UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

CARRERA DE LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN GASTRONOMÍA

TEMA:

“PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA PARA OFRECER SERVICIO DE ALIMENTACIÓN A PERSONAS CON DIABETES RESIDENTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL "

AUTORAS:

MARIANA DE JESÚS CHALEN RUIZ

ADRIANA PAOLA CARRIÓN PACHECO

DIRECTOR DEL PROYECTO

DRA. SILVIA YOLANDA ALEJANDRO MORALES

GUAYAQUIL-ECUADOR

2012-2013

Universidad de Guayaquil

Facultad de Ingeniería Química

Acta de Aprobación

Proyecto de Investigación

Tema

“PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA PARA OFRECER SERVICIO DE ALIMENTACIÓN A PERSONAS CON DIABETES RESIDENTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Trabajo de investigación presentado por:

Mariana de Jesús Chalen Ruiz

Adriana Paola Carrión Pacheco

Aprobado en su estilo y contenido por

el Tribunal de Sustentación:

……

Ing. Luis Bonilla Abarca, MSc.

Preside el Tribunal

…… ……..…….

Dra. Silvia Alejandro Morales, MSc. Ing. Fabián Zambrano Cabrera

Director del Proyecto Miembro Principal

……..

Lcda. Sonnia Sánchez E. MAE.

Miembro Suplente

Fecha Finalización Proyecto de Investigación: (Octubre 4-2012)

LA RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO COMPLETO PRESENTADO EN ESTE INFORME TÉCNICO, CORRESPONDE EXCLUSIVAMENTE A LAS AUTORAS:

MARIANA DE JESÚS CHALEN RUIZ

ADRIANA PAOLA CARRIÓN PACHECO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme las energías necesarias para culminar este proyecto, a mi esposo Ing. Armando Bohórquez e hijos por su apoyo incondicional y mis padres por la buena guía que me han dado en la vida.

Mariana de Jesús Chalen Ruiz

Agradezco a Dios por ser la guía principal en este proyecto, además a Maestros y profesionales que añadieron un granito de arena para cumplir la meta deseada. Y por último pero no menos importante, quiero agradecerle a mi tutora de tesis por la motivación día a día.

Adriana Paola Carrión Pacheco

Dedico el presente proyecto a mi madre Sra. Bertha Ruiz por sus sabios consejos, y a mi esposo Ing. Armando Bohórquez e hijos por ser la fuerza que me motiva a seguir adelante.

Mariana de Jesús Chalen Ruiz

El presente proyecto se lo dedico a mi familia, en especial a mi esposo Xavier Rivadeneira por ser el pilar fundamental de apoyo para poder culminar con mi carrera universitaria.

Adriana Paola Carrión Pacheco

RESUMEN

Debido a la globalización y el desarrollo económico del mundo actual, la población tiene cada vez menos tiempo para actividades no relacionadas directamente con su trabajo por lo que muchas personas se ven obligadas a comer en poco tiempo y consumen preparaciones calificados como “comida rápida”. El mercado de comida, en la última década ha tendido a dar este tipo de soluciones rápidas, modificando sus menús e incluso su ubicación. La comida rápida para la población actual está relacionada con sobrepeso y otras enfermedades, lo que lleva a pensar en los riesgos en la salud asociados al alto contenido calórico y de grasas que contienen estos platos y que provocan un alto índice de personas que padecen diabetes. Adicionalmente, se ha identificado la carencia de espacios diferentes, alternativos y asequibles donde se expendan menús dietéticos en la ciudad de Guayaquil. Por ello nace la necesidad de elaborar un estudio de factibilidad sobre la creación de un establecimiento gastronómico dirigido para personas diabéticas con servicio a domicilio en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, que brinde una alternativa de comida nutritiva y saludable pero a la vez deliciosa, que contribuirá a satisfacer las necesidades del mercado actual y generará fuentes de empleo. Para lo cual se realizó un estudio de mercado determinando así las tendencias de consumo de la población. Posteriormente se realizó un análisis técnico para confirmar la viabilidad del proyecto en este aspecto. Finalmente mediante el estudio económico financiero se llegó a determinar la viabilidad financiera y la rentabilidad que se obtendría con el negocio. En base a todos estos estudios se determinó que el proyecto propuesto es viable y económicamente rentable.

PALABRAS CLAVES: Diabetes, comida nutritiva, preferencias alimenticias, competencia, mercado, rentabilidad.

ÍNDICE

CAPÍTULO I ---------- 1

1.1 INTRODUCCIÓN ---------- 1
1.2 JUSTIFICACIÓN ---------- 2
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ---------- 2
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO ---------- 3
1.4.1 OBJETIVO GENERAL ---------- 3
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS ---------- 4
1.4.3 IDEA A DEFENDER ---------- 4
1.5 FUNDAMENTO TEÓRICO ---------- 4
1.5.1 NUTRICIÓN ---------- 4
1.5.1.1 FUNCIÓN DE LA NUTRICIÓN ---------- 5
1.5.1.2CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA NUTRICIÓN ---------- 5
1.5.1.2.1 SALUD ---------- 5
1.5.1.2.2 ALIMENTACIÓN ---------- 5
1.5.1.2.3 PLAN DE ALIMENTACIÓN O RÉGIMEN NORMAL ---------- 6
1.5.1.2.4 LEYES DE LA ALIMENTACIÓN ---------- 6
1.5.2 DIABETES ---------- 7
1.5.2.1 DEFINICIÓN ---------- 7
1.5.2.2 ÍNDICE GLUCÉMICO ---------- 8
1.5.2.3 CLASIFICACIÓN ---------- 9
1.5.2.3.1 DIABETES MELLITUS TIPO I O INSULINO DEPENDIENTE ---------- 9
1.5.2.3.3 DIABETES MELLITUS GESTACIONAL ---------- 12
1.5.2.4 ALIMENTOS PERMITIDOS ---------- 12
1.5.2.5 ALIMENTOS NO PERMITIDOS ---------- 12

CAPÍTULO II ---------- 14

2.1 IMPORTANCIA ---------- 14
2.2 DEFINICIÓN DE MERCADO ---------- 14
2.2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO ---------- 14
2.2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO ---------- 14
2.3.1 DEMANDA ---------- 15
2.3.2 VARIABLES A TOMAR EN CUENTA EN LA DEMANDA ---------- 15
2.3.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA ---------- 15
2.3.3.1 UNIVERSO ---------- 16
2.3.3.2 FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE ENCUESTAS ---------- 16
2.3.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR ---------- 17
2.4 METODOLOGÍA. ---------- 17
2.4.1DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DE LA EMPRESA ---------- 17
2.4.2 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN ---------- 17

2.4.3 RECOLECCIÓN DE DATOS---------- 17
2.4.4 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS ---------- 18
2.4.5.1 ENCUESTA---------- 18
2.4.5.1 OBJETIVO DE LA ENCUESTA---------- 18
2.4.5.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS ---------- 22
2.4.6 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE LA EMPRESA---------- 40
2.4.7 FLUJO DE ENCUESTAS ---------- 40
2.5 OFERTA ---------- 41
2.5.1 VARIABLES A TOMAR EN CUENTA DE LA OFERTA ---------- 41
2.5.2 OFERTA ACTUAL---------- 42
2.6 COMPETENCIA ---------- 42
2.6.1 COMPETENCIA DIRECTA---------- 43
2.6.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA---------- 43
2.6.3 COMPARACIÓN ENTRE OFERTA Y DEMANDA---------- 43
2.7 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA---------- 43
2.8 CONCLUSIÓN ---------- 44

CAPÍTULO III ---------- 45

3.1 ANÁLISIS FODA---------- 45
3.1.1 FORTALEZAS Y DEBILIDADES---------- 46
3.1.1.1 FORTALEZAS ---------- 46
3.1.1.2 DEBILIDADES ---------- 46
3.1.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS ---------- 47
3.1.2.1 OPORTUNIDADES---------- 47
3.1.2.2 AMENAZAS---------- 47
3.1.3 MATRIZ DE IMPACTO INTERNA ---------- 47
3.1.4 MATRIZ DE IMPACTO EXTERNO---------- 48
3.1.5 MATRIZ DE APROVECHABILIDAD ---------- 48
3.1.6 MATRIZ DE VULNERABILIDAD---------- 49
3.1.7 HOJA DE TRABAJO FODA ---------- 50
3.2 MATRIZ DE ESTRATEGIAS ---------- 51
3.3. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER ---------- 52
3.3.1 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES---------- 52
3.3.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES ---------- 53
3.3.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES---------- 53
3.3.4 AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS---------- 53
3.3.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTE ---------- 53
3.4 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DEL ESTABLECIMIENTO EN EL MERCADO---------- 54
3.4.1 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN ---------- 54
3.4.1.1 PRODUCTO---------- 54
3.4.1.2 SLOGAN---------- 55
3.4.1.3 LOGOTIPO ---------- 55
3.5 MISIÓN---------- 55

3.6 VISIÓN ---- 56
3.7 ESTRATEGIAS DE PRECIOS. ---- 56
3.7.1 COSTOS ---- 56
3.7.2 COMPETENCIA ---- 56
3.7.3 MARGEN DE GANANCIA ---- 56
3.8 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN ---- 57
3.8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN: SERVICIO A DOMICILIO ---- 57
3.9 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD ---- 57
3.9.1 OBJETIVO ---- 57
3.9.2 MERCADO META ---- 57
3.9.3 SELECCIÓN DE LOS MEDIOS ---- 57
3.9.3.1 RADIO ---- 58
3.9.3.2 FLYERS ---- 58
3.9.3.3 PRENSA ESCRITA ---- 58
3.9.3.4 INTERNET ---- 59
3.9.4 TIEMPO DE PAUTAJE ---- 59
3.9.5 COSTO DE LA PUBLICIDAD ---- 59
3.10 MARKETING ---- 60
3.10.1 OBJETIVOS DE MARKETING ---- 60
3.11 POSICIONAMIENTO ---- 60

CAPITULO IV ---- 61

4.1 IMPORTANCIA ---- 61
4.2 LOCALIZACIÓN ---- 61
4.3 CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO ---- 61
4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO ---- 62
4.4.1 INSTALACIONES DEL ESTABLECIMIENTO ---- 62
4.4.1.1 ÁREA DE PRODUCCIÓN ---- 63
4.4.1.2 ÁREA DE ADMINISTRACIÓN ---- 64
4.4.1.3 ÁREA DE NUTRICIÓN ---- 64
4.4.1.4 SALA DE RECEPCIÓN ---- 64
4.4.1.5 SALA DE CONFERENCIAS ---- 65
4.4.1.6 ÁREA DE LIMPIEZA ---- 65
4.4.1.7 VESTÍBULOS Y BAÑOS PARA EL PERSONAL ---- 65
4.5 EQUIPAMIENTO DE LAS DIFERENTES ÁREAS ---- 65
4.5.1 EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN (COCINA) ---- 65
4.5.1.1 BATERÍA PESADA ---- 66
4.5.1.2 BATERÍA LIVIANA ---- 67
4.5.2 EQUIPAMIENTO DE LAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN, NUTRICIÓN Y RECEPCIÓN ---- 68
4.5.3 EQUIPAMENTO DEL ÁREA DE LIMPIEZA ---- 69
4.5.4 EQUIPAMIENTO DE VESTÍBULOS Y BAÑOS PARA EL PERSONAL ---- 69
4.6 ELABORACIÓN Y PLANEACIÓN DEL MENÚ ---- 70
4.6.1MENÚ ---- 70

4.6.2 DIETA ---- 70
4.6.2.1 ELABORACIÓN DE DIETAS ---- 70
4.6.2.1.1 PAUTAS PARA SEGUIMIENTO DE LA CONFECCIÓN DE LA DIETA --- 70
4.7 CÁLCULO DE LA NECESIDAD ENERGÉTICA PARA DIABÉTICOS ---- 71
4.7.1 FÓRMULAS PARA ESTIMAR EL GASTO ENERGÉTICO TOTAL EN ADULTOS SANOS POR HARRIS- BENEDICT Y OMS ---- 71
4.7.2 ESTIMACIÓN DEL GASTO ENERGÉTICO PROMEDIO EN CATEGORÍAS DE ACTIVIDAD, EXPRESADO COMO MÚLTIPLOS DE LA TMB---- 72
4.7.3 GASTO ENERGÉTICO DE UN HOMBRE SANO EN UN DÍA PROMEDIO--- 73
4.7.4 GASTO ENERGÉTICO TOTAL ---- 73
4.7.4.1 ACTIVIDADES SEGÚN EL FACTOR DE ACTIVIDAD ---- 73
4.7.1 CONTEO CALÓRICO DE LOS ALIMENTOS Y ELABORACIÓN DE ---- 74
DIFERENTES DIETAS ---- 74

CAPÍTULO V---- 88

5.1 IMPORTANCIA ---- 88
5.2 OBJETIVOS ---- 89
5.3 PERSONAL NECESARIO PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL ESTABLECIMIENTO---- 89
5.4 ORGANIGRAMA OPERACIONAL Y FUNCIONAL DEL RESTAURANTE ---- 90
5.5 DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS PARA EL PERSONAL ---- 90
5.5.1 ADMINISTRADOR ---- 90
5.5.1.1 PERFIL PROFESIONAL ---- 90
5.5.1.2 FUNCIONES ---- 91
5.5.2 ASISTENTE GENERAL ---- 93
5.5.2.1 PERFIL PROFESIONAL ---- 93
5.5.2.2 FUNCIONES ---- 93
5.5.2.2.1 FUNCIONES ESPECÍFICAS CON RELACION AL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION ---- 94
5.5.2.2.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS CON RELACIÓN AL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN---- 94
5.5.3 JEFE DE COCINA ---- 95
5.5.3.1 PERFIL PROFESIONAL ---- 95
5.5.3.2 FUNCIONES ---- 95
5.5.4 NUTRICIONISTA ---- 97
5.5.4.1 PERFIL PROFESIONAL ---- 97
5.5.4.2 FUNCIONES ---- 98
5.5.5 RECEPCIONISTA ---- 98
5.5.5.1 PERFIL PROFESIONAL ---- 98
5.5.5.2 FUNCIONES ---- 99
5.5.6 COCINERO---- 100
5.5.6.1 PERFIL PROFESIONAL ---- 101
5.5.6.2 FUNCIONES ---- 101
5.5.7 STEWARD---- 102

