantilla, 2000).

Salmonella Typhy: esta es una cepa derivada del la *Salmonella*, que así mismo se desarrolla mejor en productos avícolas ya sea su carne o derivados como

huevos, la principal diferencia es que esta bacteria es la causante de la fiebre tifoidea, una enfermedad grave, sus síntomas característicos son fiebres muy altas y en casos extremos puede causar sangrado intestinal. La *Salmonella Typhi* permanece en las heces de la persona que la tuvo incluso años después de haber contraído la bacteria, por lo que se debe tener mucho cuidado de volver a contagiarse o a su vez contagiar a otras personas.

Escherichia Coli: Es una de las principales causas de enfermedades transmitidas por alimentos, fue identificada por primera vez en los Estados Unidos en 1982 por ser la causante de brotes de colitis hemorrágica, hoy ya se sabe que es una de las principales causas del síndrome urémico hemolítico, esta bacteria se desarrolla principalmente en la carne y productos cárnicos. Así como la *salmonella* la *Escherichia Coli* tiene la capacidad de reproducirse rápidamente por lo que contamina el alimento en muy poco tiempo, se suele encontrar principalmente en carne molida, ya que para su elaboración se usan partes de la vaca que son más afines a ser contaminadas por esta bacteria.

a *Escherichia Coli* puede ser eliminada cocinando el alimento a temperaturas mayores a sesenta grados centígrados, tiene como característica que causa fuertes diarreas, dolores de cabeza, en algunos casos presenta vomito y también la necesidad de siempre ir al baño (Marzocca, Marucci, Alvarez, & Sica, 2006).

Como dato importante, se sabe que una cepa derivada de esta bacteria es la causa principal de la diarrea del viajero, se la llama así a esta enfermedad por que suele afectar principalmente a turistas, esto debido a que cuando personas viajan a otros países su sistema inmunológico no esta acostumbrado a las bacterias del país al que visita y cuando consume alimentos específicamente de lugares públicos o lugares donde no hay mucha inocuidad alimentaria el turista ingiere la bacteria y sufre de esta diarrea severa. Esta enfermedad lastimosamente se les da a los visitantes de Europa y Estados Unidos cuando visitan Latinoamérica, ya que por su afán de conocer la comida local,

consumen alimentos en lugares típicos que no cuentan con controles sanitarios ni toman en cuenta los procesos establecidos en las BPM.

Es importante saber que las Enfermedades Transmitidas por los Alimentos se pueden dar por diferentes factores y es necesario conocer sobre casos anteriores, se debe conocer en qué alimentos se desarrollan estas enfermedades, así mismo saber que estas enfermedades se pueden dar como se mencionó previamente por riesgos físicos, es decir que el manipulador de alimentos dejó o infiltró algún objeto corto punzante, eso puede causar infecciones o a su vez cortar partes del sistema digestivo, por eso es importante tener sistemas de control para que esto no ocurra, también pueden ocurrir intoxicaciones leves o fuertes causadas por los riesgos químicos, cuando por ejemplo el manipulador mezcle el alimento con un agente químico, esto puede causar si el químico es muy fuerte una intoxicación mortal, si el químico no es fuerte puede causar vómito o enfermedades en el sistema digestivo.

1.5. Dosificantes de la proliferación microbiana.

Para poder evitar la proliferación microbiana cuando se manipule alimentos es muy útil establecer buenos procesos que cumplan rigurosamente las buenas prácticas de manufactura, para esto es necesario hacer un estudio sobre los ingredientes que se van a utilizar y así mismo qué microorganismos estos podrían tener y cómo controlarlos, saber a qué riesgos el producto puede verse afectado y poner puntos de control, otro procedimiento aceptado es saber qué puntos de control se debe tener sabiendo, cuales son los factores que influyen en el desarrollo de microorganismos y poner un énfasis especial en controlar su propagación para darle al producto una mayor vida útil.

Los factores que mejoran o empeoran el desarrollo de microorganismos son los siguientes:

- pH: Es de vital importancia saber que en medio ácido los microorganismos se eliminan, se puede utilizar ingredientes ácidos y así mantener a los alimentos inocuos, así mismo, se puede utilizar procesos como la fermentación, para aumentar el pH en los alimentos que están siendo procesados.

Es importante saber que las bacterias se desarrollan bien en ambientes con un pH entre 4,5 y 9, por lo que procesar al alimento con medios de pH mayores o menores garantizan la eliminación de microorganismos, (se recomienda este proceso en alimentos que no van a ser cocinados).

- Oxígeno: Existen microorganismos que se desarrollan mejor en medios aerobios, es decir que mientras exista la presencia de oxígeno las bacterias se van a reproducir mejor y propagar a mayor velocidad en el alimento, por otro lado existen otros microorganismos que se desarrollan mejor en entornos anaerobios, es decir que se reproducen mejor en medios que no contienen oxígeno.

Para esto se debe saber si en los alimentos que se van a manipular los microorganismos se reproducen mejor en medios aerobios o anaerobios y conociendo de esos factores controlar la atmósfera del alimento. Esta información es muy útil cuando se almacena alimentos.

- Temperatura: Todos los microorganismos mueren y desaparecen a cierta temperatura pero es importante identificar los tipos de microorganismos que se desarrollan en diferentes proteínas y así, cuando se manipule alimentos se puede asegurar que este se cocine uniformemente alcanzando temperaturas internas adecuadas, también es importante saber a qué temperatura el alimento se encuentra en la zona segura cuando se lo va a almacenar, en la mayoría de alimentos esta zona segura se encuentra a menos de los 5 grados centígrados, cuando se realicen compras se debe revisar al momento de la recepción del alimento, que venga con una temperatura igual o menor a los 5 grados centígrados. Es importante también revisar la refrigeración del mismo.

- Agua, Azúcar: Son factores que sirven muchas veces de alimento a microorganismos y esto hace que se reproduzcan mejor, si aparte tienen otras características como los mencionados previamente, el alimento estará contaminado en muy poco tiempo, es importante controlar estos factores no solo al momento de elaboración del alimento sino también en todos los procesos en los que el alimento esté involucrado, revisar empaques que no contengan marcas de agua, el azúcar así mismo puede atraer bichos y estos pueden aparecer involuntariamente al momento de procesar el alimento, la sal así mismo hace que algunos microorganismos se desarrollen mejor.

Es importante capacitar al personal e indicarle todos los factores que hacen más fácil a la proliferación microbiana en los alimentos, establecer puntos de control en todos los procesos que afectan al alimento desde su recepción hasta su entrega, esto ayudará a evitar intoxicaciones o enfermedades causadas por malas prácticas de manufactura. (Castro K. , 2011).

1.6. Otros sistemas de inocuidad y control de calidad.

Las BPM son muy importantes para controlar procesos al momento de la manipulación de alimentos, pero en muchos casos para que los procesos de BPM sean los indicados es importante comparar o usar otros sistemas de control de calidad, sistemas que han sido estandarizados en muchos casos internacionalmente y que muchos de ellos brindan certificados de calidad que garantizan la excelencia en sus procesos y a su vez que el producto que se consumirá fue realizado bajo altos regímenes de calidad.

A continuación explicaremos algunos de estos:

- ISO: sus siglas en español significan Organización Internacional para la Estandarización, esta organización se encarga de dar certificados de calidad dependiendo de la actividad que realicen. Cuando se manipula alimentos las ISO trabajan con los siguientes.

- ISO 9000-9001: Esta certificación busca que la empresa o institución establezcan y controlen sistemas para la calidad, este tipo de certificado recomienda auditorías internas para controlar la calidad.

- ISO 14000-14001: Establece controles en lo que involucra un impacto ambiental en las instituciones que manejan alimentos es muy importante el control de sus acciones en el medio ambiente, es decir control de desperdicios salida de gases, trampas de grasa, etc.

- ISO 22000: este certificado probablemente es el más relacionado en el área de gastronomía, trata de controlar el procesamiento de alimentos para prevenir condiciones peligrosas en el manejo de los mismos, identifica puntos críticos y a su vez acciones correctivas, para tener una trazabilidad de los alimentos, todo esto para garantizar la cadena de alimentos a nivel mundial. (ISO, 2015)

- *Codex Alimentarius*: El *Codex Alimentarius* es una organización creada conjuntamente entre la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO), su finalidad es garantizar que los alimentos sean inocuos de buena calidad para todas las personas y en todo lugar, basándose en que con la globalización hoy en día los alimentos son consumidos a nivel mundial mas no local. Es por eso que el *Codex Alimentarius* trata de contribuir a la calidad alimentaria con directrices y códigos de prácticas alimentarias internacionales, así los consumidores pueden estar seguros que el alimento que consumen tiene calidad e inocuidad para ser consumido. (Codex Alimentarius, 2015).

-HACCP: Es un sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control, establece directrices a procesos para su aplicación, básicamente este sistema analiza los peligros o puntos críticos en la elaboración de alimentos, para esto es importante especificar los procesos que se realizan para elaborar un producto, sus características físicas, químicas y biológicas del alimento y a su vez del entorno en donde se va a realizar el producto, así establecer un

sistema con puntos de control para que estas características no afecten al producto final y el consumidor no sufra de ningún tipo de enfermedad o daño en su organismo.

Este sistema fue creado a partir de la comisión del *Codex Alimentarius* para controlar y establecer puntos de control en la elaboración de alimentos, no solo en cocinas o fábricas si no también en la agricultura, ya que esto fue creado por la FAO, debido a la necesidad de controlar la calidad y eliminar las Enfermedades Transmitidas por Alimentos a nivel local y también a nivel mundial. (FAO, 2015)

CAPÍTULO II

2. PLAN ESTRATÉGICO.

2.1 Descripción del Negocio.

2.1.1 Visión:

Ser una empresa líder, estable y reconocida por empresas vinculadas con el manejo de alimentos, enfocada en mejorar la calidad de vida de las personas al controlar los riesgos causados por el mal manejo de alimentos.

Creciendo a nivel nacional y realizando este proyecto en todos los mercados del Ecuador, en un tiempo aproximado de cinco años.

2.1.2: Misión:

Ser la mejor empresa en capacitaciones y auditorías a establecimientos o industrias que manipulen alimentos, ayudando a la sociedad y mejorando la calidad de vida de los consumidores de alimentos en mercados públicos, brindando capacitaciones y auditorías del uso de Buenas Prácticas de Manufactura, para controlar los riesgos alimentarios que se desarrollan en estos establecimientos, ofreciendo este servicio principalmente al Municipio de Quito y al Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

2.1.3 Características del Negocio.

2.1.3.1 Naturaleza del Negocio.

Esta empresa, como ya se mencionó previamente, brindará el servicio de capacitación a los mercados, con el uso de personal especializado va a estudiar los riesgos alimenticios que ocurren en los lugares de comercialización de comida, seguido a eso va a identificar puntos críticos, para luego establecer

normas y procedimientos, garantizando la inocuidad alimentaria en estos establecimientos. Luego a eso se realizará auditorías periódicas para evaluar el cumplimiento de los procesos establecidos. Para esto, el capital será entregado por el Municipio de Quito o a su vez el Ministerio de Salud, por lo que va a ser un servicio a la sociedad.

2.1.3.2 Localización:

Al ser una empresa que proveerá capacitaciones y auditorías, que son un servicio in situ, es decir en el lugar en donde se requiere, se brindará este servicio en cualquier mercado de Quito, esto elimina el factor de que no se consuma nuestro producto porque no esta al alcance de nuestro cliente final.

La empresa contará con una oficina en el sector de la Shyris y Bélgica en el edificio Shyris Century en donde se realizará el trabajo administrativo. El local será de uso exclusivo para el personal de la empresa ya que nuestro servicio se realizará en los establecimientos que lo necesitan directamente.

Se escogió esa ubicación debido a que la Shyris es un centro económico importante en la ciudad de Quito, además porque el Ministerio de Salud Pública se encuentra cerca y existe la facilidad de movilidad para los trabajadores debido a la existencia de transporte público frecuente, lo que es un beneficio para el personal.

2.2 Análisis del entorno:

2.2.1 Factores Económicos:

Tabla 2: *Factores Económicos.*

Factores que benefician	Factores que afectan
Es un proyecto que debería ser financiado por el Municipio de Quito o a su vez por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador.	Es un servicio que las personas de los mercados no estarían dispuestas a pagar. Actualmente las empresas que ofertan servicios de capacitación o certificación en BPM, deben entrar en un proceso de licitación para poder trabajar con el MSP a través del ARCSA.

Nota: La tabla compara los factores que benefician o afectan a la empresa en cuanto a factores económicos

2.2.2 Factores Culturales:

Tabla 3: *Factores Culturales.*

Factores que benefician	Factores que afectan
Si se lograra instaurar en los mercados y comedores públicos procesos de higiene de los alimentos e inocuidad de los mismos, se podría potenciar el turismo, ya que estos podrán exponer la cultura gastronómica de la ciudad y del país.	El hecho de implementar técnicas adecuadas de sanidad puede generar inconvenientes en las personas que trabajan en los mercados públicos.

Nota: La siguiente tabla compara factores que benefician o afectan a la empresa en cuanto a factores culturales.

2.2.3 Factores normativos:

Tabla 4.- *Factores normativos.*

Factores que benefician
Las normas de Ecuador exigen que se cumplan estándares de Buenas Prácticas de Manufactura, es decir que esta norma nos beneficia porque exige a los establecimientos cumplir las mismas y con nuestras capacitaciones se facilitará su aprendizaje las personas entenderán mejor como hacerlo.

Nota: la tabla explica los factores que benefician a la empresa en cuanto a factores normativos. No se encontró factores normativos que afecten a la empresa.