5.5.7.1 PERFIL PROFESIONAL ---------- 103
5.5.7.2 FUNCIONES ---------- 103
5.5.8 CHOFER MOTORIZADO ---------- 104
5.5.8.1 PERFIL PROFESIONAL ---------- 104
5.5.8.2 FUNCIONES ---------- 104
5.6 POLÍTICAS Y REGLAMENTOS INTERNOS DE LA EMPRESA ---------- 105
5.7 POLÍTICAS DE COMPRA ---------- 106
5.8 POLÍTICAS DE RECEPCIÓN DE ALIMENTOS ---------- 106
5.9 MARCO LEGAL DEL PROYECTO ---------- 109
5.9.1 RUC ---------- 110
5.9.2 PERMISO DE BOMBEROS ---------- 110
5.9.3 CERTIFICADO DE REGISTRO ---------- 111
5.9.4 AFILIACIÓN EN LA CÁMARA DE TURISMO ---------- 112
5.9.5 TASA ANUAL DE TURISMO ---------- 112
5.9.6 PATENTE MUNICIPAL ---------- 112
5.9.7 PERMISO SANITARIO ---------- 113
5.9.8 PERMISO DE LA DIRECCIÓN DE HIGIENE ---------- 113
5.9.9 USO DE SUELO ---------- 114
5.9.10 TASA DE HABILITACIÓN ---------- 114

CAPÍTULO VI ---------- 114

6.1 IMPORTANCIA ---------- 115
4.2 OBJETIVOS ---------- 115
6.3 PLAN FINANCIERO ---------- 115
6.3.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO ---------- 115
6.3.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN ---------- 115
6.3.1.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN ---------- 116
6.3.2 DETERMINACION DEL NIVEL DE VENTAS ---------- 117
6.3.3 DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN ---------- 117
6.3.3.1 PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIA PRIMA DIRECTA ---------- 117
6.3.3.2 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA ---------- 118
6.3.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN O CARGA FABRIL ---------- 118
6.3.3.4 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS ---------- 118
6.4 PROYECCIONES FINANCIERAS ---------- 119
6.4.1 ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL ---------- 119
6.4.2 FLUJO DE CAJA ---------- 119
6.5 MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO ---------- 120
6.5.1 VALOR ACTUAL NETO - VAN ---------- 120
6.5.1.1ANÁLISIS ---------- 121
6.5.2 TASA INTERNA DE RETORNO – TIR ---------- 121
6.6 MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE NO TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO EN ELTIEMPO ---------- 121

6.6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO ---------- 121
6.6.1.1 FÓRMULA ---------- 122

CAPÍTULO VII ---------- 123

7.1 IMPORTANCIA ---------- 123
7.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ---------- 125
7.2.1 CONCLUSIONES---------- 125
7.2.2 RECOMENDACIONES---------- 126

8. GLOSARIO ---------- 128

9. BIBLIOGRAFÍA---------- 131

10. ANEXOS ---------- 133

ANEXO #1 ---------- 133
ANEXO #2 ---------- 133
ANEXO #3 ---------- 134
ANEXO #4 ---------- 134
ANEXO #8 ---------- 140
ANEXO #9 ---------- 140
ANEXO #10---------- 141
ANEXO #11---------- 141
ANEXO #12---------- 160
ANEXO # 13---------- 161
ANEXO # 14---------- 162
ANEXO # 15---------- 163
ANEXO # 16---------- 164
ANEXO # 17---------- 165
ANEXO # 18---------- 167
ANEXO # 19---------- 168
ANEXO # 20---------- 169
ANEXO # 21---------- 170

CAPÍTULO I

1 GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

En nuestra sociedad, el campo de la alimentación y la nutrición ha estado relegado a un segundo plano durante mucho tiempo, ignorando su verdadera importancia biológica y social. Actualmente, la globalización ha generado profundos cambios de estilo de vida en la mayoría de las personas, especialmente en la alimentación, actividad física, horarios laborales, hábitos adictivos: alcohol, tabaco, droga etc., lo que ha generado cambios del perfil epidemiológico nutricional y en consecuencia en las tasas de morbilidad y mortalidad.

La alimentación que tiene inadecuaciones nutricionales eleva la tasa de incidencia de enfermedades crónicas degenerativas relacionadas con la dieta: sobrepeso, obesidad, enfermedades cardiovasculares, dislipidemias, cáncer, diabetes, etc., cuyas consecuencias son de carácter económico, sanitario, laboral, social, familiar, psicológico, etc. no solo para la familia sino también para la comunidad y el estado.

Razones por las cuales, la elaboración de la presente tesis se enfoca en la propuesta para la creación de un establecimiento gastronómico dirigido a personas diabéticas, donde conjuga un trabajo de investigación en varios campos como lo es la Gastronomía, Nutrición, Marketing, Finanzas, Administración, y el aspecto Legal.

Para realizar este proyecto se tomó en cuenta muchos aspectos entre los principales se destacan: las personas con diabetes las mismas que serán el mercado objetivo y la competencia que actualmente no está muy desarrollada, pero se puede tomar como referencia a los restaurantes que ofrecen comida vegetariana y light con servicio domicilio.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La idea de la creación de una empresa gastronómica con servicio a domicilio dedicada a personas diabéticas, tiene muchos puntos a favor, como por ejemplo, fortalecimiento de la industria alimenticia para ese sector de mercado, mejorar la salud y por consiguiente la calidad de vida de las personas con diabetes.

Por lo tanto, la propuesta de la empresa **COPADI S.A.** (Comida Para Diabéticos Sociedad Anónima) busca dar una oportunidad nutricional-gastronómica a las personas que padecen diabetes, motivando el consumo de menús ricos en macro y micro nutrientes respetando las leyes de alimentación para lograr una dieta correcta que permitan cubrir las necesidades fisiológicas orgánicas que conserven la salud.

En nuestro medio a las personas diabéticas se les dificulta cumplir con su régimen dietético de manera adecuada y siempre buscan un sitio en donde les preparen sus comidas de acuerdo a sus requerimientos, siendo este grupo muy prolífico por lo que la creación de éste establecimiento es muy necesario y va a tener los resultados esperados.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La población se encuentra en un constante cambio evolutivo dentro de sus diferentes aspectos: económico, social, político, cultural, alimenticio entre otros, donde la Gastronomía es la ciencia que no sólo tiene relación con la comida, sino que esta inexorablemente vinculada con las distintas culturas por lo tanto reúne los elementos suficientes para enfrentar el cambio y participar del mismo.

La Federación Internacional de Diabetes (FID) señala que en el 2011 esta enfermedad crónica no transmisible (ECNT) afectó a 366 millones de personas a nivel mundial, causó la muerte de 4,6 millones y un gasto en atención sanitaria que sobrepasa los 465.000 millones de dólares, una cifra muy elevada.

Según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador entre las diez principales causas de muerte desde el 2005 al 2009, la tendencia de la tasa por ECNT es hacia el aumento; ocupando el primer lugar la tasa de muerte por neoplasias malignas, pero si se suma la mortalidad por enfermedades cardio-circulatorias (hipertensión, cerebro-vasculares, isquemia cardiaca) estas ocupan la primera causa y en segundo lugar la diabetes.

Para el 2010, los casos notificados fueron de 92.629 y 206.164 para diabetes mellitus e hipertensión arterial, respectivamente. Asimismo, en el 2000 había 80 diabéticos por cada 100.000 habitantes, mientras que en el 2009 ascendió a 488, seis veces más solo en 9 años. **Anexo 1 y 2.**

El endocrinólogo Patricio Salazar, del hospital del IESS Teodoro Maldonado Carbo, expresa su preocupación porque, si bien hay un tratamiento para mejorar la calidad de vida del paciente, ya sea a través de medicamentos orales o el uso de insulina, también es cierto que no disminuye, “su curva se mantiene ascendente” y lo más grave es que representa una dolencia que conlleva a daños irreversibles.

Las personas que la padecen, no pueden encontrar un lugar que les proporcione la debida alimentación, es por esta necesidad, que se plantea la idea de la formación y creación de un establecimiento gastronómico dedicado a estas personas, en el cual se les brindará los menús adecuados.

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de creación de un establecimiento gastronómico con servicio a domicilio dirigido a personas con diabetes, residentes en el Sector Norte de la ciudad de Guayaquil, que ofrezca menús adecuados a sus condiciones clínicas para mejorar su estado nutricional, aumentar su bienestar y disminuir las estadísticas de morbimortalidad.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para ver la factibilidad de implementación de este proyecto.
- Determinar si el proyecto tendrá rentabilidad mediante la utilización de indicadores financieros.
- Identificar las características nutricionales de los menús a ofertarse.
- Diseñar los menús con la utilización de recetas estándar.
- Concientizar mediante charlas a los clientes que padecen de dichas enfermedades para mejorar su alimentación como una forma de optimizar su calidad de vida.

1.4.3 IDEA A DEFENDER

"La creación de una empresa dedicada a satisfacer las necesidades nutrimentales de personas diabéticas a través de una propuesta nutricional-gastronómica innovadora".

1.5 FUNDAMENTO TEÓRICO

1.5.1 NUTRICIÓN

La nutrición es la ciencia que se encarga del estudio y mantenimiento del equilibrio homeostático del organismo a nivel molecular y macrosistémico, garantizando que todos los eventos fisiológicos se efectúen de manera correcta, logrando una salud adecuada y previniendo enfermedades.

Los procesos macrosistémicos están relacionados a la absorción, digestión, metabolismo y eliminación y los procesos microsistémicos con el equilibrio de elementos: enzimas, vitaminas, minerales, aminoácidos, glucosa, transportadores químicos, mediadores bioquímicos, hormonas etc.

1.5.1.1 FUNCIÓN DE LA NUTRICIÓN

La nutrición es un proceso que comprende tres tiempos:

Alimentación: proceso externo que aporta materia y energía proveniente de los alimentos que ingresan al organismo por vía natural o artificial.

Metabolismo o nutrición: proceso interno de utilización de nutrientes, transforma la energía en trabajo y calor.

Excreción: proceso de eliminación al exterior de los productos de desecho y de los residuos de todo lo utilizado.

1.5.1.2CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA NUTRICIÓN

1.5.1.2.1 SALUD

Salud es la situación armónica de equilibrio dinámico en las esferas física, mental, espiritual y social del ser humano que le permite desarrollar su potencial laboral y social.

1.5.1.2.2 ALIMENTACIÓN

Es el acto más cotidiano y elemental de toda forma de vida, es el primer tiempo de la nutrición, es el proceso de seleccionar alimentos, fruto de la disponibilidad y aprendizaje de cada individuo que le permitirá componer su ración

diaria y fraccionarla en el día acorde a los hábitos y condiciones personales. Está condicionada por factores externos: económicos, geográficos, ecológicos, culturales e internos: psicológicos, fisiológicos, etc., además se considera un acto voluntario que se puede realizar de manera individual o grupal.

1.5.1.2.3 PLAN DE ALIMENTACIÓN O RÉGIMEN NORMAL

Según Escudero, es “El que cumple con todos los requerimientos nutricionales que conducen a la realización de todos los procesos fisiológicos del individuo de tal manera que permite perpetuar a través de varias generaciones los caracteres biológicos del individuo y de la especie”.

1.5.1.2.4 LEYES DE LA ALIMENTACIÓN

La alimentación correcta, según el Dr. Pedro Escudero, es aquella que estando libre de errores se ajusta a las reglas preestablecidas, que según sus pensamientos constituyen “reglas constantes e invariables, aplicables a todos los casos, en todas las edades, a sanos y a enfermos”.

- **Ley de la cantidad:** se refiere a la suficiencia alimentaria para cubrir las necesidades calóricas del organismo: proporcionar calor que permita mantener la temperatura corporal, la energía de la contracción muscular y el balance nutritivo, los nutrientes eminentemente energéticos son los hidratos de carbono y las grasas. Conforme a ésta ley las dietas pueden ser: suficientes, insuficientes o excesivas.
- **Ley de la calidad:** se relaciona con su composición nutrimental, de tal forma que asegure el correcto funcionamiento de órganos y sistemas. Toda dieta debe contener: hidratos de carbono, proteínas, grasas, vitaminas, minerales y agua. Según esta ley, los regímenes se clasifican en completos (variados) e incompletos.
- **Ley de la armonía:** se refiere a la relación de proporción que debe primar entre los nutrientes, los expertos recomiendan que la molécula calórica

normal debe conservar la siguiente distribución: proteínas: del 10 al 15%; grasas: del 25 al 30% y carbohidratos: del 55 al 60% del valor calórico total.

- **Ley de la adecuación:** se relaciona con la identidad nutricional para cada individuo en particular, considerando factores de: edad, sexo, actividad física, estados fisiológico y de salud, hábitos culturales, economía, etc.

1.5.2 DIABETES

1.5.2.1 DEFINICIÓN

La Diabetes Mellitus es una patología en la cual hay una deficiencia de insulina (hormona que se genera en el páncreas) o de una insensibilidad a la misma. La insulina se produce en las células del islote del páncreas y es normalmente responsable de controlar las concentraciones en la sangre del combustible principal del cuerpo; la glucosa.

En la Diabetes al organismo se le dificulta utilizar adecuadamente los hidratos de carbono, lo que provoca que se eleven los niveles de glucosa en la sangre y que la misma aparezca en la orina.

La diabetes mellitus el estado resultante de una carencia absoluta o relativa de insulina. Presenta dos síndromes diferentes. El primer síndrome es la carencia absoluta de insulina y alteraciones de los procesos metabólicos, como de hidrocarbonatos, grasas y proteínas, lo que clínicamente conlleva a la hiperglucemia, cetoacidosis, hiperlipemia e hipercatabolismo proteico; originando a nivel renal y retiniano complicaciones vasculares.

El segundo síndrome, es la carencia relativa de insulina, lo cual origina la hiperglucemia crónica como el síntoma principal asociada también con complicaciones vasculares, aunque las laceraciones cetoacidóticas y la desnutrición proteica no estén presenten.

Según *Diabetes & Hormona Center of the Pacific*, la diabetes puede ser definida como “un desorden del metabolismo del proceso que convierte el alimento que ingerimos en energía. La insulina es el factor más importante en este proceso. Durante la digestión se descomponen los alimentos para crear glucosa, la mayor fuente de combustible para el cuerpo. Esta glucosa pasa a la sangre, donde la insulina le permite entrar en las células. En personas con diabetes, uno de estos dos componentes del sistema falla: el páncreas no produce o produce poca insulina (Tipo I, llamada también insulinodependiente) o las células del cuerpo no responden. El término diabetes mellitus (DM) describe un desorden metabólico de múltiples etiologías, caracterizado por hiperglucemia crónica con disturbios en el metabolismo de los carbohidratos, grasas y proteínas y que resulta de defectos en la secreción y/o en la acción de la insulina.

1.5.2.2 ÍNDICE GLUCÉMICO

Es un sistema que permite comparar la "calidad" de los distintos carbohidratos contenidos en alimentos, y que proporciona un índice numérico basado en medidas de la glucemia después de su ingestión.

Cuando se toma cualquier alimento rico en glúcidos, los niveles de glucosa en sangre se incrementan progresivamente según se digieren y asimilan los almidones y azúcares que contienen. La velocidad a la que se digieren y asimilan los diferentes alimentos depende del tipo de nutrientes que los componen, de la cantidad de fibra presente y de la composición del resto de alimentos presentes en el estómago e intestino durante la digestión. El índice glucémico se determina en laboratorios bajo condiciones controladas.

Al sustituir los carbohidratos de bajo índice glucémico, especialmente en las meriendas o comidas aisladas, se puede mejorar la regulación del azúcar en sangre, reducir la secreción de insulina y ayudar a un programa de pérdida de peso.

La Hipoglucemia es una baja concentración de glucosa en la sangre, inferior a 50/60 mg por cada dl. Se producen sensaciones muy variadas como de nerviosismo, sudor, temblor en las manos, hambre, confusión, dolor de cabeza. Si no se ingieren hidratos de carbono, puede llegar a producir la pérdida de conciencia e incluso la muerte. Las personas que padecen Diabetes Mellitus y están compensadas gracias al aporte de insulina exógena o análoga se deben a un exceso de insulina en relación con la ingesta de hidratos. Para restablecer ese equilibrio entre la insulina exógena (normalmente inyectada) y la glucosa que circula en sangre se hace necesaria la ingesta inmediata de hidratos de carbono de absorción rápida como el azúcar o los zumos de fruta.

La Hiperglucemia significa cantidad excesiva de glucosa en la sangre. Etimológicamente hyper- en griego significa "demasiado"; -glyc-significa "dulce"; -emia significa "de la sangre". Es el hallazgo básico en todos los tipos de Diabetes Mellitus, cuando esta, no está controlada o en su debut. En ayunas la glucosa sanguínea de un persona no debe exceder de 105 mg/dl. Mantener durante años los niveles altos de glucosa en sangre contribuye a agravar seriamente las complicaciones a largo plazo de la diabetes.

1.5.2.3 CLASIFICACIÓN

1.5.2.3.1 DIABETES MELLITUS TIPO I O INSULINO DEPENDIENTE

Es la que se diagnostica mayormente en personas jóvenes. Se precisa insulina para contrarrestar los altos niveles de glucosa, que se acumulan en la sangre después de cada comida. Ya que, el páncreas, no tiene la capacidad de producir la suficiente insulina para disminuir la cantidad de glucosa ingerida.

Los pacientes con Diabetes Tipo 1 generalmente desarrollan síntomas en un período de tiempo corto y la enfermedad con frecuencia se diagnostica en una sala de emergencias.

Signos y síntomas:

Los signos y síntomas incluyen:

• Aumento de la sed y de la micción (polidipsia y poliuria)

• Aumento del apetito (polifagia)

• Pérdida de peso

• Fatiga

• Visión borrosa

• Náuseas

• Vómitos

Causa:

En la Diabetes de Tipo 1, el sistema inmunológico (que normalmente funciona atacando y destruyendo virus y bacterias), ataca y destruye las células del páncreas (células beta) que producen insulina. Como consecuencia, la producción de insulina es mínima o nula. Por lo tanto, la glucosa en lugar de ser transportada hacia las células, se acumula en el torrente sanguíneo.

Factores de riesgo:

El riesgo de desarrollar Diabetes Tipo 1 aumenta si uno de los padres o hermanos tiene este tipo de diabetes.

1.5.2.3.2 DIABETES MELLITUS TIPO II

Aparece sobre todo en personas mayores. El páncreas, que antes funcionaba correctamente, pierde capacidad para producir insulina, o, por otro lado, los receptores del cuerpo que captan esa insulina para ser utilizada como fuente de energía, se alteran y dejan de ejercer su función. En este caso no se necesita

insulina adicional para mantener correctos los niveles de glucosa, sino que, se utilizan hipoglucemiantes por vía oral.

Signos y síntomas:

Debido a que la Diabetes Tipo 2 se desarrolla lentamente, algunas personas con niveles altos de glucemia son completamente asintomáticas.

Los signos y síntomas son:
• Aumento de la sed y de la micción
• Aumento del apetito
• Fatiga
• Visión borrosa
• Mala cicatrización de heridas o infecciones frecuentes
• Impotencia en los hombres

Causa:

En la Diabetes Tipo 2, el proceso del metabolismo de la glucosa funciona incorrectamente. En lugar de movilizar la glucosa hacia las células, ésta se acumula en la sangre. Esta situación ocurre cuando el páncreas no produce suficiente insulina o cuando las células se vuelven resistentes a la acción de la insulina.

Factores de riesgo:

• **Peso.** Tener sobrepeso u obesidad es el principal riesgo de diabetes.
• **Inactividad.**
• **Historia familiar.** El riesgo aumenta cuando uno de los padres o hermanos tiene este tipo de diabetes.
• **Raza.** Las personas de raza negra, hispanos, indios americanos y los americanos asiáticos tienen mayor riesgo de desarrollar este tipo de diabetes.

• **Edad.** A mayor edad, mayor riesgo de Diabetes Tipo 2. Sin embargo, se está observando un aumento dramático de este tipo de diabetes en los niños y adolescentes.
• **Pre-diabetes.** Si no se trata adecuadamente, esta condición puede progresar y desarrollar Diabetes Tipo 2.

1.5.2.3.3 DIABETES MELLITUS GESTACIONAL

Se produce en algunos casos de embarazo. La madre puede sufrir una alteración de la glucosa durante el período de gestación. Esta enfermedad debe mantenerse muy controlada, ya que, pueden producirse en la gestante crisis convulsivas (eclampsia).

1.5.2.4 ALIMENTOS PERMITIDOS

Son los alimentos que pueden ser consumidos por la persona diabética sin exceder la cantidad recomendada por el nutricionista.

Entre estos se encuentran las harinas: Arroz, pastas, papa, yuca (mandioca), mazorca, plátano, avena, cebada, fríjol, lenteja, garbanzo, soya, alverjas, habas, panes integrales y galletas integrales o de soja.

En las frutas son convenientes las fresas, guayabas, mandarina, papaya, patilla, melón, piña, pitaya, pera, manzana, granadilla, mango, maracuyá, moras, naranja, durazno, zapote, uvas, banano, tomate de árbol, mamey y chirimoya. En cuanto a los lácteos son convenientes la leche descremada, cuajada, y yogurt dietético. También son saludables las grasas de origen vegetal como el aceite de canola, de maíz, la soya, el aceite de girasol, ajonjolí y de oliva. Las verduras como zanahoria, zapallo, etc. **Anexo 3**

1.5.2.5 ALIMENTOS NO PERMITIDOS

Son los alimentos que no deben ser consumidos por la persona diabética. Entre estos se encuentran:

Carbohidratos simples como el azúcar, la panela, miel, melazas, chocolates, postres endulzados con azúcar, helados, bocadillos, mermeladas, dulces en general y gaseosas corrientes. También son inconvenientes las grasas de origen animal como las carnes grasas, embutidos, mantequilla, crema de leche, mayonesas, manteca, tocino, piel de pollo y quesos doble crema.

CAPÍTULO II

1 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 IMPORTANCIA

El estudio de mercado es muy importante, porque permite conocer el segmento, al cual se va a dirigir el proyecto, con las ventajas y desventajas que presenta por su configuración específica y las diferentes necesidades que no han podido ser satisfechas por la competencia.

2.2 DEFINICIÓN DE MERCADO

Conjunto de compradores y vendedores interesados en un servicio o producto específico, en donde el tamaño depende de la cantidad de compradores, puesto que este producto o servicio crea necesidad.

2.2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Ayudará a evaluar, identificar y posteriormente satisfacer las necesidades del consumidor, sin olvidar el estudio de la demanda, la oferta, los precios y el consumidor, los cuales son factores muy importantes que intervienen en la investigación de mercado.

2.2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado permitirá identificar y comparar las oportunidades del marketing, y así se podrá idear programas y presupuestos de mercadotecnia en base a un panorama de cómo cada segmento tiende a reaccionar.

2.3 OFERTA Y DEMANDA

2.3.1 DEMANDA

Cantidad de bienes, productos o servicios que la gente o un segmento de mercado desea adquirir, grupo que se lo conoce como consumidores, los cuales por cierta cantidad de dinero estarían dispuestos a cambiarlos por los productos o servicios a ofertarse.

En el presente proyecto, la demanda se concentrará en las personas que padecen diabetes, así como familiares y algunas personas que deseen alimentarse de manera sana para prevenir la enfermedad, ya que se ofrecerá un menú especialmente para dicho propósito.

2.3.2 VARIABLES A TOMAR EN CUENTA EN LA DEMANDA

Entre las variables que se tomaron en cuenta para determinar la demanda tenemos:

•Gustos y preferencias.
•Capacidad económica del consumidor.
•Hábitos y costumbres (religión, cultura, tradiciones).
•Edad, sexo.
•Tamaño del mercado (número de habitantes).

2.3.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Un paso indispensable en el estudio de mercado es determinar el tamaño de la muestra, para lo cual es necesario precisar el número de personas a la cual va a estar dirigida la investigación. Para lograr esto es obligatorio definir el universo, el cual es el grupo entero de individuos que el investigador desea analizar.

2.3.3.1 UNIVERSO

Todas las personas que viven en el Norte de la ciudad de Guayaquil sectores: Alborada y La Garzota, Centro comercial Mall del Sol, habitantes y pacientes que acuden al Centro de Control Médico: **FUNDASEN (Fundación de Asistencia Social Enlace la Alborada).**

2.3.3.2 FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE ENCUESTAS

Para calcular el tamaño de la muestra, o a cuantas personas se debe aplicar la encuesta, se tomó la siguiente fórmula para población infinita:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

Dónde:

- $Z^2 = 1.96^2$ (ya que la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1 – 0.5 = 0.5)
- d = precisión (en este caso deseamos un 5%)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} =$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025} = 384$$

2.3.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

El proyecto estará dirigido primeramente a personas que padecen la enfermedad de la diabetes, hombres y mujeres adultos, de diferentes clases sociales, gustos y preferencias alimenticias. Además será promocionado para que acuda, toda la familia del diabético, y que éste no se sienta marginado y también a personas que deseen prevenir la enfermedad.

2.4 METODOLOGÍA.

El estudio se realizará en las etapas que se describen a continuación.

2.4.1DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DE LA EMPRESA

Se lo realiza para conocer la situación de la empresa dentro del mercado, su posible competencia y la demanda del producto que se está ofertando, además de detectar claramente un nicho en el mercado para el negocio en estudio, para lo cual se seguirán los siguientes pasos:

2.4.2 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

La encuesta descriptiva es una técnica que permite tener información por escrito a una muestra de un universo, puede recopilar datos, permitir el conocimiento de las motivaciones, aptitudes, opiniones, gustos, etc. De los individuos relacionados con la investigación.

2.4.3 RECOLECCIÓN DE DATOS

Se efectuará entrevista personal aplicando las características de inclusión en los lugares citados.

2.4.4 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Los datos a obtener se tabularán mediante tablas de frecuencias de un solo sentido (%)

2.4.5.1 ENCUESTA

Para la recopilación de la información necesaria se utilizó la encuesta descriptiva como herramienta de recolección de datos cuantitativos para reflejar condiciones presentes donde consta de una serie de preguntas estandarizadas con opciones múltiples y preguntas cerradas.

Para esta investigación se realizó una muestra de 384 personas, la misma que fue realizada en varios lugares importantes del norte de la ciudad como Mall del Sol, Cdla La Garzota, Cdla. La Alborada y la Institución Fundasen- "Club de diabéticos e Hipertensos" con dirección en Cdla. La Alborada.

2.4.5.1 OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Determinar la factibilidad y aceptación que tenga la propuesta de creación de la empresa o establecimiento.

Modelo de la encuesta

PREGUNTA No. 1.- ¿Conoce los factores de riesgos que existen para contraer enfermedades de trastornos metabólicos?