2.2.4 Factores Tecnológicos.

Tabla 5 .- *Factores Tecnológicos.*

Factores que benefician.	Factores que afectan.
La tecnología es una gran ayuda para consultar con expertos o fuentes bibliográficas de otros países sobre riesgos alimenticios y cómo controlarlos. También con los avances tecnológicos avanzando en las técnicas de limpieza y se mejora la calidad de detergentes para limpiar mejor.	Ahora con el internet, las personas pueden capacitarse por esa vía o a su vez investigar cómo establecer mejores procesos en las Buenas Prácticas de Manufactura en sus establecimientos.

Nota: La tabla compara elementos que benefician o afectan a la empresa en cuanto a factores tecnológicos.

2.3 Matriz FODA:

2.3.1 Análisis de Competitividad.

Tabla 6.- *Análisis de Competitividad.*

Análisis de Competitividad					
	COTECNA	Trust control	Caleb Brett Ecuador S.A	CAPIA	Conclusión
Atributos del Producto					
Variedad de servicios	D	D	D	F	Oportunidad
Información sobre BPM	F	F	F	F	Factor común
Material didáctico	D	D	D	F	Oportunidad
Atributos del Precio					
Precio conveniente	D	D	D	D	Oportunidad
Opciones de Pago	F	F	F	D	Amenaza
Atributos de Plaza					
Cercanía	F	D	F	F	Factor común
Fácil de contactar y encontrar	F	F	F	D	amenaza
Clientela de nicho (municipio de Quito, MSP)	D	D	D	F	Oportunidad
Atributos de Promoción					
Descuentos	D	D	D	D	Oportunidad

promociones					
Atributos de Personalización					
Inspección con análisis de riesgos	F	F	F	F	Factor Crítico Éxito
Capacitación al personal de la empresa	D	D	D	F	Factor Crítico Éxito
Material informativo para el uso del cliente final y del personal.	D	D	D	F	Factor Crítico Éxito
Compartió una F Todos tienen F Solo nosotros tenemos F Compartió una D Solo nosotros tenemos D Todos tienen D	Característica común positiva Característica común positiva Factor crítico de éxito / ventaja competitiva Debilidad Amenaza Oportunidad				

Nota: La tabla es un cuadro que busca las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas, que la empresa posee y la competencia también, esto para poder plantear estrategias que nos den un valor agregado y ser mejores que la competencia.

2.3.2 Ventajas Competitivas.

2.3.2.1 FODA:

Tabla 7.- Descripción FODA, realizado por Daniel Férrez.

Fortalezas:

En la empresa se puede encontrar como fortalezas, que la empresa brindará un servicio más personalizado, las capacitaciones se realizan a los empleados de cada área, explicándole que puntos críticos esta tiene y como controlarlos.

Oportunidades:

Como una oportunidad podemos ver, que las empresas se enfocan en brindar un servicio a un nicho de mercado de pocos recursos económicos, pero a su vez que tiene mucho apoyo del Estado por lo que se vuelve a un nicho muy rentable.

Debilidades:

Como debilidad podemos ver que la empresa, no tiene un buen sistema que la diferencie en lo que es la forma de pago, se debe crear créditos y la opción de pago por cuotas.

Amenazas:

Como amenaza podemos tener que la empresa al ser nueva, no tiene la facilidad de ser contactada, por lo que no está posicionada en el mercado, por ello se debe realizar una buena campaña de publicidad.

Nota: la Tabla nos muestra las estrategias que la empresa debe tomar para diferenciarse y beneficiarse de la competencia.

CAPITULO III.

3. PLAN OPERATIVO.

3.1 Fases de Planificación:

3.1.1 Plan Técnico:

3.1.1.1 Definir la capacidad instalada:

Esta empresa como se ha venido mencionando, brinda servicios de capacitaciones y auditorías en BPM, este es un servicio que se lo realiza en el lugar donde se planea mejorar la calidad de sus productos.

Para esto el personal realiza estudios en el establecimiento, la capacidad instalada o la cantidad de clientes que podemos atender depende principalmente de nuestro personal que deberá cumplir un itinerario y su principal meta, que es que los establecimientos pasen las auditorías.

Para esto se va a necesitar de una oficina con espacio para tres capacitadores, esto nos daría una capacidad instalada de doce clientes al día trabajando cinco días de la semana, esto significa que la empresa tiene una capacidad instalada semanal de sesenta clientes que van a ser capacitados y auditados.

Por otro lado la oficina en donde se va a establecer la empresa tiene sala de reuniones con tecnología para poder hacer las capacitaciones más didácticas y que el cliente obtenga y capte mejor la información.

Tabla 8: Capacidad Instalada semanal, elaborad.

Capacidad Instalada semanal	
Clientes atendidos en una semana	60

Nota: La tabla muestra cuántos establecimientos de comida se puede atender en una semana.

Si es que se necesitaría atender más clientes al día se tendrá que contratar a una persona más ya que sesenta es el límite máximo de clientes.

3.1.1.2 Menú.

CAPIA

Capacitación y Auditorías Promoviendo la Inocuidad Alimentaria.

Servicios que se brindan a la sociedad:

1. Capacitación en BPM.

El servicio consta de:

Tres sesiones de capacitación sobre que son BPM su conceptualización y definición, como identificar riesgos y tomar medidas preventivas

Tres sesiones de capacitación en el establecimiento de identificación de riesgos en los procesos y toma de medidas preventivas, entrega de material didáctico sobre manejo de refrigeradoras lavado de manos, superficies y equipos.

Tres sesiones de observación y correcciones en malos manejos alimentarios.

2. Auditorías, evaluaciones para tener datos concisos sobre el uso de BPM en establecimientos

El servicio consta de:

Auditoría una semana después de que las sesiones de capacitación hayan terminado.

Auditoría un mes después de que la sesiones de capacitación hayan terminado.

Entrega de diploma por Buenas Prácticas de Manufactura.

Auditoría tres meses después de las sesiones de capacitación hayan terminado

Auditoría un año después de que las sesiones de capacitación hayan terminado

Entrega del sello de oro en Buenas Prácticas de manufactura.

3.1.1.3 Cuadro de insumos y materias primas.

A continuación se detallará una lista de productos que se brindará a cada uno de los establecimientos para hacer de forma más didáctica y práctica en el proceso de capacitación.

Tabla 9: Insumos y materias primas.

Materia Prima	Cantidad
Paños	5
Cartel informativo Lavado de Manos	1
Cartel informativo Orden en la refrigeradora	1
Cartel informativo Contaminación Cruzada	1
Cartel informativo Limpieza en Superficies y Equipos	1
Libro de Buenas Prácticas de Manufactura	1
Hoja de Procesos	10
Checklist de procesos	10
Cuaderno de ejercicios en Buenas Prácticas de Manufactura	1
Diploma Por buen uso de BPM	1
Sello de Oro por buen manejo anual de BPM	1

Nota: La tabla detalla la materia prima que se entregará a cada establecimiento al que se le preste el servicio.

Estos insumos, son material didáctico que facilitarán el aprendizaje durante el proceso de capacitación, permiten realizarlo de una forma que las personas se sientan atraídas y tengan materiales para que se mantengan las prácticas en el tiempo, así mismo se premia a los establecimientos que cumplen y mantienen las BPM para que obtengan más clientes con estos certificados y sellos.

3.1.1.5 Cuadro de tecnología y Equipamiento.

Tabla 10: Tecnología y equipamiento.

Equipo	Cantidad
Computador	5
Teléfono	5
Televisión	1
Impresora	2
Datafast	1
Celulares	5
Router	1
Escritorio	5
Mesa de juntas	1
Sillas	11
Sillones	4
Estantería	2
DVD	1
Cámara de fotos	3
mesa de sala de espera	1

Nota: la tabla muestra los activos que la empresa necesitará para su funcionamiento.

Estos equipos nos permitirán satisfacer mejor las necesidades del cliente, también realizar las investigaciones necesarias y con ayuda de cámaras poder identificar riesgos alimentarios para posteriormente enseñárselos al cliente y el de manera visual se de cuenta de los errores para que no vuelvan a ocurrir.

3.1.1.6 Infraestructura Física.

3.1.1.6.1 Tamaño de la Construcción.

Como se mencionó antes, la empresa estará ubicada en el tercer piso del Edificio Shyris Century, localizada en la Shyris y Bélgica, tiene un área de setenta metros cuadrados, donde se puede encontrar un baño una bodega pequeña, una sala de reuniones, recepción y los escritorios de los empleados para que realicen las investigaciones e informes necesarios.

3.1.1.6.2 Planos arquitectónicos.

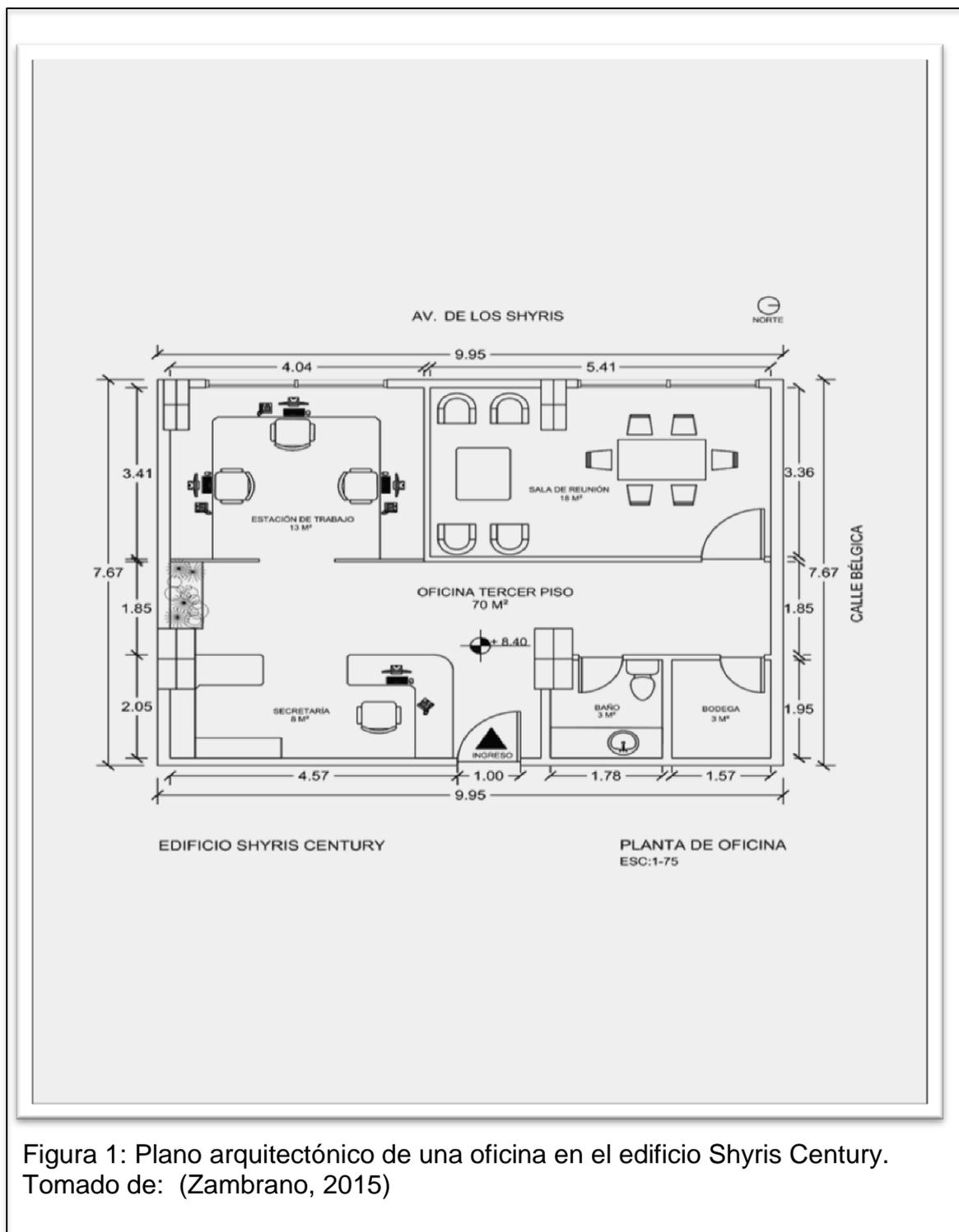


Figura 1: Plano arquitectónico de una oficina en el edificio Shyris Century.
Tomado de: (Zambrano, 2015)