SEDENTARISMO _____
ALIMENTACION INADECUADA _____
ANTEDEDENTES PATOLÓGICOS _____

PREGUNTA No. 2.- ¿Le gustaría prevenir una enfermedad de desorden alimenticio como diabetes, hipertensión, obesidad o controlar su enfermedad existente?

SI _____
NO _____
NO SABE _____

PREGUNTA No. 3.- ¿Sabe que la alimentación inadecuada es un factor de riesgo para que se produzca Diabetes?

SI _____
NO _____
NO SABE _____

PREGUNTA No. 4.- ¿Tiene conocimiento de qué alimentos son los más adecuados para controlar la diabetes?

SI _____
NO _____

PREGUNTA No 5.- ¿Tiene conocimiento de la alimentación de una persona con diabetes?

SI _____
NO _____

PREGUNTA No 6.- ¿Conoce si existe una empresa dedicada a la elaboración de dietas especiales para diabéticos, hipertensos, obesos en la ciudad de Guayaquil?

SI _____
NO _____
NO SABE _____

PREGUNTA No 7.- ¿Usted contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la elaboración de dietas para personas con diabetes?

SI _____
NO _____
NO SABE _____

PREGUNTA No 8.- En caso de haber contestado si a la pregunta anterior, ¿qué servicios de comida contrataría al día?:

DESAYUNO _____
ALMUERZO _____
CENA _____
TRES SERVICIOS _____

PREGUNTA No 9.- Tomando en consideración que su salud depende de la alimentación, ¿Cuál sería el presupuesto que usted le asignaría para obtener esta dieta balanceada especial para diabéticos?

5 a 7 dólares por servicio de comida _____
7,10 a 9 dólares por servicio de comida _____
9,10 a 11 dólares por servicio de comida _____
Más de 12 dólares servicio de comida _____

PREGUNTA No 10.- Al contratar el servicio de comida que es lo más importante para usted. Dé una valoración, de 1 a 4, siendo 4 el valor máximo

Precio _____
Ubicación geográfica _____
Variedad _____
Tipo de servicio: a domicilio o en un local _____

PREGUNTA No 11.- En qué tipo de envase le gustaría recibir la dieta:

Plástico desechable _____

Cartón desechable _____

Recipientes metálicos reusables _____

Recipientes de loza reusables _____

PREGUNTA No 12.-Le gustaría que la empresa cuente con el servicio de evaluación nutricional inicial con un profesional de nutrición

SI _____

NO _____

PREGUNTA No 13.- ¿Sería importante que la empresa brinde charlas de educación nutricional para diabéticos, hipertensos, obesos?

SI _____

NO _____

PREGUNTA No 14.- ¿Le gustaría que la empresa brinde servicio de control de medidas antropométricas (peso, talla, IMC,)?

SI _____

NO _____

NO SABE _____

PREGUNTA No 15.- ¿Que le gustaría a usted que la empresa agregue dentro del servicio que esta ofertando?

_____

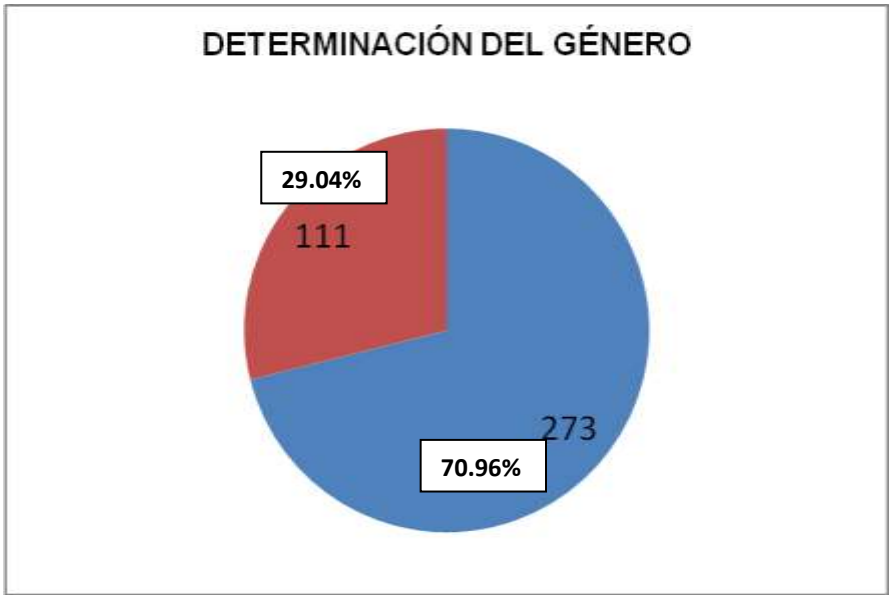
_____

_____

2.4.5.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Masculino	29, 04 %	111
Femenino	70,96 %	273



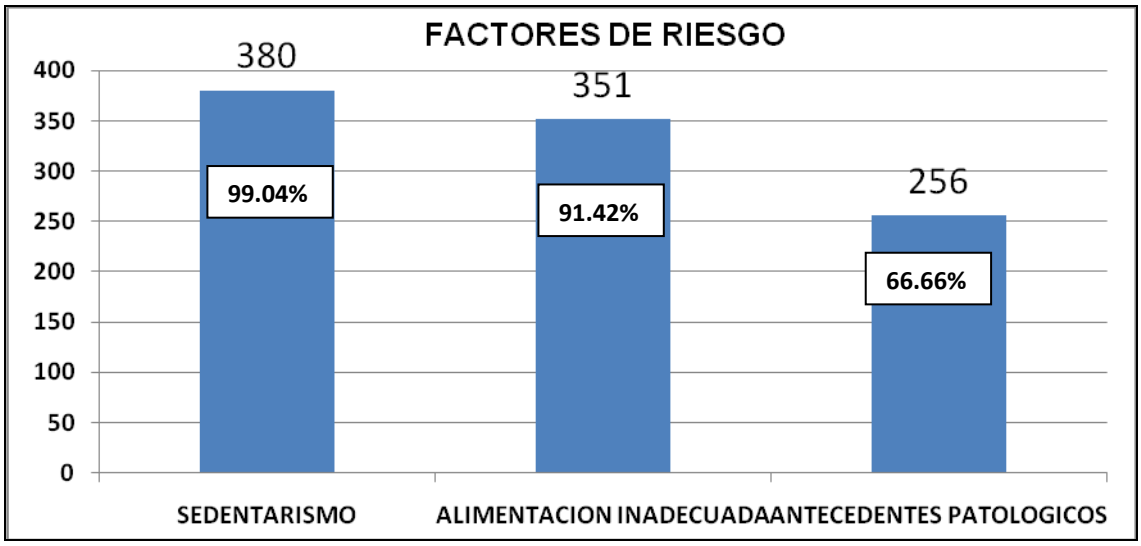
FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS.- Se destaca la importancia de incluir el género y la perspectiva de género en los estudios alimentarios, con el objeto de profundizar en el conocimiento sobre las desigualdades en alimentación entre hombres y mujeres en las diferentes etapas del proceso alimentario: decisión, provisión, preparación, distribución y consumo de alimentos, así como de las prácticas y significados que tienen los alimentos para las mujeres **(Pérez Gil-Romo, 2007).** Además el hombre desarrolla más masa muscular, mientras que la mujer es propensa a más grasa corporal. Por lo tanto, conocer la tendencia del género en donde se encuentra propagada las enfermedades crónico-degenerativas como Diabetes e Hipertensión es importante para establecer recomendaciones individuales de acuerdo a cada género.

El resultado arrojó el 29,04% lo que representa un total de 111 personas que son de género masculino y el 70,96% igual a 273 personas de género femenino.

PREGUNTA No. 1.- ¿Conoce los factores de riesgos que existen para contraer enfermedades de trastornos metabólicos?

SEDENTARISMO	380	99.04%
ALIMENTACION INADECUADA	351	91.42%
ANTECEDENTES PATOLÓGICOS	256	66.66%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS: Un factor de riesgo es cualquier característica o circunstancia detectable de una persona o grupo de personas que se sabe asociada con un aumento en la probabilidad de padecer, desarrollar o estar especialmente expuesto a un proceso mórbido. Son muchos los factores de riesgo que inciden en las manifestaciones clínicas de las enfermedades crónico-degenerativas como la Diabetes e Hipertensión.

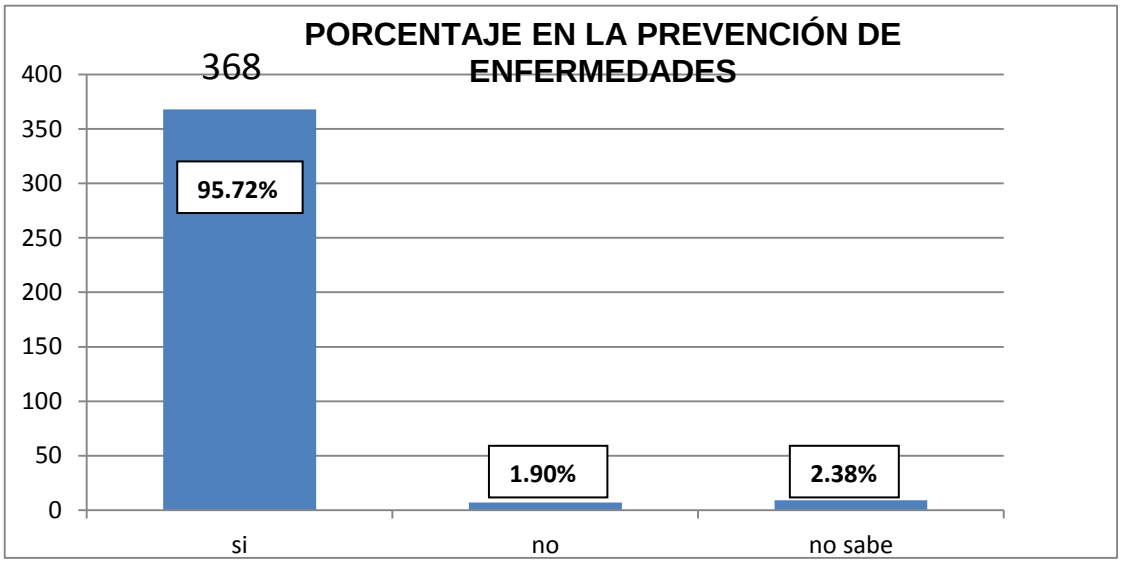
Los factores pueden dividirse en genéticos y ambientales; en los genéticos la herencia juega un papel importante porque existe la predisposición, lo cual la

convierte en un factor causal para que se desarrollen las enfermedades crónico degenerativas como la Diabetes e Hipertensión y entre los ambientales se tiene la alimentación, el sedentarismo y el estrés entre otros, que actúan como agentes causales para desarrollar dichos trastornos metabólicos.

La encuesta arroja este resultado en los factores ambientales: Sedentarismo el 99,04% es decir, 380 personas lo consideran como el principal causante de las enfermedades de trastornos metabólicos, junto con la Alimentación inadecuada que tiene un porcentaje del 91,42%,,es decir, 351 personas, finalmente, el 66,66% conoce que estas enfermedades se producen por antecedentes patológicos o antecedentes familiares, es decir, por los factores genéticos.

PREGUNTA No. 2.- ¿Le gustaría prevenir una enfermedad de desorden alimenticio como diabetes, hipertensión, obesidad o controlar su enfermedad existente?

SI	368	95.72%
NO	7	1.90%
NO SABE	9	2.38%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

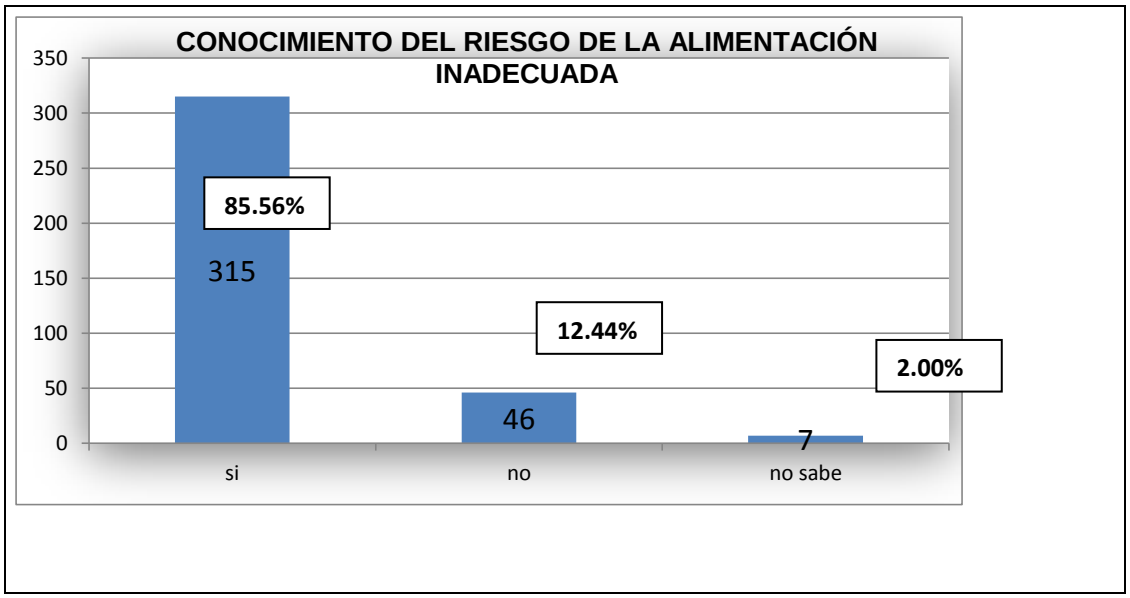
ANÁLISIS: Medidas de prevención son disposiciones que se toman de manera anticipada para evitar un riesgo o peligro. Entre las medidas de prevención

para las enfermedades de desorden alimenticio figuran: dejar a un lado el sedentarismo, ejercitarse y tener una alimentación adecuada, ya que es una necesidad y obligación de cada individuo dentro de cualquier sociedad, por lo que es muy importante para mantener una población sana que impulse el desarrollo de su país o región, por esta razón se consultó sobre esta premisa.