3.1.1.7 Diagrama del Macro Proceso actual.

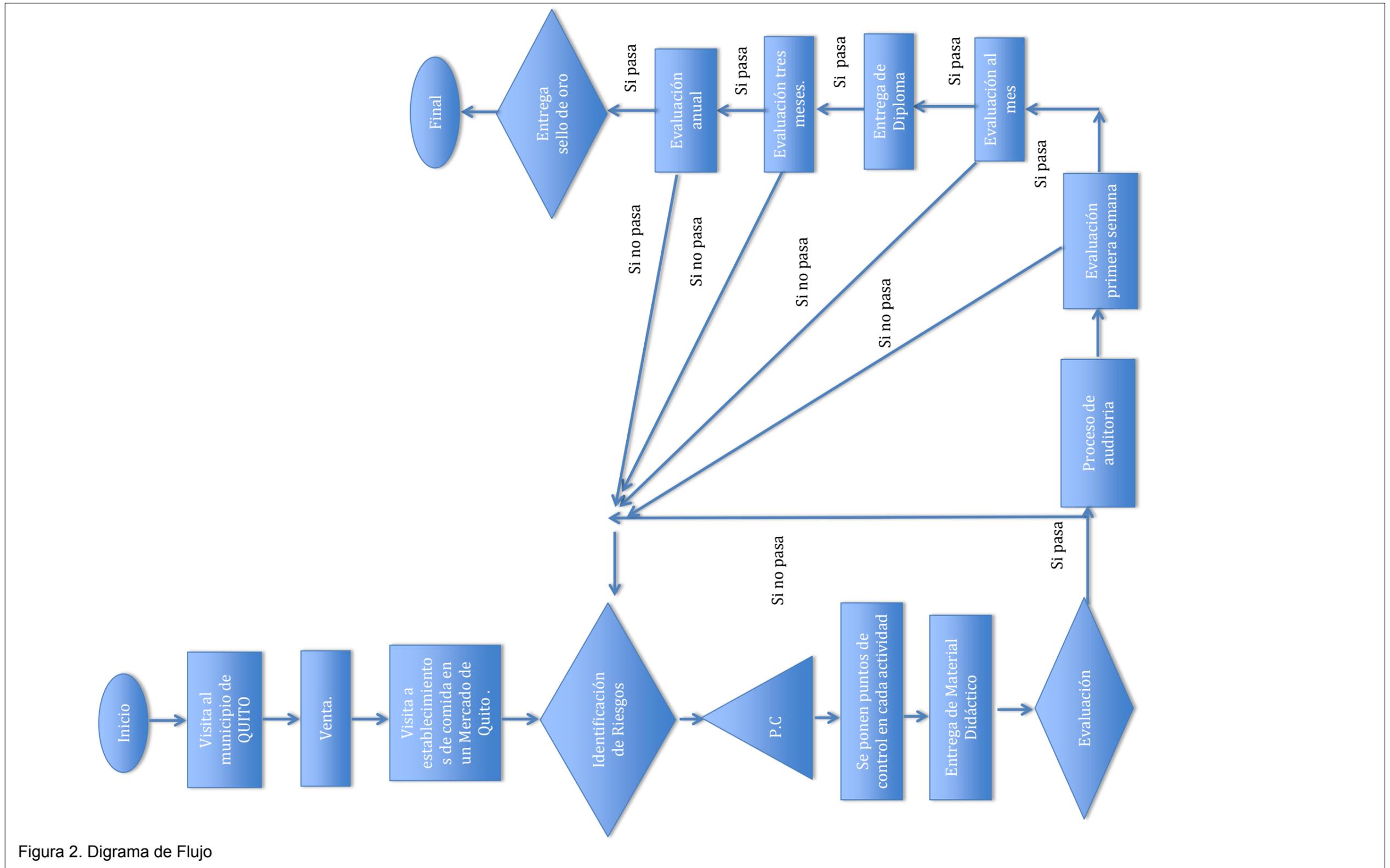


Figura 2. Digrama de Flujo

3.2 Plan de organización y Recursos Humanos.

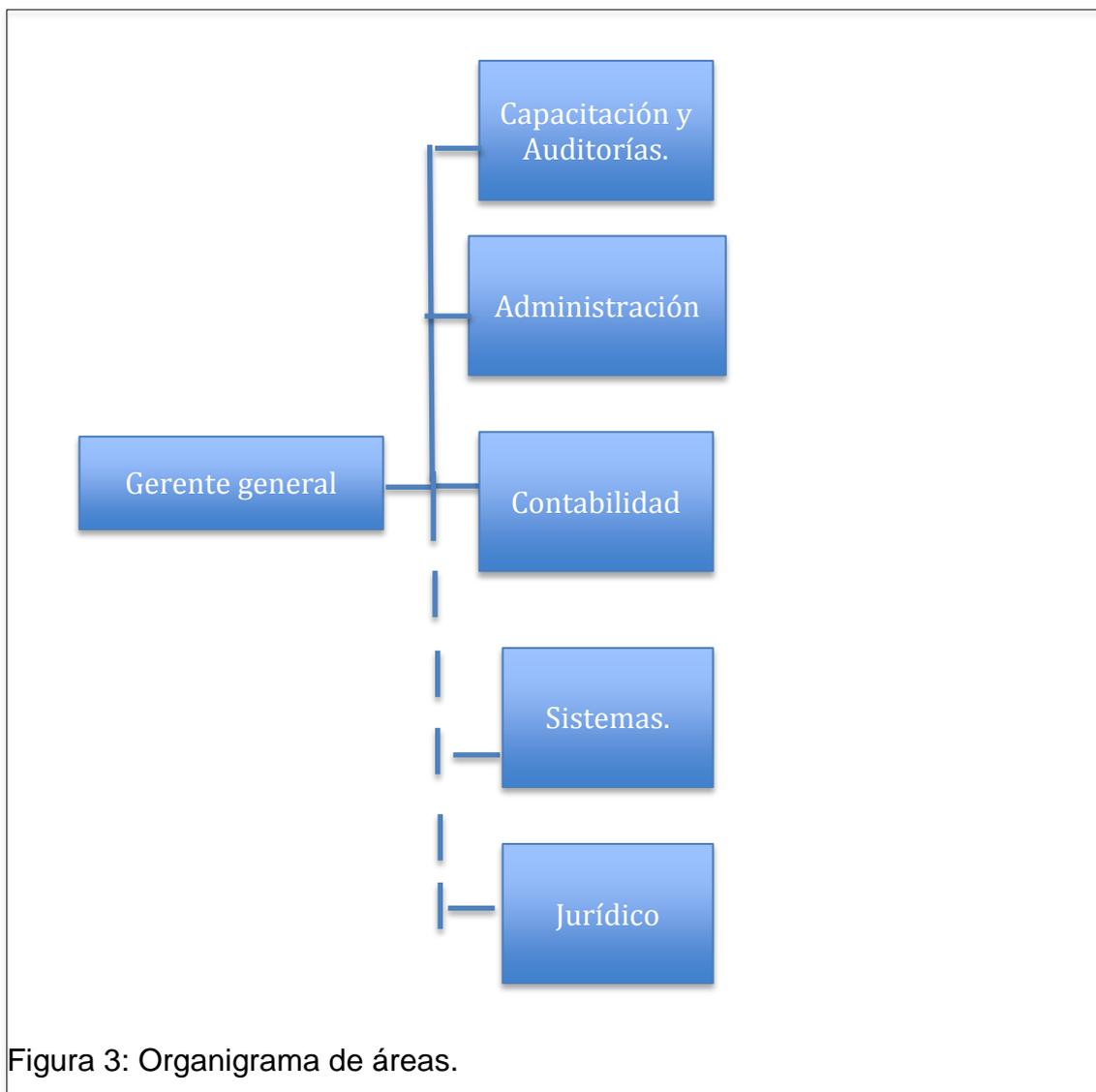
3,2,1 Departamentos Funcionales:

Tabla 11: departamentos y funciones.

Departamento	Descripción de funciones
Contabilidad	Departamento que controla todas las finanzas y ajustes contables de la empresa.
Jurídico	Departamento que se encarga que todas las actividades y acciones de la empresa sean legales.
Capacitaciones y Auditorías	Departamento encargado de visitar a los clientes y capacitarlos así como evaluarlos.
Sistemas	Departamento encargado de controlar todo lo relacionado con la tecnología dentro de la empresa
Administrativo	Departamento encargado de controlar que todos los otros departamentos cumplan sus funciones, así como también vender los servicios que se brindan.

Nota: la tabla muestra los departamentos de la empresa y cuáles son sus funciones

3.2.2 Organigrama de áreas:



3.2.3 Inventario de Recursos Humanos.

Tabla 12: Inventario de recursos humanos.

Cargo	Cantidad
Gerente General	1
Administrador	1
Capacitadores	3
Auditor	1
Contador	1
Vendedor	1
Recepcionista	1
Total de Empleados	9

Nota: La tabla nos muestra el inventario de Recursos Humanos que la empresa necesitará.

3.2.4 Organigrama de cargos.

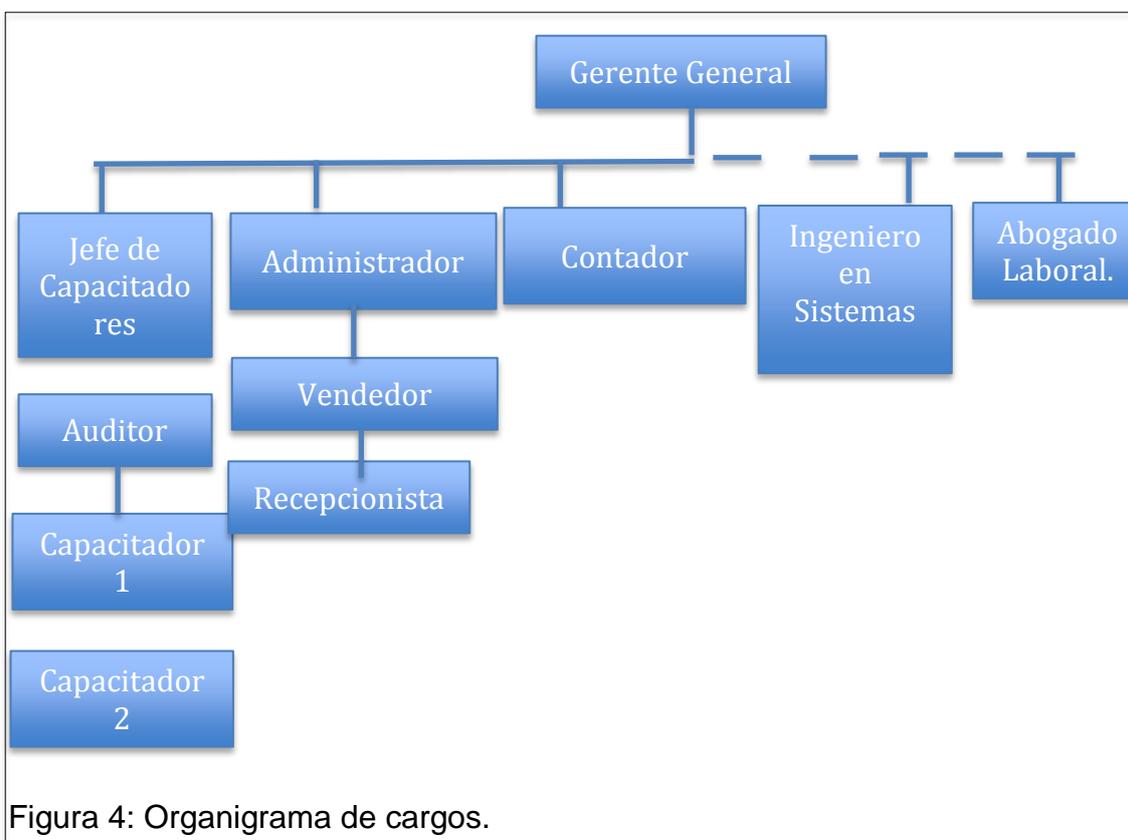


Figura 4: Organigrama de cargos.

3.2.5 Descripción de Funciones.

Tabla 12: Descripción de funciones.

Cargo	Función
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> -Es el Representante legal de la empresa -Controla todo el funcionamiento de la empresa.
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> -Controla el área financiera de la empresa. - Supervisa que los servicios se realicen de forma correcta. -Establece estrategias para mejorar el servicio brindado.
Jefe de capacitadores	<ul style="list-style-type: none"> -Es el encargado de organizar y controlar que las actividades del servicio de capacitación se cumplan de manera correcta. -También debe capacitar a los clientes. -Investigar nuevas formas de control en BPM. -Designar clientes y trabajos a otros capacitadores. - Identificar los riesgos alimenticios en los establecimientos y establecer puntos de control. -Capacitar al cliente sobre los puntos de control que debe tomar en su empresa.
Auditor	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar el uso de BPM - Realizar controles de calidad en los establecimientos. - Controlar las fechas de las auditorías. - Revisar que los puntos de control establecidos por el capacitador se cumplan de manera completa. - Realizar un informe de la auditoría

	con las correcciones que el cliente debe realizar.
Capacitadores	<ul style="list-style-type: none"> -Revisar e identificar riesgos alimenticios en el establecimiento. - Realizar un plan de control, programar puntos críticos de control para eliminar los riesgos alimenticios. -Informar y enseñar al cliente sobre estos puntos de control, como y cuando realizarlos. -Entregar material didáctico y enseñar al cliente a usarlo. -Investigar nuevas técnicas de BPM. -Realizar informes de cada establecimiento.
Contador	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplir con las normas del SRI. -Pagar las cuentas de la empresa. -Llevar un registro contable de la empresa. -Establecer estrategias para que la empresa mejore contablemente. -Pagar el IESS y los Beneficios de ley con el empleado.
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> -Buscar clientes. -Vender servicios a los establecimientos. -Realizar informes de ventas.
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> -Recibir llamadas y atender clientes telefónicamente. -Atender y dar la bienvenida al cliente en la oficina. -Controlar y manejar la agenda de los capacitadores, auditor y vendedor.

Nota: La siguiente tabla es una descripción detallada de cada puesto y cual es su función dentro de la empresa.

Tabla 13: Descripción de funciones (Prestación de servicios).

Prestación de servicios	Funciones.
Abogado Laboral	<ul style="list-style-type: none"> -Manejar los trámites legales de la empresa. -Realizar los contratos de la empresa. -Realizar tramites legales en el IESS o Ministerio de trabajo.
Ingeniero en sistemas	<ul style="list-style-type: none"> -Instalar un software en la empresa para las ventas y el departamento financiero, administrativo y contable. -Solucionar todos los problemas tecnológicos que se presenten.

Nota: la tabla describe cual es la función de las personas que van a prestar servicios a la empresa.

CAPÍTULO IV.

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Investigación de Mercado:

La investigación de mercado es la recopilación de toda la información sobre la empresa y todo lo que lo rodea es decir su mercado. Es una herramienta muy útil que permite a la empresa tener información sobre sus clientes o futuros clientes, como es su comportamiento, características, localización, entre otros datos, para así poder tomar decisiones que beneficien a la empresa a corto o largo plazo. (Muñiz, 2012)

En este trabajo se va a buscar investigar todo entorno mencionado, para saber y poder tomar decisiones en la empresa que beneficien y le den a la misma un valor agregado, diferenciándonos de la competencia y siendo más eficientes para el mercado especialmente para nuestros futuros clientes.