El resultado de este análisis muestra que el 95.72% tiene el deseo de prevenir las enfermedades causadas por desordenes alimenticios, es decir que, de la muestra total 368 personas están de acuerdo en efectuar lo necesario para su prevención, tan solo el 1.90% responde de forma negativa y finalmente el 2,38% no sabe o no quiso responder la pregunta.

PREGUNTA No. 3.- ¿Sabe que la alimentación inadecuada es un factor de riesgo para que se produzca Diabetes?

SI	315	85.56%
NO	46	12.44%
NO SABE	7	2.00%



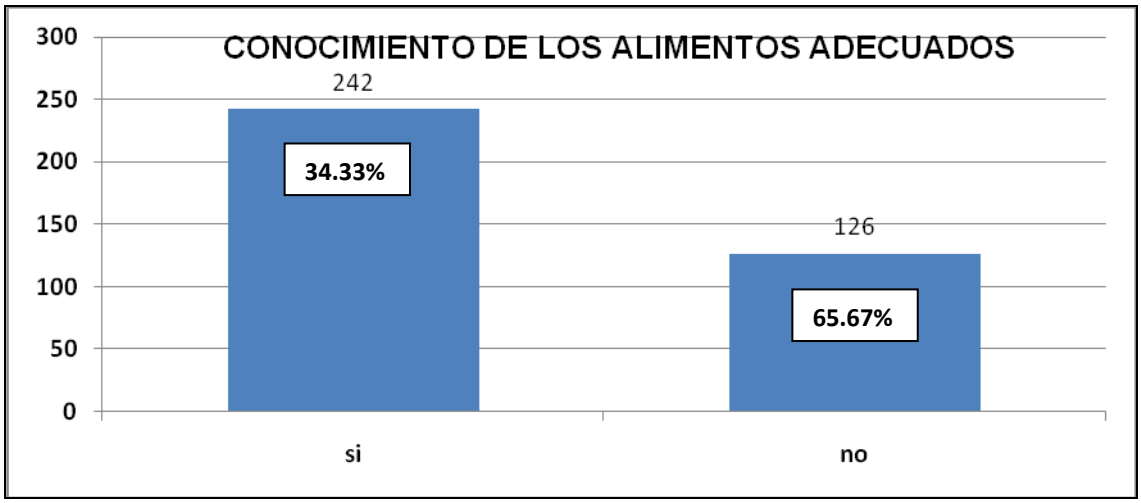
FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS: Muchos estudios como el "Estudio para la prevención de la diabetes tipo I" de Laboratorios **Boehringer Ingelheim,** que se realizó en Filadelfia USA en Junio de 2012**,** indican que la alimentación inadecuada es uno de los factores más incidentes en la aparición y prevalencia de enfermedades crónico-degenerativas como diabetes, hipertensión, arteriosclerosis y obesidad, por lo que es muy importante tener en cuenta esto al momento de consumir comida chatarra.

El resultado del 83,56% tiene el conocimiento del riesgo, el 12,44% responde que no lo considera como riesgo ya que por su ritmo de vida o sus actividades lo desechan y el 2,00% no sabe o no contesta. En conclusión, se podrá decir que las personas conocen que sí mantienen una alimentación rica en grasas saturadas podrían llegar a tener diabetes.

PREGUNTA No. 4.- ¿Tiene conocimiento de qué alimentos son los más adecuados para controlar la diabetes?

SI	242	65.67%
NO	126	34.33%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

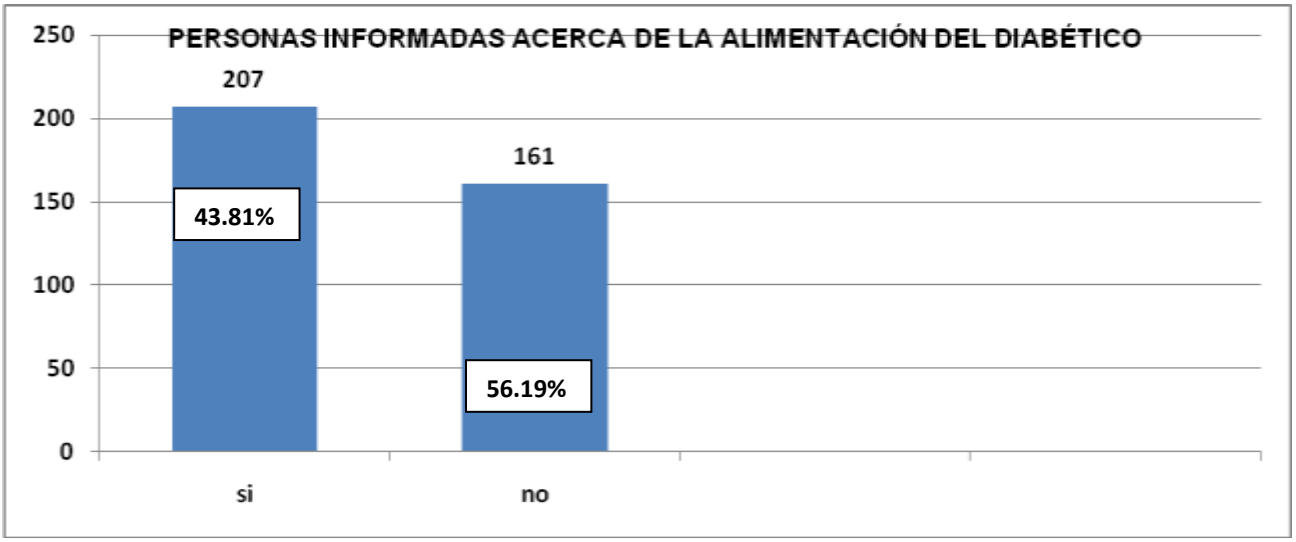
ANÁLISIS: La educación alimentaria es una medida fácil, sencilla y económica lo que la convierte en una de las herramientas más importantes para ayudar cada día a prevenir las enfermedades crónico-degenerativas. Esta económica y aplicable herramienta direccionada de la mejor manera enriquecerá a la comunidad en cuanto a lo que deben consumir libre y limitadamente. Además, teniendo en cuenta que hoy la gente se preocupa por consumir alimentos funcionales, la educación alimentaria es una base primordial para lograr la prevención de las enfermedades antes mencionadas.

Un alimento se considera funcional cuando, además de destacar en sus propiedades nutritivas, contiene algunos elementos que al consumirlos diariamente en una dieta equilibrada contribuye a mantener o mejorar nuestro estado de salud y bienestar.

El resultado obtenido muestra que el 65,67% conoce y sabe qué son y cuáles son los alimentos que ayudan en el control de la enfermedad, mientras que tan solo el 34.33% no tiene idea de cuáles son los alimentos reguladores y controladores beneficiosos.

PREGUNTA No 5.- ¿Tiene conocimiento de la alimentación de una persona con diabetes?

SI	207	56.19%
NO	161	43.81%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

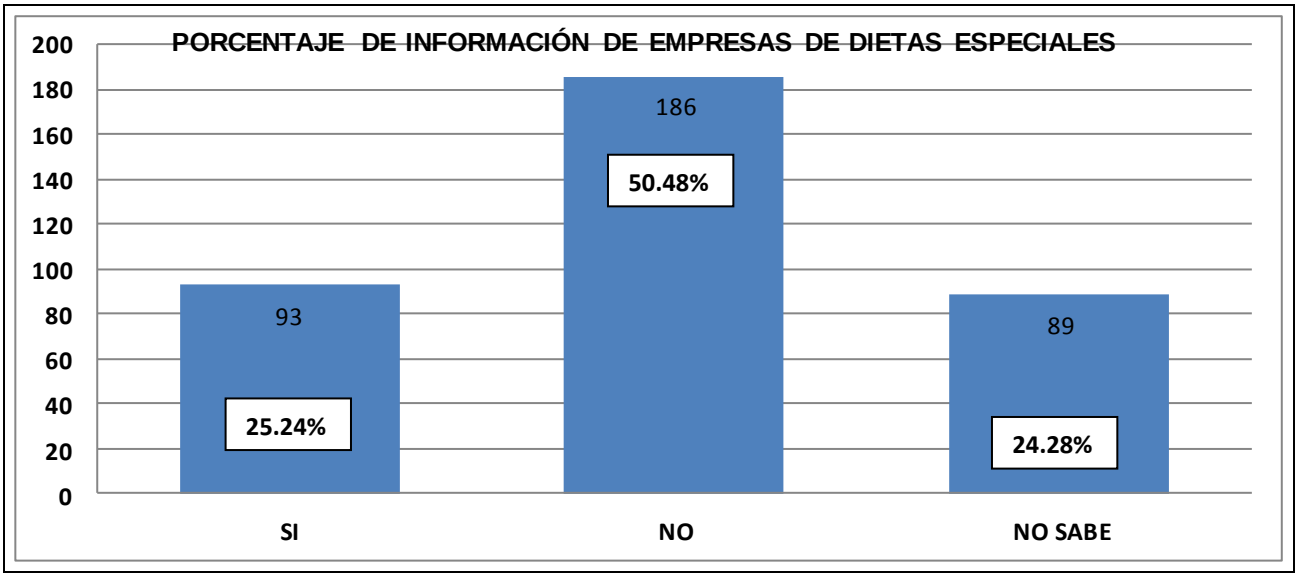
ANÁLISIS: Hoy gracias a los medios de comunicación es fácil acceder a la información acerca de la alimentación adecuada que debe tener una persona que padezca diabetes para que pueda conllevar su enfermedad, sin embargo, esa información debe tener base científica. Es muy importante que aun las personas que no son diabéticas también posean este conocimiento para prevenir la enfermedad y poder también ayudar a sus familiares que la padecen.

El resultado, fue el siguiente: 207 encuestados, es decir, 56.19% sí conoce sobre la alimentación que debe tener una persona diabética, mientras que el 43,81% que son 161 personas no sabe o lo desconoce totalmente. Teniendo en cuenta que la mayoría de personas tiene conocimientos referentes a la alimentación de una

persona con diabetes, se infiere que estarían prestos a recibir un servicio que les proporcione una comida variada, nutritiva y a la vez apetitosa.

PREGUNTA No 6.- ¿Conoce si existe una empresa dedicada a la elaboración de dietas especiales para diabéticos, hipertensos, obesos en la ciudad de Guayaquil?

SI	93	25.24%
NO	186	50.48%
NO SABE	89	24.28%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

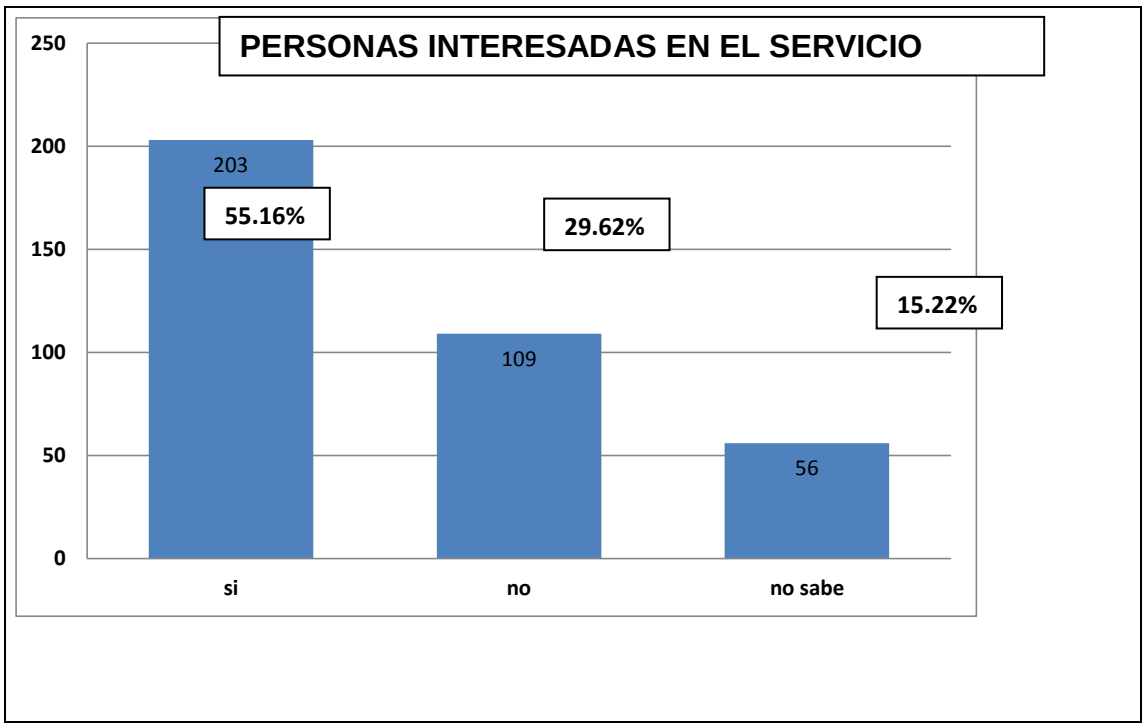
ANÁLISIS: En la ciudad existen muchos lugares que ofrecen servicios de comidas rápidas, almuerzos ejecutivos, entre otros; además de ciertos sitios que ofrecen comida light o vegetariana, sin embargo no hay establecimientos que se dediquen a la elaboración de dietas especiales para diabéticos, por lo que, es muy importante atender a este sector creciente de la sociedad que requiere satisfacer de manera oportuna y eficaz su necesidad.

Se puede observar en los resultados, que el 50,48% contesta que no existe una empresa dedicada a brindar el servicio de dietas especiales para enfermos, unidos al 24,28% que desconoce la existencia o no de este servicio, lo cual da

como una conclusión inicial que la puesta en marcha de este proyecto tendría un buen grado de pre-factibilidad.

PREGUNTA No 7.- ¿Usted contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la elaboración de dietas para personas con diabetes?

SI	203	55.16%
NO	109	29.62%
NO SABE	56	15.22%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

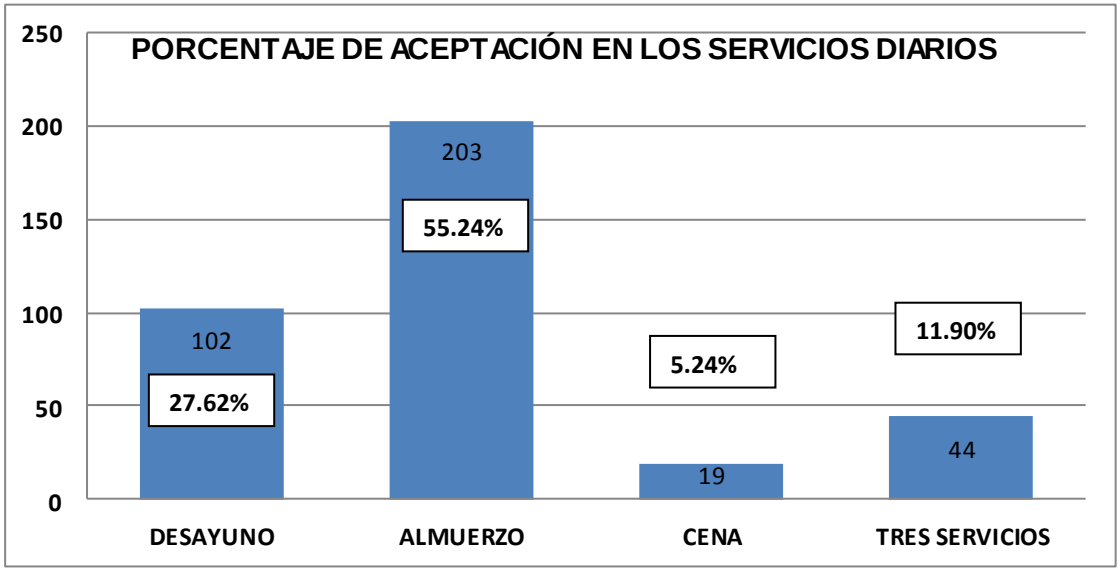
ANÁLISIS: Actualmente en el Ecuador la diabetes constituye la segunda causa de muerte y es una enfermedad que aunque no tiene cura puede ser controlada, por lo que es muy importante que hoy en día exista una empresa que se dedique exclusivamente a la elaboración de este tipo de alimentación en conjunto con otras acciones determinar un mejor curso de la enfermedad, como por ejemplo, educación diabetológica, valoración del estado nutricional, etc. Además debe de

contar con un personal integrado por un nutricionista y un gastrónomo entre otros profesionales para que en conjunto lleven a cabo un plan alimentario adecuado.

Los resultados en este análisis son: que un 55,16% de los encuestados estaría dispuesto a contratar un servicio de alimentación especial dedicado a personas con diabetes, el 29,62% no estaría dispuesto ya que no son diabéticos y prefieren preparar su comida, finalmente el 15,22% no sabe si lo contrataría. Lo cual indica que la propuesta tendría una buena acogida porque la gran mayoría está dispuesta a contratar el servicio.

PREGUNTA No 8.- En caso de haber contestado si a la pregunta anterior, ¿qué servicios de comida contrataría al día?:

DESAYUNO	102	27.62%
ALMUERZO	203	55.24%
CENA	19	5.24%
TRES SERVICIOS	44	11.90%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

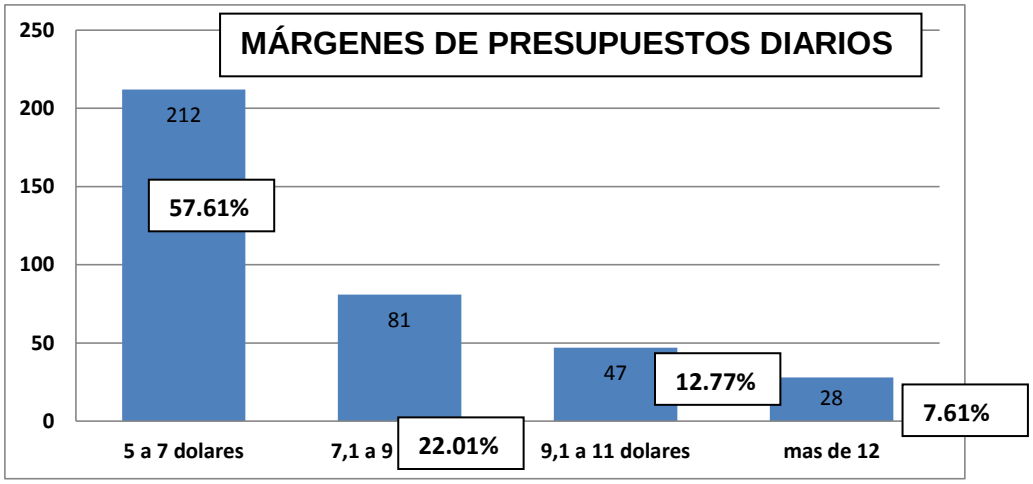
ANÁLISIS: Es importante que el diabético coma fraccionado y que lleve un horario para evitar hiperglucemia/hipoglicemia que es la elevación/baja de glucosa

en la sangre, es por ello, que se ofrece las comidas principales durante el día sin desmerecer significativamente a las colaciones.

En esta investigación se observa que para el servicio de almuerzo el 55,24% estaría dispuesto a contratarlo, el 27,62% prefiere que el desayuno se lo elaboren y comprarlo, el 5,24% que es el resultado más bajo, escogió la cena como servicio a contratar y finalmente el 11.90% estaría dispuesto a contratar los tres servicios al día. Nos damos cuenta que la gente le da más énfasis al almuerzo, tal vez porque es la comida más difícil de cumplir. Esta información será importante para tener presente en la elaboración de los horarios de producción y entrega de alimentos, al mismo tiempo que esto define la cantidad del personal necesario para producción y administrativo, etc.

PREGUNTA No 9.- Tomando en consideración que su salud depende de la alimentación, ¿Cuál sería el presupuesto que usted le asignaría para obtener esta dieta balanceada especial para diabéticos?

5 a 7 dólares por servicio de comida	212	57.61%
8 a10 dólares por servicio de comida	81	22.01%
10 a 11 dólares por servicio de comida	47	12.77%
Más de 12 dólares servicio de comida	28	7.61%



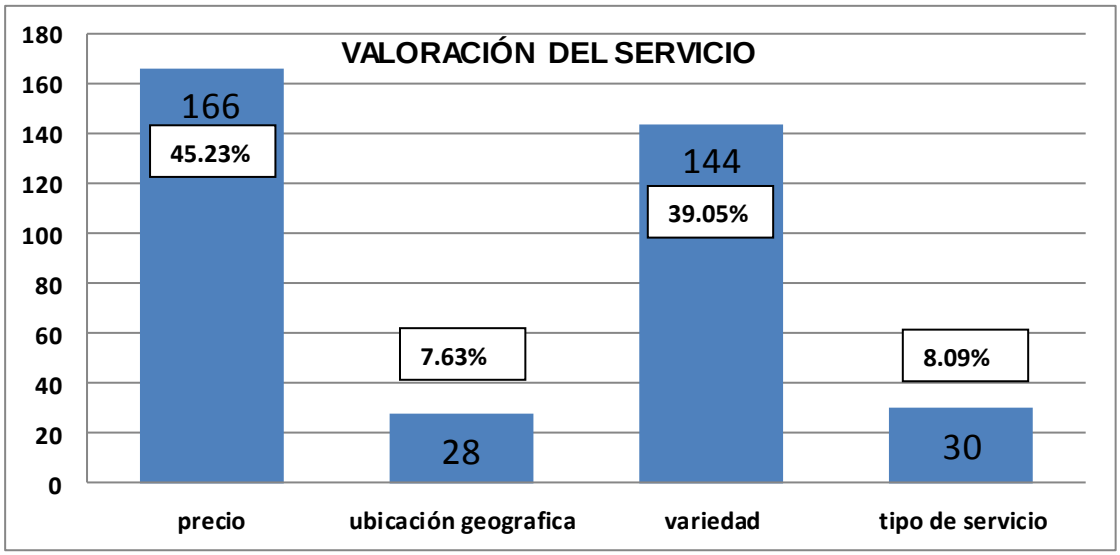
FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS: Tomando en cuenta que la diabetes es una enfermedad que no distingue raza, clase social, ni edad, es importante establecer un rango de precios para dar un servicio exclusivo donde la gente pueda escoger de acuerdo a sus necesidades y capacidad de pago.

Los resultados obtenidos en esta investigación son: que el 57,61% estarían dispuestos a pagar entre 5 y 7 dólares, el 22,01% entre 7,10 y 9 dólares, en el rango de 9,10 a 11 respondieron 12,77%, finalmente solo el 7,61% pagarían más de 12 dólares por el servicio de alimentación por cada comida. Considerando estos resultados se concluye que el valor más opcional a cobrar será 7 dólares por el servicio que a ofrecer.

PREGUNTA No 10.- Al contratar el servicio de comida que es lo más importante para usted. Dé una valoración, de 1 a 4, siendo 4 el valor máximo

Precio	166	45.23%
Ubicación geográfica	28	7.63%
Variedad	144	39.05%
Tipo de servicio: a domicilio o en un local	30	8.09%



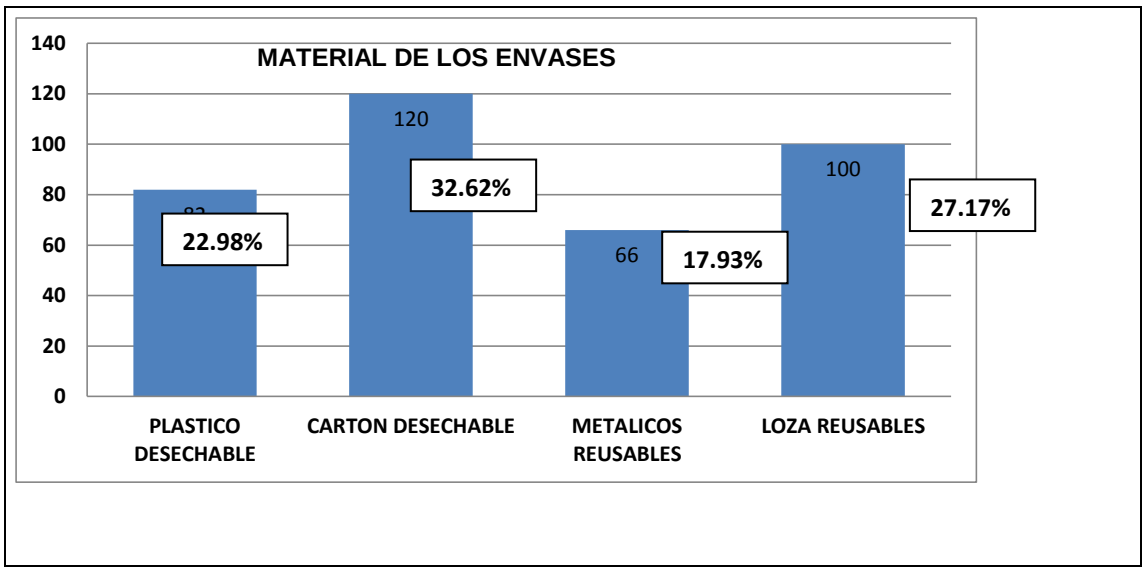
FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS: Son muchos los factores que están inmersos como las características organolépticas, la calidad del servicio y el precio entre otros, al contratar un servicio gastronómico que haga la diferencia y marque impacto en el mercado por lo que las alternativas propuestas en la encuesta, fueron principalmente enfocadas para obtener información que sirva para definir a primera instancia el factor predominante.

En este caso, el precio fue representado con el 45.23% del total de encuestados, lo que impone la necesidad de considerar de manera inicial y a futuro una correcta política de precios, para que las ventas sean estables. El siguiente factor determinante es la variedad, con el 39,05% si bien es cierto cuando se habla de enfermedades, se lo relaciona con comida de hospital, el éxito del proyecto será justamente establecer una variedad importante que esté planificada nutricionalmente para ofrecer alternativas diversas para que los futuros clientes no se cansen con menús repetitivos. La ubicación geográfica con el 7.63% y el tipo de servicio no representan factores de importancia para los encuestados, por esta razón su consideración en el proyecto se hará en relación a estos indicadores.