4.1.1 Objetivos.

La siguiente investigación de Mercado busca:

- Conocer la reacción que tendrá nuestra empresa en la sociedad.
- Distinguir el tipo de clientes a los que se puede acceder es decir cual es el segmento de mercado al que la empresa va dirigido, cómo es el comportamiento de el mismo, cuales son sus gustos, preferencias, sus tendencias.
- Identificar en la competencia sus características sus debilidades, así como sus fortalezas y establecer estrategias para ser mejores.
- Conocer del precio que estaría el mercado dispuesto a pagar por el servicio de la empresa plantear, estrategias de precio o proponer servicios complementarios.

4.1.2 Análisis de Mercado.

Después de un estudio de mercado se identificó que la competencia de la empresa es casi nula esto debido a que las empresas que brindan un servicio parecido son empresas que acreditan y certifican a sus clientes con estándares ISO, las mismas que tienen sede en Guayaquil, no brindan servicio de capacitación pero revisan que estos estándares se cumplan como la norma lo impone.

También el Ministerio de Salud pública exige que se cumplan ciertas normas para el funcionamiento de un establecimiento, estas normas son muy simples y de la mismo forma no existe alguien que capacite al personal de los establecimientos sobre como tienen que cumplir las mismas.

Por otra parte se identificó en el sistema de sí emprende que específicamente en Quito existen 9805 establecimientos que venden comida, a los cuales se les podría brindar el servicio para que mejoren la calidad de su producto y se garantice la inocuidad alimentaria al consumidor. (Sí Emprende, 2015)

En Quito se investigó que existen 24 mercados en los que se comercian y procesan alimentos, estos son posibles futuros clientes finales, a los cuales se les podría ayudar a mejorar la calidad de sus productos. (INEC, 2015)

4.2 Identificación y caracterización de la demanda.

El estudio de mercado que se realizó identificó que la sociedad y los consumidores exigen que se mejore la calidad en el manejo de alimentos en los mercados públicos, aunque existen normas de control para los establecimientos, estas se consideran básicas y se exige que se mejoren, que existan controles más profundos y precisos.

La demanda de la empresa es un campo amplio ya que si a largo plazo la empresa quiere crecer se podría prestar servicios a restaurantes mejorando los procesos y la calidad de sus productos.

En un inicio esta empresa brindará sus servicios exclusivamente a mercados públicos, se identificó que en Quito existen veinticuatro mercados, los cuales poseen un total de dos mil establecimientos gastronómicos.

Por otro lado la información que se investigó indica que existe una necesidad latente en mejora de la calidad y la forma de elaborar alimentos en estos establecimientos.

Si se cambia la manera de trabajar y se usa correctamente las BPM estos restaurantes incrementarían sustancialmente sus ingresos económicos, al mejorar la calidad e inocuidad de sus productos.

Se sabe también que los trabajadores de estos establecimientos no les gusta “el cambio” por lo que va a ser un proceso de capacitación complicado a estas personas, así mismo son gente que no estaría dispuesta a que se inspeccione sus locales por miedo a que sean clausurados.

4.3 Identificación y caracterización de la oferta.

Después del estudio de mercado se identificó tres posibles amenazas competitivas, los mismos que no son competidores directos ya que no prestan el mismo servicio pero si uno similar.

Entre estos podemos encontrar a Trust Control, una empresa auditora en control de procesos, también COTECNA, que es una empresa que se encarga de certificar ISO y evaluar procesos, Caleb Brett Ecuador S.A una empresa que audita que se manejen bien procesos especialmente en empresas de alimentación muy grandes.

Con la siguiente información se pudo observar que no hay una empresa que brinde el mismo servicio pero si uno similar, que a la vez van direccionados para empresas muy grandes o para obtener certificados muy costosos, también que las mismas carecen de un servicio de capacitación por lo que son enfocadas más a las auditorías y a realizar informes de las mismas.

4.4 Instrumentos de recolección de la información.

4.4.1 Fórmula:

$$n = \frac{N}{E_2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{2000}{0,05(1999)+1}$$

$$n = \frac{2000}{0,0025(1999)+1}$$

$$n = \frac{2000}{5,99}$$

n= 333,88

4.4.2 Entrevista.

- 1.- ¿Usted ha comido en los mercados de Quito?
- 2.- ¿Cuántas veces y con qué frecuencia?
- 3.- ¿Cuanto presupuesto gasta cuando consume alimentos en el mercado?.
- 4.- ¿Cómo percibe el manejo de alimentos en los mercados?.
- 5.- ¿Considera usted que la comida en el mercado es higiénica y se usan estándares de calidad correctos?.
- 6.- ¿Cómo mejoraría la calidad en estos establecimientos de comida dentro de los mercados?.
- 7.- ¿Considera que un mercado es un buen lugar turístico?.
- 8.- ¿Por qué?.
- 9.- ¿Cree que la economía de estos establecimientos mejoraría si se aplican buenas prácticas de manufactura para mejorar su calidad?.
- 10.- ¿Qué leyes conoce usted que regulan la manipulación de alimentos?.

4.4.3 Tabulación de la entrevista:

	Encuesta 1	Encuesta 2	Encuesta 3	Encuesta 4	Encuesta 5	Encuesta 6	Encuesta 7	Encuesta 8	Encuesta 9	Encuesta 10
Pregunta 1	Sí	no	no	no	Sí	no	no	Sí	Sí	no
Pregunta 2	Una vez al año	nunca	nunca	nunca	1 vez al año	nunca	Nunca	Cada semana	3 veces al año	Nunca
Pregunta 3	5,00	0,00	0,00	0,00	5,50	0,00	0,00	7,00	10,00	0,00
Pregunta 4	Regular	Malo	Malo	Pésimo	malo	malo	No se	Bueno	intermedio	Pésimo
Pregunta 5	Sí	No	no	No	A veces	No	No	Sí	No	No
Pregunta 6	Evaluan	Enseñando	Clausura	Evaluan	inspeccionando	controlan	sancionando	Quitando permisos	Concientizando	clausurando
Pregunta 7	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	no	no
Pregunta 8	Por las costumbres	Por las costumbres	Por la gastronomía	Por las tradiciones	Por la gastronomía	Por la cultura	Por la Gastronomía	Por las tradiciones	Queda mal el país	Mala imagen
Pregunta 9	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Pregunta 10	Ninguna	Ninguna	BPM	Ninguna	Permisos DE MSP	Ninguna	Permiso de MSP	Ninguna	BPM	Permiso de MSP

4.4.4 Encuesta:

Esta encuesta tiene como objetivo conocer la opinión de la sociedad sobre el manejo de alimentos en los mercados.
El tiempo total para la elaboración es de 8 minutos.
Gracias por su colaboración.

Código de la encuesta()
Hombre() Mujer()
Edad ()

1.- ¿ Usted ha comido en los mercados de Quito?

Si
No

2.- ¿Cuántas veces y con qué frecuencia lo hace ?

a)nunca b)1 vez al año c) 3 veces al año d)6 veces al año e) más de 6 veces al año.

3.-¿Cuánto presupuesto gasta cuando consume alimentos en el mercado?.

a)0,00 b) 3,00 c)5,00 d)7,00 e) 10,00 f) 15,00

4.- ¿Cómo percibe el manejo de alimentos en los mercados?

a) Muy malo b) Malo c) Regular d) Bueno e) Muy Bueno

5.-¿Considera usted que la comida en el mercado es higiénica y se usan estándares de calidad correctos?

Sí
No

6.- ¿Cómo mejoraría la calidad en estos establecimientos de comida dentro de los mercados.

a) Evaluando anualmente
b) Capacitando a los establecimientos.
c) Clausurando a los establecimientos que no cumplen con las normas.
d) Controlando periódicamente y explicando las acciones correctivas a realizar.

7.- ¿Considera que un mercado es un buen lugar turístico?

Sí
No

8.- ¿Cuál de las siguientes cree usted que es la actividad que sería más atractiva para el turista?

- a) Las costumbres de los mercados.
- b) La gastronomía
- c) La cultura.

9.- ¿Cree que la economía de estos establecimientos mejoraría si se aplican buenas prácticas de manufactura para mejorar su calidad.

Sí
No

10.- ¿ Cree que es importante que se brinde un servicio de capacitación y auditoría a las personas que manipulan alimentos en los mercados para mejorar su calidad?

Sí
No

Gracias por su tiempo y colaboración.

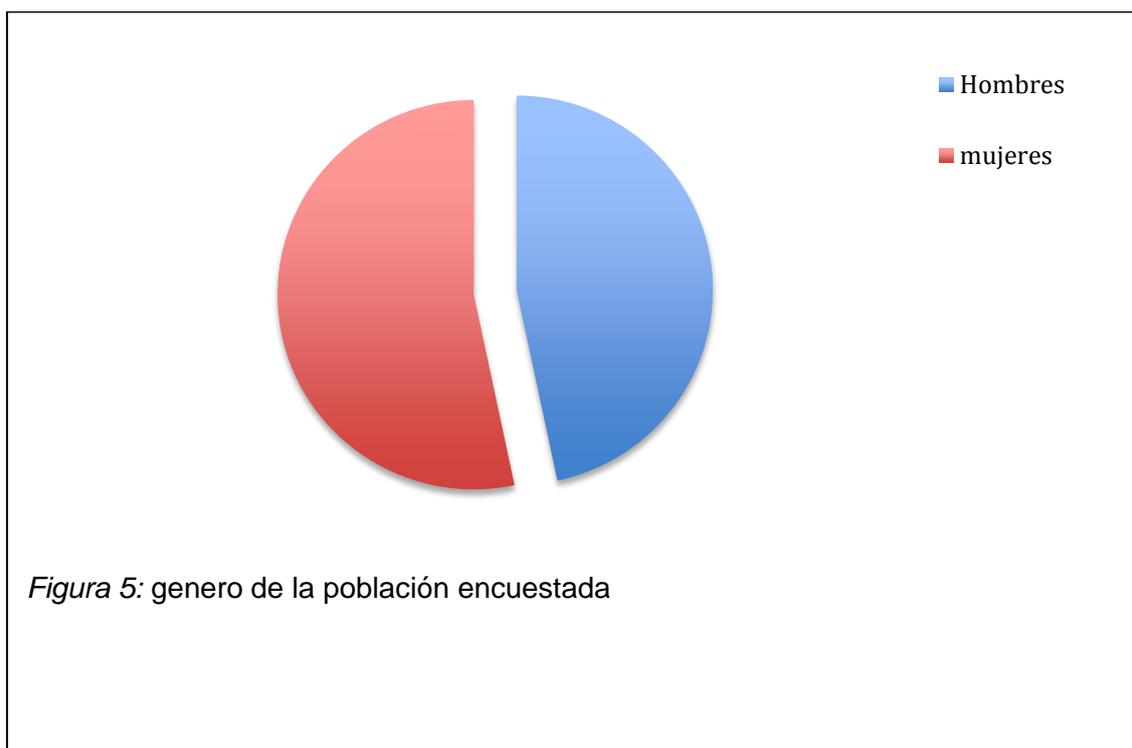
4.5 Análisis de Resultados:

A continuación se explicará los resultados que se obtuvieron de la investigación de mercado realizada para saber si el plan de negocios sobre una empresa capacitadora en buenas prácticas de manufactura es o no un negocio factible, rentable y aceptada en el mercado.

Para el estudio de mercado que se realizó, fueron elaboradas treinta encuestas, las cuales fueron distribuidas en diferentes sectores, personas de diferentes edades y género, para obtener una información más variada.

Género de los encuestados:

La siguiente encuesta fue entregada a catorce hombres y dieciséis mujeres, esto fue muy importante para identificar que las mujeres se fijan más en las condiciones higiénicas de los lugares en donde consumen alimentos.



1.-¿ Usted ha comido en los mercados?

En esta pregunta se encontró que una gran mayoría de la población encuestada si consume alimentos en los mercados, veintiséis personas de las treinta encuestadas respondieron que si frecuentan estos lugares gastronómicos, mientras que tan solo cuatro en su gran mayoría mujeres no lo hacen.