PREGUNTA No 11.- En qué tipo de envase le gustaría recibir la dieta:

Plástico desechable	82	22.28%
Cartón desechable	120	32.62%
Recipientes metálicos reusables	66	17.93%
Recipientes de loza reusables	100	27.17%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P

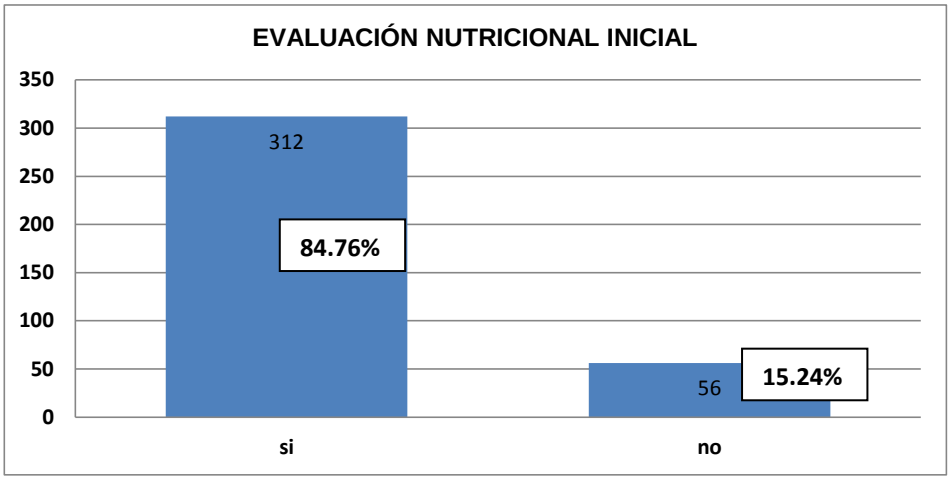
ANÁLISIS: Los productos desechables para el servicio alimenticio fueron desarrollados inicialmente para mejorar la salud pública incrementando las prácticas sanitarias en la industria del servicio alimenticio. Estos productos minimizan la exposición a bacterias y otros patógenos que se transmiten por los alimentos. Un estudio concluyó tempranamente en el debate sobre los desechos sólidos que estos datos no prueban que el uso de contenedores desechables previene enfermedades transmitidas por los alimentos, pero el hecho que los contenedores o vajilla reutilizables tengan estadísticamente un alto nivel de contaminación microbiana mayor que los productos desechables, favorece a la presunción que la vajilla de un sólo uso ofrece una medida de protección la cual se perdería si las consideraciones para desechos sólidos las excluyeran de ser utilizadas.

En los resultados obtenidos se evidencia que los encuestados tienen dividida la tendencia para usar desechables versus reutilizables con un pequeño margen, así

se puede observar que entre plástico desechable y cartón desechable suman el 54,90% se entiende por la comodidad de no tener que lavar vajilla luego de ser utilizada, además de los costos de agua, jabón y desinfectantes, la otra tendencia uso de vajillas reutilizables ocupa el 45.10% que para la propuesta de la empresa va a representar un costo de inversión inicial un poco elevado que se va a ir amortizando con el tiempo, pero a esto es necesario sumar los costos de mantenimiento del material, su depreciación y reposición. Tomando en cuenta estos factores se utilizará productos desechables para el servicio.

PREGUNTA No 12.-Le gustaría que la empresa cuente con el servicio de evaluación nutricional inicial con un profesional de nutrición

SI	312	84.76%
NO	56	15.24%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

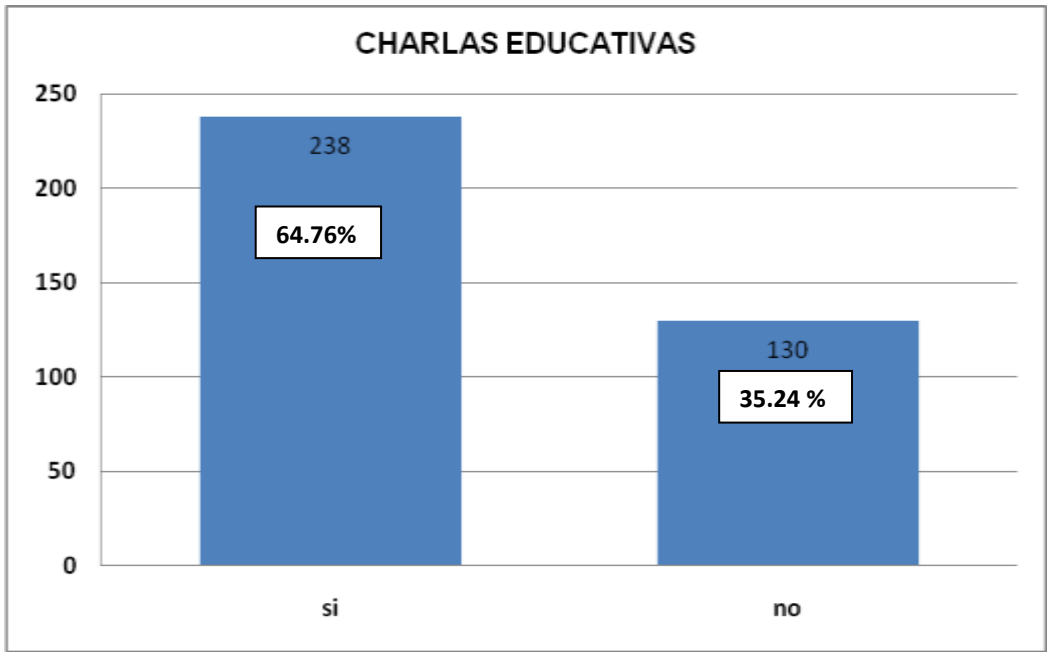
ANÁLISIS: La valoración nutricional permite determinar el estado de nutrición de un individuo, valorar sus necesidades o requerimientos nutricionales y pronosticar los posibles riesgos de salud que pueda presentar en relación con su estado nutricional. Por lo que una evaluación nutricional inicial es fundamental efectuarla para planificar de manera específica el régimen alimenticio para una persona con

enfermedad producida por trastornos metabólicos, es importante conocer detalladamente la evolución de la enfermedad, y la etapa en la que se encuentra para la adaptación clara de los alimentos reguladores que puedan controlar y ayudar a aliviar los síntomas además de la elaboración equilibrada de la dieta, por esta razón esta pregunta se la efectuó para conocer el criterio de los encuestados.

De este estudio se ha obtenido la siguiente información: el 84,76% respondió que es fundamental que la empresa le efectúe la evaluación inicial, mientras que tan solo el 15.24% determinó que no era indispensable, en conclusión se observa que será necesario incorporar en el personal de la empresa expertos nutricionistas responsables de la evaluación nutricional inicial de nuestro mercado potencial.

PREGUNTA No 13.- ¿Sería importante que la empresa brinde charlas de educación nutricional para diabéticos, hipertensos, obesos?

SI	238	64.76%
NO	130	35.24%



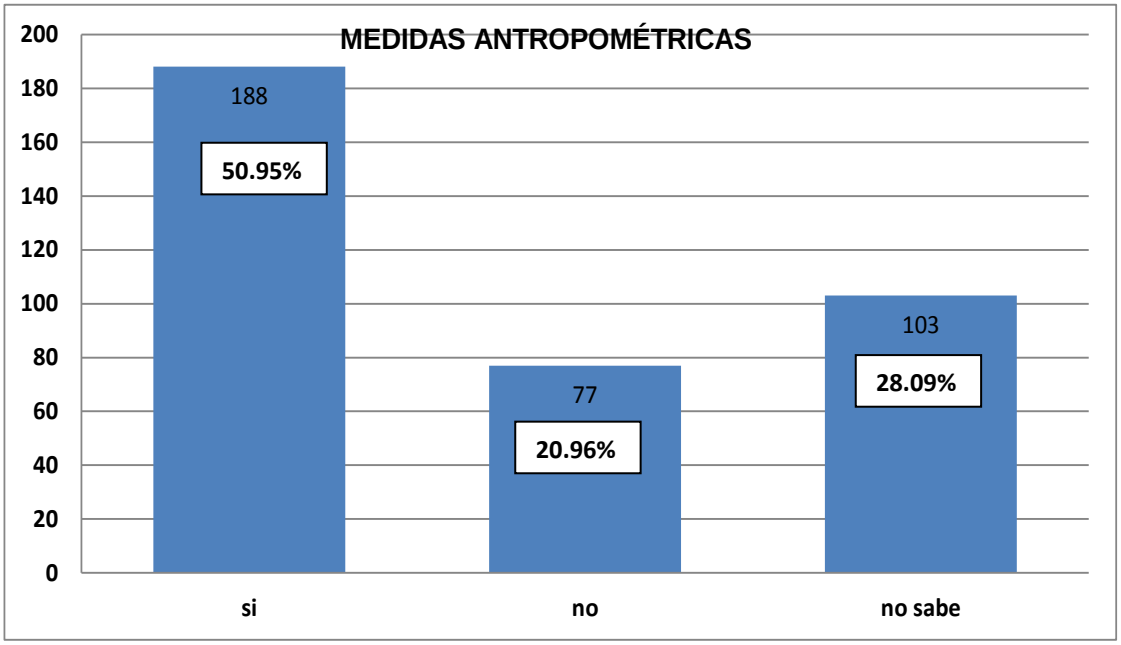
FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS: La educación es un factor fundamental en la prevención de enfermedades ya que con ella se concientiza a las personas tanto adultas como jóvenes porque se va creando una cultura alimenticia, por esta razón esta pregunta se la realizó para reafirmar la pregunta No. 2. Muchas personas por desconocimiento llevan una vida sedentaria, con dietas desequilibradas, etc. factores fundamentales para el desarrollo de enfermedades, lo que da la seguridad de que el conocimiento ayudará positivamente en el proceso de prevención.

Al realizar la recopilación de resultados se puede observar que el 64.76% le gustaría que la empresa brinde charlas dictadas por profesionales calificados que concienticen y den a conocer más a fondo las enfermedades ocasionadas por desordenes metabólicos, lo que en cierta forma obliga a considerarlo en la propuesta a desarrollar, solo el 35,24% determinó que no le importaría si la empresa da o no las charlas, lo que establece que la propuesta tendrá acogida lo que indica que de una u otra manera se ayudará a fomentar una buena cultura alimenticia.

PREGUNTA No 14.- ¿Le gustaría que la empresa brinde servicio de control de medidas antropométricas (peso, talla, IMC,)?

SI	188	50.95%
NO	77	20.96%
NO SABE	103	28.09%



FUENTE: Chalen, M.; Carrión, P.

ANÁLISIS: Las medidas antropométricas se refieren a las mediciones que se realizan en diferentes partes del organismo. Incluyen las destinadas a determinar de forma indirecta la cantidad de grasa total, que están encaminadas a clasificar los individuos según su peso (índice de masa corporal y medición de pliegues entre otros), así como las medidas que conducen a la determinación del reparto de grasa en los diferentes compartimentos del organismo (como el pliegue tricipital, circunferencia del brazo, muñeca, cintura y cadera).Con los resultados obtenidos estas medidas se puede evaluar el estado nutricional, identificar y, por tanto, prevenir el exceso de peso debido a la grasa. Lo cual es muy importante porque con un control de medidas se ayudará al paciente a ver los resultados paulatinos de la enfermedad que padece.

Considerando esta información se puso a consulta de la muestra el deseo de que la empresa cuente con este servicio obteniendo los siguientes resultados: el 50,95% expresó claramente que si necesitaría que dentro del servicio ofertado se encuentre la determinación y estudio de las medidas antropométricas, mientras que

el 20,96% no lo encuentran necesario y finalmente el 28,09% no sabe que son ni para qué sirven, proporcionando así la pauta de que el proyecto es ejecutable.

PREGUNTA No 15.-Que le gustaría a usted que la empresa agregue dentro del servicio que esta ofertando

Esta pregunta se la formuló con el objetivo de encontrar algún tipo de servicio que se necesite como complemento al de alimentación, realmente muy pocos encuestados la contestaron, lo que se puede hacer referencia es que se desea actividades de carácter recreacional, por ejemplo se nombra la bailo terapia, yoga, ciclismo, además se mencionó capacitación ocupacional, manualidades, clases de cocina y preparación de alimentos etc.

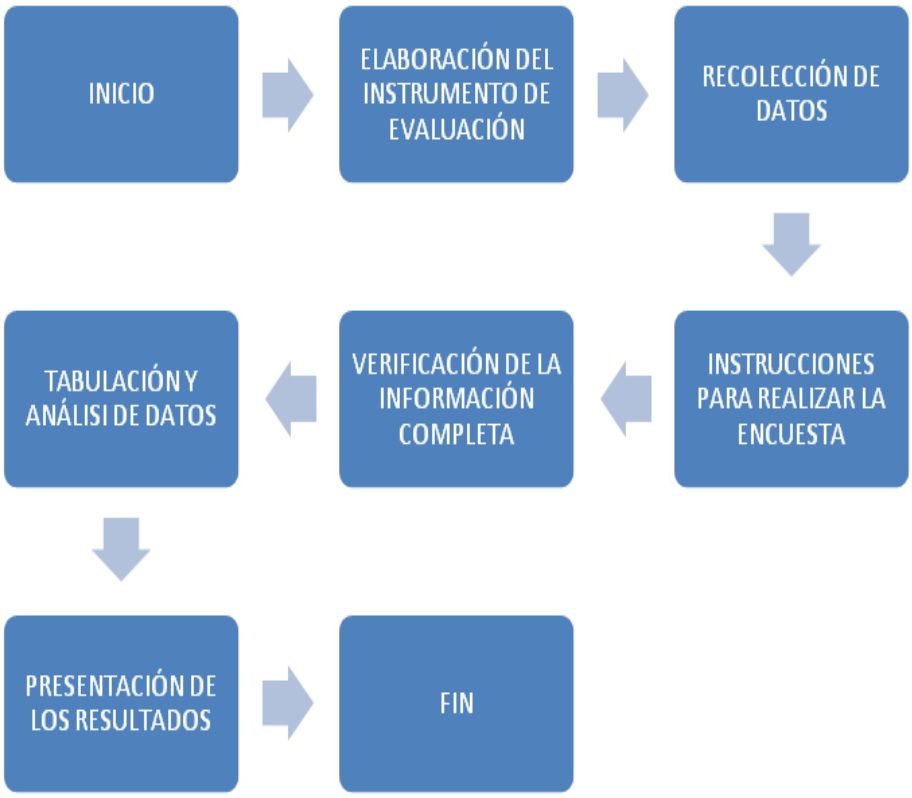
En conclusión lo que se puede incorporar a la propuesta sería charlas y clases magistrales de cocina, que se vincula directamente con la investigación y propuesta al menos de manera inicial, sin dejar de proyectarlo a un futuro ya cuando la empresa esté en funcionamiento.