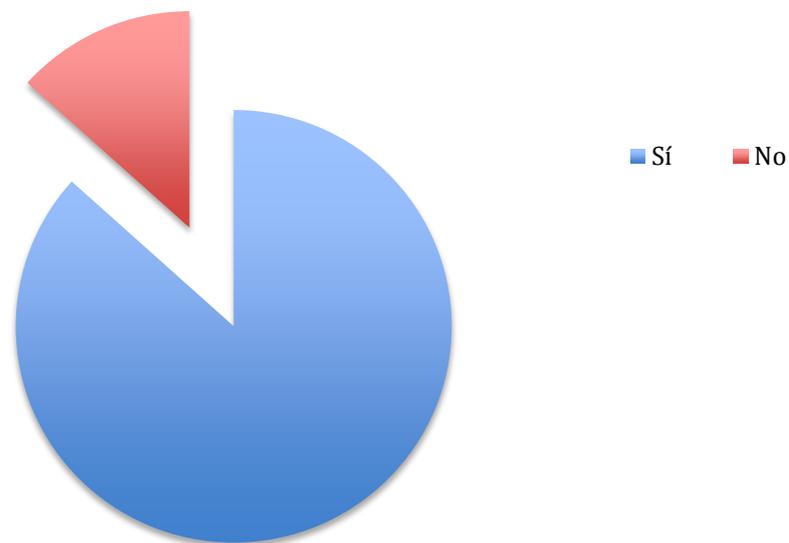
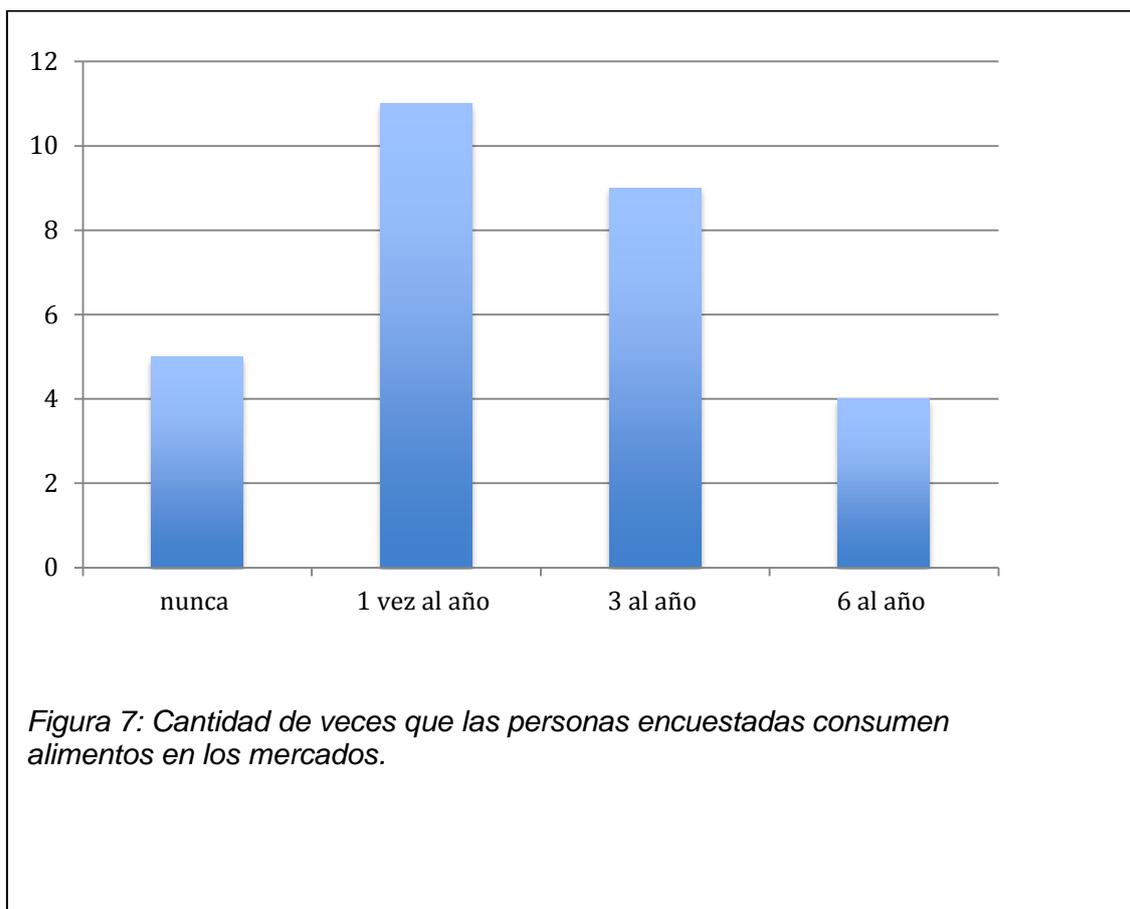


Figura 6: Muestra de cantidad de personas que consumen alimentos en los mercados.

2.- ¿ Cuántas veces y cada cuanto tiempo lo hace?

Esta pregunta se realizó para saber la frecuencia con las que las personas consumen alimentos en los mercados, la información obtenida fue que cinco personas nunca lo hacen, mientras que once lo hacen una vez al año, por otro lado nueve personas lo hacen tres veces al año y cuatro personas lo hacen seis veces al año.



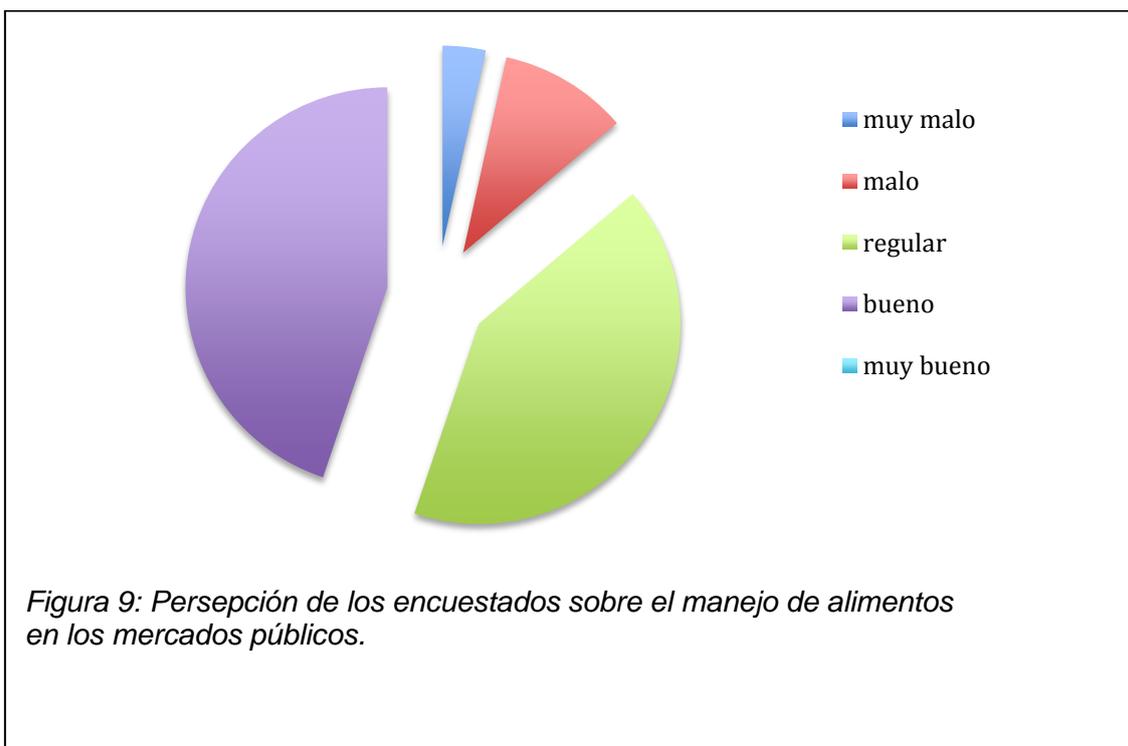
3.- ¿ Cuánto presupuesto gasta cuando consume alimentos en el mercado?

En esta pregunta lo que se buscó averiguar en la población encuestada es cuanto dinero las personas gastan cuando consumen alimentos en los mercados, se identificó que cuatro personas no gastan nada, mientras que seis personas suelen gastar tres dólares, diez personas gastan cinco dólares, tres personas gastan siete dólares, cuatro personas gastan diez dólares y finalmente tres personas gastan quince dólares.



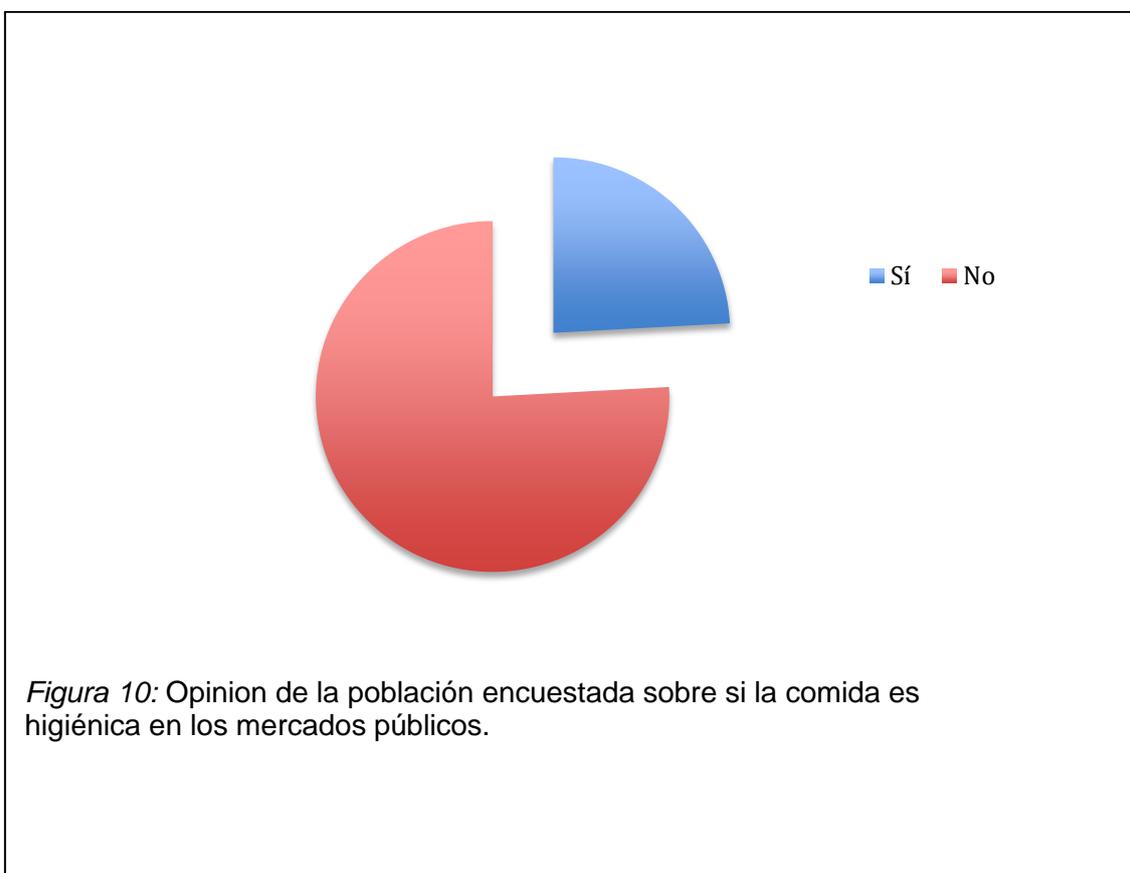
4.- ¿Cómo percibe el manejo de alimentos en los mercados?

Esta pregunta fue la más dirigida hacia la información que la empresa desea tener, con esta pregunta se pudo identificar que la mayoría escogió entre bueno y regular, por lo que nos indica que se puede mejorar más la manipulación que se les da a los alimentos y eso se lograría con los servicios que la empresa brindaría.



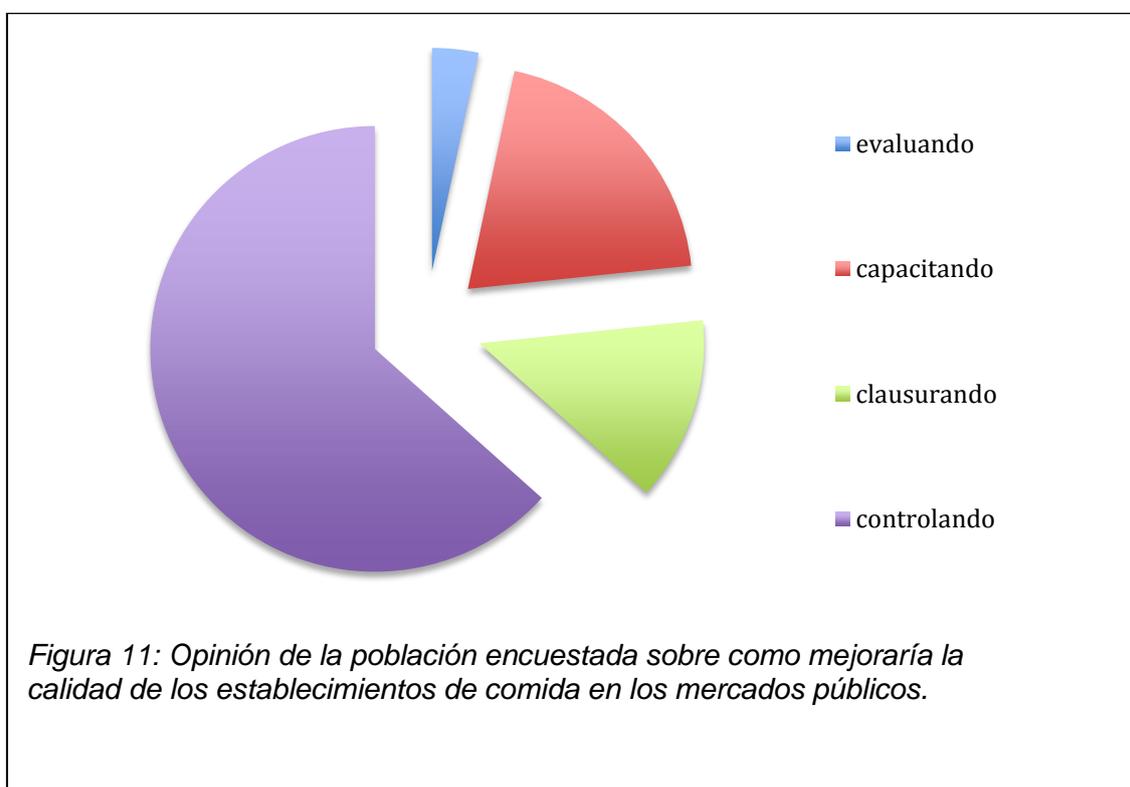
5.- ¿Considera usted que la comida en el mercado es higiénica y se usan estándares de calidad correctos?

La información que arrojó esta pregunta fue muy clara en que una gran mayoría de las personas considera que la comida en el mercado no es higiénica y no se usan estándares de calidad correctos por lo que si se mejora la forma de manipular los alimentos más personas consumirían alimentos en estos establecimientos.



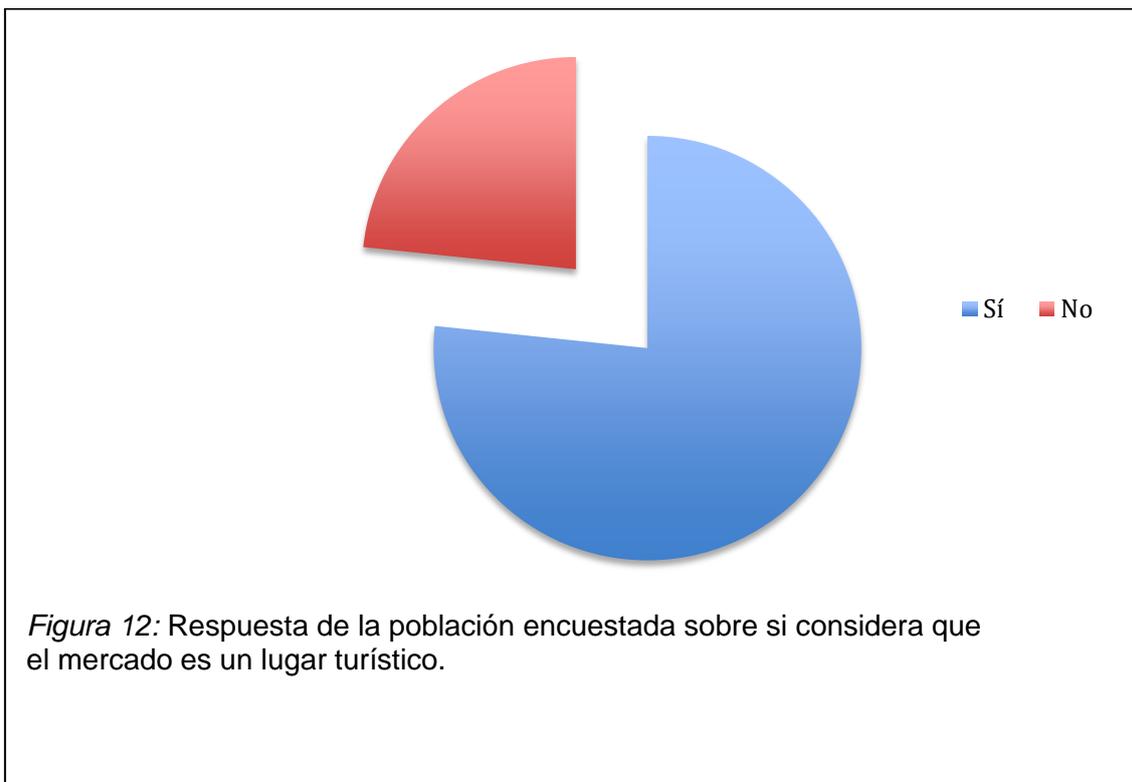
6.- ¿Cómo mejoraría la calidad en estos establecimientos de comida dentro de los mercados?

En esta pregunta lo que se buscó es saber como la sociedad mejoraría el manejo de alimentos por parte de estos establecimientos, los resultados fueron, que una persona consideró que se debe evaluar periódicamente a los establecimientos, seis personas consideraron que las capacitaciones son la mejor opción, cuatro personas optaron por que clausurar los establecimientos es lo mejor, y una gran mayoría compuesta por diecinueve personas considero que la mejor opción es controlando a estos establecimientos.



7.- ¿Considera que un mercado es un buen lugar turístico?

Esta pregunta se realizó para tener un dato estadístico que nos compruebe si es que es o no una buena idea que estos lugares sean sitios para turistas nacionales o internacionales, las respuestas que se obtuvieron fueron que veintitrés personas consideraban que si, mientras que solo siete consideraron que no.



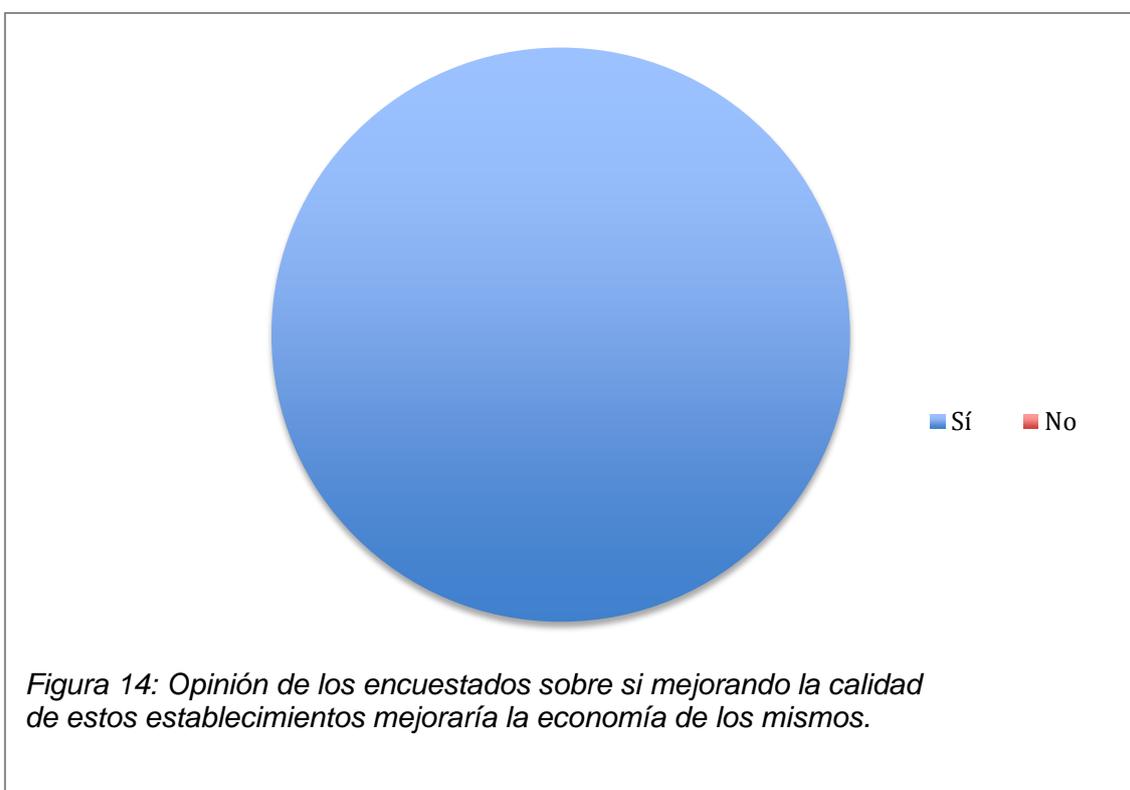
8.- ¿Cuál de las siguientes cree usted que es la actividad que sería más atractiva para el turista?

En esta pregunta se buscó conocer que es lo que las personas consideraban más atractivo de todas las actividades que hay en un mercado para los turistas, las respuestas fueron que tres personas consideraban que eran las costumbres, mientras que diecisiete consideraban que era la gastronomía y diez que era la cultura.



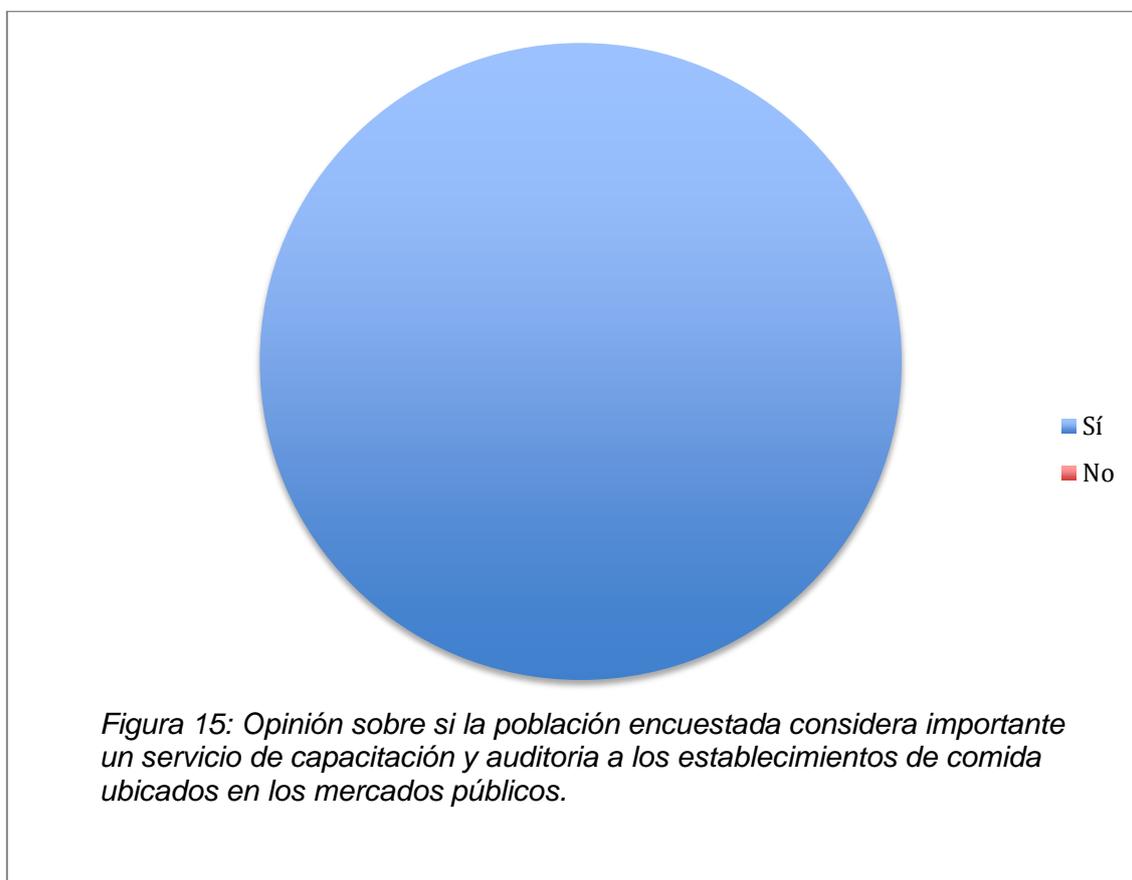
9.- ¿ Cree que la economía de estos establecimientos mejoraría si se aplican buenas prácticas de manufactura?

En esta pregunta lo que se buscó conocer es si es que las personas consideran que con la ayuda de un control en la manipulación de alimentos y el correcto uso de las buenas prácticas de manufactura los establecimientos en los mercados incrementarían sus ingresos económicos, aquí el cien porciento de los encuestados consideró que si.



10. - ¿Cree que es importante que se brinde un servicio de capacitación y auditorías a las personas que manipulan alimentos para que se mejore su calidad?

Esta respuesta buscaba conocer si es que las población encuestada le parecía correcta la idea de que se mejore la calidad de los alimentos en estos establecimientos, lo que se encontró fue, un cien porciento de los encuestados considera que si es importante que se brinde este servicio de capacitación y auditorías a estos establecimientos.



CAPÍTULO IV

5. PLAN DE MARKETING.

5,1 Segmentación:

El mercado al que la empresa va dirigido, tiene como cliente directo los establecimientos que se encuentran en los mercados públicos de la ciudad de Quito capital del Ecuador, pero es importante identificar que este servicio tiene como fin mejorar la calidad de vida de los consumidores que asisten a estos establecimientos.

Es un servicio que se brindará con ayuda del Ministerio de Salud Pública del Ecuador y el Municipio de Quito, esto para garantizar la inocuidad alimentaria en estos establecimientos y que a la larga estos lugares se vuelvan un centro turístico para visitantes nacionales e internacionales mejorando de esta forma la economía de estos establecimientos y la calidad de vida de los consumidores.

5.2 Producto:

La empresa creada brindará un servicio de capacitación y auditoría a los establecimientos que se encuentran en los mercados públicos. Con ayuda de material didáctico, personal capacitado y calificado para identificar riesgos alimenticios y a su vez ayudar a tomar medidas preventivas para así mejorar la calidad del producto que estos establecimientos brindarán.

El servicio de capacitación brindado consta de cursos en los que se indicará al personal del establecimiento como higienizar el área de trabajo, con material didáctico como posters personalizados para cada establecimiento que servirán para hacer de estas actividades costumbres y que se realicen constantemente. También se brindará cuadernos de Buenas Prácticas de Manufactura para que

las personas revisen esa información al momento de elaborar un producto o cuando vayan a ser evaluados, estos cuadernos tendrán un contenido que en su mayoría consta de imágenes para que el texto no sea tedioso y la práctica de las actividades sea más fácil.

Las capacitaciones serán brindadas por personal calificado, el mismo que al momento de visitar el establecimiento siempre tendrá una actitud cordial, amable y abierta, no es considerado apropiado que el capacitador tenga una actitud soberbia, cerrada y poco o nada amigable, lo que se busca es que el personal de los establecimientos capacitados no tengan miedo de que su establecimiento será cerrado o que esas personas buscan adueñarse de su negocio, si no que vean al capacitador como un amigo o una ayuda para mejorar la calidad y la inocuidad de sus productos para así atraer más clientes.

Las auditorías serán brindadas por personal calificado que calificará el establecimiento ayudándose de una evaluación basada en una lista de procesos creada por el capacitador, esta lista de procesos se enfoca en puntos críticos de control que se encuentra en ese establecimiento específico esto para brindar una auditoría más personalizada. Si el establecimiento pasa la auditoría el mismo será premiado caso contrario tendrá una oportunidad de corregir sus errores y volver a ser evaluado.

Las auditorías se realizarán periódicamente y cuando el establecimiento apruebe las mismas al año será premiado con un sello que significa que es un local que cuida y usa las buenas prácticas de manufactura en su establecimiento.

5.2.1 Desarrollo del Menú.

CAPIA

Capacitación y Auditorías Promoviendo la Inocuidad Alimentaria.

Servicios que se brindan a la sociedad:

1. Capacitación en BPM.

El servicio consta de:

Tres sesiones de capacitación sobre que son BPM su conceptualización y definición, como identificar riesgos y tomar medidas preventivas
Tres sesiones de capacitación en el establecimiento se identificación de riesgos en los procesos y toma de medidas preventivas, entrega de material didáctico sobre manejo de refrigeradoras lavado de manos, superficies y equipos.
Tres sesiones de observación y correcciones en malos manejos alimentarios.

2. Auditorías, evaluaciones para tener datos concisos sobre el uso de BPM en los establecimientos.

El servicio consta de:

Auditoría una semana después de que las sesiones de capacitación hayan terminado.
Auditoría un mes después de que la sesiones de capacitación hayan terminado.
Entrega de diploma por Buenas Prácticas de Manufactura.
Auditoría tres meses después de las sesiones de capacitación hayan terminado
Auditoría un año después de que las sesiones de capacitación hayan terminado
Entrega del sello de oro en Buenas Prácticas de manufactura.

5.3 Marca :



Figura 16: logotipo de la empresa.

Se escogió este logo para la empresa por diferentes razones que serán expuestas a continuación.

5.3.1 Nombre:

Se eligió el nombre de CAPIA porque es una abreviación de Capacitaciones y Auditorías Promoviendo la Inocuidad Alimentaria, esto porque la empresa lo que buscará en todo momento es promover las buenas prácticas alimentarias y así garantizar la inocuidad alimentaria en los establecimientos de comida popular especialmente.

5.3.2 Colores:

Se optó por usar el color Verde y Azul, el azul según muchos publicistas es considerado como un color que indica paciencia, paz, libertad. Por estos motivos se consideró que era un color que nos representaba mucho. (bizzocci, 2014)

Por otro lado se eligió al verde, que así mismo para muchos publicistas significa, renovación, renacimiento, es un color que esta directamente asociado con la salud. Por esto es que se escogió este color por que nuestro servicio es algo renovador que da esperanza de crecimiento económico a nuestro clientes.

5.3.3 Imagen:

Se escogió como imagen a un maestro que marca la diferencia con sus acciones, esto debido a que consideramos que la empresa y sus integrantes al prestar un servicio marcaran la diferencia y dejaran una huella muy importante en la sociedad.

5.4 Servicio:

La empresa como ya se mencionó brinda servicios de capacitación y auditorías esto con ayuda de diferentes materiales, en la oficina se tendrá un área de reuniones donde dispondremos de material audiovisual, para capacitar al

personal de los establecimientos a los que se les esta capacitando. También se usa material didáctico como se mencionó en las características de producto.

En lo que se refiere a producto el modus operandi de la empresa tiene como objetivo que los establecimientos mejoren su calidad, para así mejorar la economía de los mismos, por lo que el servicio se caracteriza por ser amigable comprensivo y cortés.

Al momento de las auditorías la actitud del auditor no va a ser negativa, el auditor al terminar dará un informe objetivo con los cambios a realizarse, de manera tranquila y amigable para que el personal no se sienta recriminado y causando que posteriormente tengan miedo a las auditorías y a causa de los nervios cometan errores simples o graves.

5.5 Estrategias de Marketing

5.5.1 Estrategia de Precio:

Como estrategia de precio se planteó el poner un precio basándonos en el porcentaje de ganancia o margen de contribución que la empresa desea tener, se decidió no utilizar la estrategia planteada por algunos conocedores llamada como emparejamiento de precios con la competencia, debido a que no se tiene un competidor directo y las empresas similares cobran una cantidad muy alta por servicios de capacitación. (Kotler, 2012, pp. 55-58)

5.5.2 Estrategia de distribución:

La estrategia de distribución que se planteó es conocida también como estrategia de push es decir que nuestros promotores o el departamento de venta va a buscar a los clientes, mas no que el cliente nos busque a nosotros. (Kotler, 2012, pp. 58-61)

Se optó por esta estrategia debido a que el Municipio de Quito y el Ministerio de Salud Pública del Ecuador son los entes que contratarán el servicio para que sea brindado en los mercados y así mejorar la calidad de vida de la sociedad.

5.5.3 Estrategia de Producto:

El producto que se brinda está planteado como un servicio dado para mejorar la calidad y la economía de los comedores en los mercados y que así estos sean lugares turísticos para visitantes nacionales e internacionales, se caracteriza por tener material didáctico ser una opción de ayuda mas no de castigo.

5.5.4 Estrategia de Comunicación:

Como estrategia de comunicación se planteó que está comience desde dentro de la empresa es decir que si es una empresa que promueve las buenas prácticas de manufactura, la misma siempre estará aseada con un olor agradable bien iluminada con anuncios de lavarse las manos en los baños y como usar el uniforme, también al usar material didáctico tener un lugar de juntas para explicar como usar el mismo y responder preguntas del personal que trabaja en el establecimiento de comida.

Otra estrategia que se planteó fue la de ir siempre bien presentados a las visitas, con mandil maya guantes y mascarilla esto para servir de ejemplo al personal a capacitar.

Tabla 15: Inversión de activos fijos.

PLAN DE NEGOCIOS CAPIA										IRA - ANALISIS ESULTADOS																	
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS										REGRESAR						AL MENU						PRINCIPAL					
										MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL					
										TOTAL EN DOLARES																	
INVERSIONES A REALIZAR																											
TERRENOS																											
Activo 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Activo 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
TOTAL TERRENOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
EDIFICIOS Y ADECUACIONES																											
Activo 1	10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Activo 2	5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Activo 3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Activo 4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
TOTAL EDIFICIOS Y ADECUACIONES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
TELEVISIONES Y TELEFONOS																											
telefono	5	133	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665			
celulares	5	72	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360			
DVD	1	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165			
Televisión	1	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981	981			
TOTAL TELEVISIONES Y TELEFONOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171			
MUEBLES																											
Escritorio	5	49	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245			
Mesa de juntas	1	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55			
Sillas	11	49	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539	539			
Sillones	4	50	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200			
Escritorio	2	44	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88			
Mesa de sala de espera	1	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35			
TOTAL MUEBLES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162	1 162			
EQUIPOS DE COMPUTO																											
computador	5	411	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055	2 055			
impresora	2	160	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320			
router	1	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49			
Camara de fotos	3	213	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639			
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063	3 063			
INVERSION EN ACTIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396			
FORMA DE PAGO:																											
CONTADO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396			
30 DIAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL DE FLUJO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396	6 396			

Nota: la tabla muestra la inversión que la empresa necesita.

Tabla 22: Presupuesto Interno parte 2

		REGRESAR AL MENU PRINCIPAL												IR A ANALISIS RESULTADOS	
AÑO 2		MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	TOTAL
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12	12	AÑO 2
	33.750	26.250	18.750	33.750	26.250	37.500	41.250	18.750	26.250	33.750	18.750	30.000	30.000	30.000	345.000
	57	45	32	57	45	64	70	32	45	57	32	51	51	51	507
	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	9.248	110.981
	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	2.562	30.741
	11.868	11.855	11.842	11.868	11.855	11.874	11.881	11.842	11.855	11.868	11.842	11.861	11.861	11.861	142.311
	21.882	14.395	6.908	21.882	14.395	25.626	29.369	6.908	14.395	21.882	6.908	18.139	18.139	18.139	202.689
	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	2.592	31.106
	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	1.365	16.380
	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	8.631
	1.688	1.313	538	1.688	1.313	1.875	2.063	938	1.313	1.688	938	1.500	1.500	1.500	17.250
	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2.520
	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	1.260
	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	1.890
	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	630
	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2.520
	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.509
	7.225	6.850	6.475	7.225	6.850	7.412	7.600	6.475	6.850	7.225	6.475	7.037	7.037	7.037	83.856
	14.658	7.545	433	14.658	7.545	18.214	21.770	433	7.545	14.658	433	11.101	11.101	11.101	118.963

Tabla 23: Presupuesto Interno parte 3

IRA ANALISIS RESULTADOS													
AÑO 3	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 3
18.750	22.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	33.750	33.750	22.500	22.500	33.750	26.250	363.750
32	38	64	64	64	64	64	57	57	38	38	57	45	618
10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	10.1/3	122.0/9
2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	2.818	33.818
13.023	13.030	13.055	13.055	13.055	13.055	13.055	13.049	13.049	13.030	13.030	13.049	13.036	156.516
5.727	9.470	24.445	24.445	24.445	24.445	24.445	20.701	20.701	9.470	9.470	20.701	13.214	207.234
2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	2.851	34.216
1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	18.018
791	791	791	791	791	791	791	791	791	791	791	791	791	9.494
938	1.125	1.875	1.875	1.875	1.875	1.875	1.688	1.688	1.125	1.125	1.688	1.313	18.188
231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	2.772
116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	1.386
173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	2.079
58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	693
231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	2.772
126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.509
7.016	7.203	7.953	7.953	7.953	7.953	7.953	7.766	7.766	7.203	7.203	7.766	7.391	91.127
-1.289	2.267	16.192	16.192	16.192	16.192	16.192	12.935	12.935	2.267	2.267	12.935	5.823	116.107

Tabla 24: Presupuesto Interno parte 4

		REGRESAR AL MENU PRINCIPAL												IR A ANALISIS RESULTADOS				
AÑO 4		MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	MFS	TOTAL AÑO 4
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12							
30.188	30.188	30.188	18.750	26.250	37.500	37.500	22.500	18.750	18.750	22.500	22.500	30.000	18.750	22.500	22.500	30.000	323.063	
51	51	51	32	45	64	64	38	32	32	38	38	51	32	38	38	51	549	
11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	11.699	140.391	
3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	3.241	38.891	
14.991	14.991	14.991	14.972	14.985	15.004	15.004	14.978	14.972	14.972	14.978	14.978	14.991	14.972	14.978	14.978	14.991	179.831	
15.196	15.196	15.196	3.778	11.265	22.496	22.496	7.522	3.778	3.778	7.522	7.522	15.009	3.778	7.522	7.522	15.009	143.231	
3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	3.279	39.349	
1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	1.727	20.721	
910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	10.910	
1.509	1.509	1.509	938	1.313	1.875	1.875	1.125	938	938	1.125	938	1.500	938	1.125	938	1.500	16.153	
266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	3.188	
133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	133	1.594	
199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	2.391	
66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	797	
266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	3.188	
126	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	583	
8.481	8.396	8.396	7.824	8.199	8.762	8.762	8.012	7.824	8.012	8.762	8.012	8.387	7.824	8.012	8.012	8.387	98.881	
6.715	6.800	6.800	-4.046	3.066	13.734	13.734	-490	-4.046	-490	13.734	-490	6.622	-4.046	-490	-490	6.622	44.351	

Tabla 25: Presupuesto Interno parte 5

		REGRESAR AL MENU PRINCIPAL										IR A ANALISIS RESULTADOS					
AÑO 5		MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	TOTAL
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12						AÑO 5
36.000	36.000	22.500	18.750	11.250	11.250	26.250	33.750	33.750	37.500	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	327.000
61	61	38	32	19	19	45	57	57	64	51	51	51	51	51	51	51	556
14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	14.039	188.169
3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	46.669
17.989	17.989	17.966	17.960	17.947	17.947	17.973	17.986	17.986	17.992	17.979	17.979	17.979	17.979	17.979	17.979	17.979	215.694
18.011	18.011	4.534	790	-6.697	-6.697	8.277	15.764	15.764	19.508	12.021	12.021	12.021	12.021	12.021	12.021	12.021	111.306
3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	3.935	47.218
2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	2.072	24.865
1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	1.092	13.102
1.800	1.800	1.125	938	563	563	1.313	1.688	1.688	1.875	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	16.350
319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	3.825
159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	1.913
239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	2.869
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	966
319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	319	3.825
42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	499
10.056	10.056	9.381	9.194	8.819	8.819	9.569	9.944	9.944	10.131	9.756	9.756	9.756	9.756	9.756	9.756	9.756	115.422
7.955	7.955	-4.847	-8.404	-15.516	-15.516	-1.291	5.821	5.821	9.377	2.265	2.265	2.265	2.265	2.265	2.265	2.265	-4.116

Tabla 29: Inversión Requerida parte 2.

PROYECTO XXXX	INVERSION TOTAL												TOTAL INVERSION	
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACTIVOS FIJOS	CAPITAL DE TRABAJO
INVERSION SIN CREDITO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANCIAMIENTO PROPIO:	60,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6 641	6 641
FINANCIAMIENTO DEUDA:	40,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INGRESOS DE FONDOS	28.500	36.938	24.750	41.625	57.750	39.375	41.063	31.313	46.688	30.750	23.813	36.000	438.563	1.000
INVERSION PROPIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR VENTAS	28.500	36.938	24.750	41.625	57.750	39.375	41.063	31.313	46.688	30.750	23.813	36.000	438.563	1.000
FINANCIAMIENTO EXTERNO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EGRESOS DE FONDOS	24.349	17.881	17.299	18.462	18.850	17.809	18.395	17.497	18.660	17.303	17.497	18.078	222.079	0
COSTOS DE VENTA	11.298	11.293	11.274	11.312	11.325	11.286	11.306	11.290	11.318	11.274	11.290	11.298	116.643	0
GASTOS OPERACIONALES	6.664	6.588	6.026	7.150	7.525	6.400	6.967	6.217	7.342	6.029	6.217	6.779	79.895	0
INVERSION EN ACTIVOS	6.396	0	0	0	0	123	123	0	0	0	0	0	6.641	0
PAGO DE CAPITAL DEL CREDITO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAGO DE INTERESES BANCARIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO DE FONDOS MENSUAL	4.151	19.057	7.451	23.163	38.900	21.566	22.668	13.816	28.027	13.447	6.316	17.922	216.483	0
FLUJO NETO DE FONDOS ACUMULADO	4.151	23.208	30.659	53.822	92.722	114.288	136.956	150.772	178.799	192.216	198.562	216.483	216.483	0

Tabla 31: Flujo de efectivo año 2.

PLAN DE NEGOCIOS CAPIA ESTADO DE FLUJO DE FONDOS	REGRESAR AL MENU PRINCIPAL												
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO
AÑO 2													
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	14.658	7.545	433	14.658	7.545	18.214	21.770	433	7.545	14.658	433	11.101	118.993
MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:													
+ DEPRECIACION	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.509
- VENTAS	-33.750	-26.250	-18.750	-33.750	-26.250	-37.500	-41.250	-18.750	-26.250	-33.750	-18.750	-30.000	-345.000
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	44.063	38.438	28.313	39.563	38.438	46.125	54.188	34.313	32.438	42.563	31.313	36.000	465.750
- COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-1.200
- PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-	-	-17.747	-	-	-	-	-	-	-	-	-17.747
- PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-27.212	-	-	-	-	-	-	-	-	-27.212
FLUJO OPERACIONAL	24.996	19.759	10.021	-24.463	19.759	26.864	34.733	16.021	13.759	23.496	13.021	17.127	195.094
- PAGO DE CUOTA BANCARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
- PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
FLUJO DE FONDOS MENSUAL	24.996	19.759	10.021	-24.463	19.759	26.864	34.733	16.021	13.759	23.496	13.021	17.127	195.094
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO	243.842	263.601	273.622	249.159	268.918	295.762	330.516	346.537	360.295	383.791	396.813	413.940	413.940

Tabla 32: Flujo de efectivo año 3.

AÑO 3	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	-1.289	2.267	16.492	16.492	16.492	16.492	12.935	12.935	2.267	2.267	12.935	5.823	116.107
MÁS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:													
+ DEPRECIACION	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.509
- VENTAS	-18.750	-22.500	-37.500	-37.500	-37.500	-37.500	-33.750	-33.750	-22.500	-22.500	-33.750	-26.250	-363.750
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	29.813	28.875	44.625	50.625	50.625	50.625	47.063	45.563	34.875	30.375	41.063	38.438	492.563
- COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-1.200
- PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-	-	-17.849	-	-	-	-	-	-	-	-	-17.849
- PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-26.178	-	-	-	-	-	-	-	-	-26.178
FLUJO OPERACIONAL	9.799	8.668	23.642	-14.385	29.642	29.642	26.274	24.774	14.668	10.168	20.274	18.036	201.202
- PAGO DE CUOTA BANCARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
- PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
TOTAL DE FLUJO MENSUAL	9.799	8.668	23.642	-14.385	29.642	29.642	26.274	24.774	14.668	10.168	20.274	18.036	201.202
FLUJO ACUMULADO	423.739	432.407	456.049	441.664	471.306	500.949	527.222	551.996	566.664	576.831	597.105	615.142	615.142
FLUJO OPERACIONAL	24.996	19.759	10.021	-24.463	19.759	26.864	34.733	16.021	13.759	23.496	13.021	17.127	195.094

Tabla 33: Flujo de efectivo año 4.

AÑO 4		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO
	UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	6.715	6.800	6.800	-4.046	3.066	13.734	13.734	-490	-4.046	-4.046	-490	6.622	44.351
	MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:													
	+ DEPRECIACION	126	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	583
	- VENTAS	-30.188	-30.188	-30.188	-18.750	-26.250	-37.500	-37.500	-22.500	-18.750	-18.750	-22.500	-30.000	-323.063
	+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	39.178	40.753	40.753	29.888	32.438	46.125	50.625	36.375	26.813	25.313	28.875	37.500	434.634
	- COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-1.200
	- PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-	-	-17.416	-	-	-	-	-	-	-	-	-17.416
	- PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-25.544	-	-	-	-	-	-	-	-	-25.544
	FLUJO OPERACIONAL	15.732	17.307	17.307	-35.927	9.195	22.301	26.801	13.326	3.958	2.458	5.826	14.063	112.346
	- PAGO DE CUOTA BANCARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	- PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	TOTAL DE FLUJO MENSUAL	15.732	17.307	17.307	-35.927	9.195	22.301	26.801	13.326	3.958	2.458	5.826	14.063	112.346
	FLUJO ACUMULADO	630.873	648.180	665.487	629.560	638.755	661.056	687.856	701.182	705.140	707.598	713.424	727.487	727.487
	FLUJO OPERACIONAL	24.996	19.759	10.021	-24.463	19.759	26.864	34.733	16.021	13.759	23.496	13.021	17.127	195.094

Tabla 34: Flujo de efectivo año 5.

AÑO 5	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	7.955	7.955	-4.847	-8.404	-15.516	-15.516	-1.291	5.821	5.821	9.377	2.265	2.265	-4.116
MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:													
+ DEPRECIACION	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	499
- VENTAS	-36.000	-36.000	-22.500	-18.750	-11.250	-11.250	-26.250	-33.750	-33.750	-37.500	-30.000	-30.000	-327.000
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	46.200	48.600	35.775	26.813	18.188	15.188	29.438	42.563	45.563	49.125	43.500	40.500	441.450
- COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-1.200
- PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-	-	-6.653	-	-	-	-	-	-	-	-	-6.653
- PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-9.757	-	-	-	-	-	-	-	-	-9.757
FLUJO OPERACIONAL	18.096	20.496	8.369	-16.809	-8.637	-11.637	1.838	14.575	17.575	20.944	15.706	12.706	93.222
- PAGO DE CUOTA BANCARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
- PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
TOTAL DE FLUJO MENSUAL	18.096	20.496	8.369	-16.809	-8.637	-11.637	1.838	14.575	17.575	20.944	15.706	12.706	93.222
FLUJO ACUMULADO	727.487	745.583	766.079	774.449	749.002	737.366	739.203	753.778	771.353	792.297	808.003	820.709	820.709

6.1 Análisis del plan financiero:

Después de realizar el plan financiero se pudo concluir que es un proyecto muy rentable debido a la poca inversión que se necesita y el gran margen de contribución que los productos ofertados producen.

También se pudo identificar que como gastos importantes se tiene a la nómina, la misma que representa el mayor gasto que la empresa posee, esto debido a que se necesita de personal capacitado que sepa realizar las funciones de la mejor manera posible.

Se pudo identificar los costos variables, es decir los que cambian dependiendo de la producción que se tenga y los fijos que son los que se mantienen o varían muy poco con una producción mayor o menor.

Es un proyecto muy interesante en el tema financiero ya que genera muchas ganancias si se realiza de la manera indicada y con el apoyo de las entidades públicas del Ministerio de salud pública del Ecuador y el Municipio de Quito.

CAPÍTULO VII

7. PLAN LEGAL:

7,1 Figura Jurídica:

Se planteó utilizar la figura jurídica de Persona natural esto debido a que solo va a haber un propietario ya que la inversión no es muy alta y no se necesita de otros accionistas, al ser una empresa mediana y tener pocos accionistas las utilidades serán mayores.

Como beneficios a está decisión tenemos que las utilidades serán mayores, la toma de decisiones será más fácil al tener un accionista mayoritario.

Como desventajas podemos observar que la inversión será cubierta solo por un participante, si existiera un socio los valores a cancelar de la inversión serían mucho menores.

7.1.1 Requisito para la obtención del Ruc:

Cédula de identidad

Copia de cedula

Pago de un servicio básico

Documento emitido por alguna entidad pública

Contrato de alquiler de oficina

Permiso de bomberos

Estado de cuenta bancario

Certificación de la junta parroquial más cercana.

(SRI, 2015)

7.1.2 Requisito para el permiso de bomberos: (tipo C)

Solicitud de inspección del local
 Informe favorable de la inspección
 Copia del ruc
 (Bomberos Quito , 2015)

7.2 Contrato de Trabajo:

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte _____ **(Escriba los nombres completos del EMPLEADOR. Si se trata de una persona jurídica colocar el nombre de la compañía, seguida de la frase “debidamente representada por [nombre del representante legal”])** portadora de la cédula de ciudadanía N° _____ **(Escriba la cédula de identidad del EMPLEADOR)** en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) _____ **(Escriba el nombre del TRABAJADOR)**, portador de la cédula de ciudadanía N° _____ **(Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR)** en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ **(ciudad de domicilio de las partes)** y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este **CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO** con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los 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 _____ **(ingresar cargo requerido)**.

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de _____ **(Ingresar cargo del TRABAJADOR)**. Revisados los antecedentes de _____ **(Escriba los nombres completos del TRABAJADOR)**, éste 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 proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (**detalle las horas de la jornada de trabajo**), con descanso de _____ (**detalle la hora de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo**), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____ (**colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00**), mediante _____ (**detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque**).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente contrato, conforme el artículo 14 del Código de Trabajo, es de 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 desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____ (**Escriba la dirección de la compañía**), en la ciudad de _____ (**Ingresar la ciudad**), provincia de _____ (**Ingresar Provincia y barrio**) para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos 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.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes 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 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.

Suscrito en la ciudad de _____ (***Escriba la ciudad***), el día _____ del mes de _____ del año _____.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

(Ministerio de relaciones Laborales , 2015)

CAPÍTULO VIII

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- Después de la investigación realizada se pudo deducir que es de vital importancia que se realice un proyecto en el que se mejore la forma de manipular alimento en los mercados públicos.
- También se pudo identificar que la población exige que se mejoren las Buenas Prácticas de Manufactura en los establecimientos en los mercados públicos, así los consumidores no contraerán enfermedades alimentarias graves y los establecimientos tendrán más clientes por ende más ingresos económicos.
- También se pudo identificar que un proyecto como el plan de negocios que se plantea para mejorar la calidad de productos en los mercados es una idea innovadora que tendría mucha importancia en la sociedad y en desarrollo económico de muchas familias en Quito Ecuador.
- Se identificó que muchas de las ETA (Enfermedades transmitidas por Alimentos se dan por el consumo de alimentos en los mercados públicos por lo que la implementación de un sistema de control y buen uso de BPM sería una solución a este problema, disminuyendo así las ETA.
- Así mismo se observó que si se mejora el manejo de alimentos en los mercados, los turistas podrían visitar, conocer y degustar de la cultura y tradiciones de Quito en los mercados públicos.

8.2 Recomendaciones y Viabilidad del Negocio.

- Después de hacer el plan financiero se encontró que este proyecto es viable, es decir que si se planteará en la vida real sería un proyecto muy rentable.
- Se recomienda que para la realización de este proyecto se tenga el apoyo del Ministerio de Salud Pública del Ecuador y a su vez del Municipio de Quito ya que el servicio que se presta es muy complejo y completo, por lo cual se necesita apoyo económico de estas entidades gubernamentales.
- También se recomienda que para la realización de este proyecto se capacite muy bien al personal que estará en contacto con las personas de los establecimientos de comida que están ubicados en los mercados públicos, se debe entender que las personas de dichos establecimientos no les agrada mucho el cambio, por lo que cualquier actividad que se les brinde debe hacerse de forma tranquila y siempre explicando la importancia y el fin de este proyecto.
- Otra recomendación importante es que toda capacitación que se realice debe ser hecha con material didáctico que sea más gráfico que escrito para que los capacitados entiendan y practiquen de forma correcta la información expuesta.
- Se recomienda que este proyecto se lo realice primero en Quito la capital del Ecuador como modelo piloto, se realice las correcciones pertinentes y luego se realice el proyecto a nivel nacional, cubriendo todos los mercados del Ecuador.

REFERENCIAS.

- Bizzocci, A. (15 de 09 de 2014). Ideas Chicago. Recuperado el 13 de 5 de 2015, de ideas de marketing: www.ideaschicago.com.
- Bomberos Quito. (11 de 6 de 2015). Permiso de funcionamiento. Quito, Ecuador.
- Castro,K. (2011). *Tecnología de alimentos*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Code9x Alimentarius. (3 de 3 de 2015). *Codex Alimentarius*. Recuperado el 19 de 3 del 2015, de www.codexalimentarius.org.
- FDA. (12 de 6 del 2014). ¿Cuándo y por qué se creó la FDA? USA.
- FAO. (14 de 5 del 2015). Buenas Prácticas de Manufactura. México.
- FAO. (15 de 2 del 2015). *FAO*. Recuperado el 18 de 3 del 2015, de www.FAO.org.
- Gonzales, T., & Rojas, R. (1 de octubre del 2005). *Enfermedades transmitidas por alimentos y PCR: Prevención y diagnóstico*. 47 (5). México DF, México.
- INEC. (14 de 05 del 2015). *Siempre*. Quito, Ecuador.
- ISO. (15 de 1 del 2015). *ISO*. Recuperado el 18 de 3 del 2015, de www.ISO.org.
- Kotler,P. (2012). *Marketing*. México DF: Pearson.
- Marzocca, M., Marucci, P., Alvarez, E., & Sica, M. (2006). *Detección de Escherichia coli en carne picada de hamburguesas congeladas*. Revista Argentina de microbiología, 38.
- Ministerio de relaciones Laborales (11 de 6 del 2015). *Plantilla de contrato indefinido*. Quito, Ecuador.
- Muñiz, R. (2012). *Marketing en el siglo XXI* (5ta Edición.). Madrid, España: Mudima.
- Saavedra,J.,Gomez,J.,Ibarra, M., & Mosquera, C.(1 de 5 del 2011). *Control y gestión de calidad*. Bogotá, Colombia.
- Sí Emprende. (1 de 2 del 2015). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 12 del 5 del 2015, de www.ecuadorencifras.gov.ec/si-emprende.

- SRI. (11 de 6 del 2015). *Requisitos para obtención del RUC*. Quito, Ecuador.
- Súarez, M., & Mantilla, J. (diciembre del 2000). *Presencia de Salmonella serovariedad Enteridis en productos de origen avícola y su repercusión en salud pública*. LA TREIA.
- Perales, M., Camiña, M., & Carmen, Q. (2002). *Infección por Campylobacter y Shigella como causa de diarrea aguada infecciosa en niños menores de dos años*. Revista Peruana de medicina experimental y salud pública, 19.
- Zambrano, D.(5 de 5 del 2015). *Plano arquitectónico Shyris Century*. Quito, Pichincha, Ecuador.