2.4.6 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE LA EMPRESA

Se realizará la propuesta del programa de dietas para la población diabética en estudio, utilizando alimentos nutritivos, económicos, agradable a las personas y de fácil accesibilidad.

El programa de dietas propone un menú (almuerzo) diferente para los 5 días de la semana, para cada uno de estos menús se efectuará la valoración nutricional.

2.4.7 FLUJO DE ENCUESTAS



2.5 OFERTA

Bienes o servicios que ciertas personas ponen a disposición del consumidor para cubrir las necesidades de la demanda.

2.5.1 VARIABLES A TOMAR EN CUENTA DE LA OFERTA

Las principales variables a tomar en cuenta en el estudio de la oferta serán:

* Costo de Producción: - Materia Prima

- Mano de Obra Directa

- Costos Indirectos de fabricación

- Tecnología

* Regulaciones Gubernamentales

* Situaciones o circunstancias: - Política

- Social

- Ecológicas

* Estabilidad Económica

* Costo de competencia

* Ubicación del negocio

2.5.2 OFERTA ACTUAL

Actualmente no existe un establecimiento que ofrezca alimentos para personas diabéticas, por lo tanto anteriormente tampoco lo hubo; y es por esto que se va a tomar como oferta a los restaurantes que brindan comida vegetariana o light.

2.6 COMPETENCIA

Persona o conjunto de personas que ofertan, productos o servicios iguales o parecidos a los que ofrece el establecimiento.

2.6.1 COMPETENCIA DIRECTA

En la actualidad, no existe competencia directa para el producto a ofrecerse, por lo que se tomó como competencia directa a los establecimientos que ofrecen comida vegetariana o light.

2.6.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Como se explicó anteriormente, en la zona no existe un lugar que provea el servicio que es el objeto de este estudio, por lo tanto se ha tomado para este análisis los locales más cercano que expende comida dietética a domicilio.

RESTAURANTES	ALMUERZOS PROMEDIO DIARIO	HORARIO
Nutrifood	55	De lunes a viernes
Mozaiko	60	De lunes a viernes

2.6.3 COMPARACIÓN ENTRE OFERTA Y DEMANDA

DEMANDA	203
OFERTA	115

2.7 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Para conocer la cantidad de los clientes potenciales, se aplicó la ecuación: Demanda menos Oferta

Demanda – Oferta

203 – 115

88 clientes potenciales

Luego de realizar el balance entre la oferta y la demanda, el resultado obtenido es de 88 clientes potenciales.

2.8 CONCLUSIÓN

Con los resultados obtenidos en este estudio, se observa que existe un gran número de diabéticos en la Ciudad de Guayaquil y aunque pocos encuestados no padecían de esta enfermedad, la mayoría de ellos si tenían familiares diabéticos. También se toma en consideración que hoy gran parte de las personas diagnosticadas con diabetes son jóvenes económicamente activos y que por el estilo de vida que llevan se ven en la necesidad de comer fuera de sus hogares y a deshoras lo que complica su salud.

Además, se conoce que la diabetes es una enfermedad silenciosa que aunque no tiene cura puede ser controlada con un tratamiento adecuado y un régimen dietético apropiado para la situación y que la mayor parte de los encuestados expresaron su necesidad y deseo de contar con un lugar que les proporcione lo necesario para satisfacer su demanda de una alimentación equilibrada que les permita mejorar su calidad de vida.

El emprendimiento de la idea intervendrá ayudando a que personas que la padecen o aquellas que la quieran prevenir para que puedan encontrar una alternativa saludable y así poder seguir una dieta equilibrada aún estando fuera del hogar, con un menú variado y apetitoso que deleite al mismo tiempo su paladar, además el precio reflejará la calidad de los productos y servicios que se ofrece concordando al mismo tiempo con el poder adquisitivo de nuestro target.

Con todo lo expuesto se llegó a la conclusión de que el objetivo de diseñar un plan estratégico para tomar ventaja de las oportunidades que representa atender

este segmento de la población en crecimiento y poder llenar sus expectativas creando una cultura de buena alimentación, sí es realizable.

Se concluye que adicional a obtener altos índices de rentabilidad, la satisfacción de aportar a nuestra sociedad Guayaquileña el compromiso será ofrecer un servicio que permita mejorar la calidad su vida, representa una doble ganancia monetaria y moral.

CAPÍTULO III

3 PLAN DE MERCADEO

3.1 ANÁLISIS FODA

El análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) concentra los resultados del análisis de la firma (interno) y del entorno (externo). Un análisis FODA permite observar fortalezas y debilidades en el contexto de las oportunidades y amenazas.

En el análisis FODA está implícita la meta de alcanzar la óptima combinación entre los recursos de la empresa con el entorno, a fin de lograr una ventaja competitiva sostenible mediante las siguientes acciones:

• Construir sobre las fortalezas de la empresa
• Reducir las debilidades o adoptar una estrategia que evite las debilidades
• Explotar las oportunidades, en especial utilizando las fortalezas
• Reducir la exposición a las amenazas o contrarrestarlas

3.1.1 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

3.1.1.1 FORTALEZAS

- Ser pioneros en el negocio en esta ciudad.
- Contar con un personal altamente capacitado.
- Dar una atención al cliente de la mejor calidad gastronómica.
- El costo de la materia prima para la elaboración de los menús es relativamente bajo.
- Productos de buena calidad y saludables
- Los menús serán variados
- Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso.

3.1.1.2 DEBILIDADES

- Ser un establecimiento nuevo
- Bajos recursos económicos
- Local pequeño
- No se posee variedad de proveedores
- Falta de convenios con empresas de prestigio
- Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio
- Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación y falta de lealtad de clientes.

3.1.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

3.1.2.1 OPORTUNIDADES

- Al ser los pioneros se podrá captar gran parte del mercado en crecimiento
- Crear posicionamiento en el mercado mediante estrategias publicitarias
- La apertura de sucursales en diferentes zonas de la ciudad
- Aumentar la oferta de servicios
- Buscar proveedores a menor precio
- Fuerte campaña publicitaria "Primero Ecuador "
- Hay mercado para competir

3.1.2.2 AMENAZAS

- Nuevos competidores entrantes
- Una pérdida del poder adquisitivo de los clientes
- Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación
- Crisis económica del país
- Subida del precio de los proveedores
- Exagerado cobro de impuestos
- Subida inesperada de la inflación

3.1.3 MATRIZ DE IMPACTO INTERNA

CAPACIDADES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA
FORTALEZAS									
Ser pioneros en el negocio en esta ciudad.	X						5F		
Contar con un personal altamente capacitado.	X						5F		
Dar una atención al cliente de la mejor calidad.	X						5F		
El costo de la materia prima para la elaboración de los menús es relativamente bajo.	X							3F	
Productos de buena calidad y saludables		X						3F	
Los menús serán variados		X						3F	
Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso.		X						3D	
DEBILIDADES									
Es un establecimientos nuevo							5D		

Bajos recursos económicos					X				1D
Local pequeño							5D		
No se posee variedad de proveedores				X			5D		
Falta de convenios con empresas de prestigios						X			1D
Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio				X			5D		
Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación y falta de lealtad de clientes.				X X	X				

3.1.4 MATRIZ DE IMPACTO EXTERNO

CAPACIDADES	OPORTUNIDADES			**AMENAZAS**			**IMPACTO**		
	ALTA	MEDIA	BAJA	**ALTA**	**MEDIA**	**BAJA**	**ALTA**	**MEDIA**	**BAJA**
OPORTUNIDADES									
Al ser los pioneros se podrá captar gran parte del mercado en crecimiento	X						5O		
Crear posicionamiento en el mercado mediante estrategias publicitarias	X						5O		
La apertura de sucursales en diferentes zonas de la ciudad	X						5O		
Aumentar la oferta de servicios	X						5O		
Buscar proveedores a menor precio	X						5O		
Fuerte campaña publicitaria "Primero Ecuador "		X						3O	
Hay mercado para competir	X						5O		
AMENAZAS									
Nuevos competidores entrantes				X			5A		
Una pérdida del poder adquisitivo de los clientes				X			5A		
Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación				X			5A		
Crisis económica del país						X			1A
Subida del precio de los proveedores					X				
Exagerado cobro de impuestos						X		3A	
Subida inesperada de la inflación						X			1A
									1A

3.1.5 MATRIZ DE APROVECHABILIDAD

OPORTUNIDADES / **FORTALEZA**		Al ser los pioneros se podrá captar gran parte del mercado en crecimiento	Crear posicionamiento en el mercado mediante estrategias publicitarias	La apertura de sucursales en diferentes zonas de la ciudad	Aumentar la oferta de servicios	Buscar proveedores a menor precio	Fuerte campaña publicitaria "Primero Ecuador"	Hay mercado para competir	**TOTAL**
	C	5	5	5	5	5	3	5	
Ser pioneros en el negocio en esta ciudad.	5	5	5	5	3	3	3	5	29

Contar con un personal altamente capacitado.	5	5	5	5	3	3	5	5	31
Dar una atención al cliente de la mejor calidad.	5	5	5	5	3	3	5	5	31
El costos de la materia prima para la elaboración de los menús es relativamente bajo.	5	3	3	3	5	5	3	5	27
Productos de buena calidad y saludables	3	3	5	3	5	3	5	3	27
Los menús serán variados	3	3	5	3	5	5	5	5	31
Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso.	3	3	5	5	5	3	3	5	29
TOTAL		27	33	29	29	25	29	33	

3.1.6 MATRIZ DE VULNERABILIDAD

AMENAZAS / **DEBILIDADES**		Nuevos competidores entrantes	Una pérdida del poder adquisitivo de los clientes	Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación	Crisis económica del país	Subida del precio de los proveedores	Exagerado cobro de impuestos	Subida inesperada de la inflación	**TOTAL**
	C	5	5	1	**3**	1	1	1	
Es un establecimiento nuevo	3	5	1	3	3	1	3	3	22

Bajos recursos económicos	5	3	1	1	5	3	1	3	18
Local pequeño	1	1	3	3	3	3	1	3	20
No se posee variedad de proveedores	5	5	5	5	3	3	3	1	28
Falta de convenios con empresas de prestigios	5	3	1	1	5	5	3	5	26
Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio	3	3	5	3	1	1	1	3	22
Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación y falta de lealtad de clientes.	5	3	1	5	1	3	3	3	22
TOTAL		24	20	23	24	22	16	27	

3.1.7 HOJA DE TRABAJO FODA

HOJA DE TRABAJO FODA	
ASPECTOS POSITIVOS	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES

AMBIENTE	1. Ser pioneros en el negocio en esta ciudad. 2. Contar con un personal altamente capacitado. 3. Dar una atención al cliente de la mejor calidad. 4. El costo de la materia prima para la elaboración de los menús es relativamente bajo. 5. Productos de buena calidad y saludables 6. Los menús serán variados 7. Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso.	1. Al ser los pioneros se podrá captar gran parte del mercado en crecimiento 2. Crear posicionamiento en el mercado mediante estrategias publicitarias 3. La apertura de sucursales en diferentes zonas de la ciudad 4. Aumentar la oferta de servicios 5. Buscar proveedores a menor precio 6. Fuerte campaña publicitaria "Primero Ecuador" 7. Hay mercado para competir	AMBIENTE
	DEBILIDADES	**AMENAZAS**	
INTERNO	1. Es un establecimientos nuevo 2. Bajos recursos económicos 3. Local pequeño 4. No se posee variedad de proveedores 5. Falta de convenios con empresas de prestigios 6. Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio 7. Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación y falta de lealtad de clientes.	1. Nuevos competidores entrantes 2. Una pérdida del poder adquisitivo de los clientes 3. Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación 4. Crisis económica del país 5. Subida del precio de los proveedores 6. Exagerado cobro de impuestos **7.** Subida inesperada de la inflación	EXTERNO
	ASPECTOS NEGATIVOS		

3.2 MATRIZ DE ESTRATEGIAS

ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Al ser los pioneros se podrá captar gran parte del mercado en crecimiento	1. Nuevos competidores entrantes
	2. Crear posicionamiento en el mercado mediante estrategias publicitarias	2. Una pérdida del poder adquisitivo de los clientes
	3. La apertura de sucursales en diferentes zonas de la ciudad	3. Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación
	4. Aumentar la oferta de servicios	4. Crisis económica del país

ANÁLISIS INTERNO	5. Buscar proveedores a menor precio	5. Subida del precio de los proveedores
	6. Fuerte campaña publicitaria "Primero Ecuador"	6. Exagerado cobro de impuestos
	7. Hay mercado para competir	7. Subida inesperada de la inflación
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS F.O.**	**ESTRATEGIAS F.A.**
1. Ser pioneros en el negocio en esta ciudad.	Ampliar nuestro margen de clientes	Llevar y mantener una cartera de cliente
2. Contar con un personal altamente capacitado.	Capacitar al personal	Llegar a sectores populares con promociones
3. Dar una atención al cliente de la mejor calidad.	Crear nuevos servicios	Campaña publicitaria moderada
4. El costo de la materia prima para la elaboración de los menús es relativamente bajo.	Buscar proveedores de prestigio	Economizar los recursos
5. Productos de buena calidad y saludables	Producir productos económicos y de calidad	Buscar proveedores más baratos
6. Los menús serán variados	Evitar gastos innecesarios	Evitar problemas legales
7. Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso.	Ofrecer promociones a los clientes potenciales	Crear una cultura de fidelidad en los clientes
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS D.O.**	**ESTRATEGIAS D.A.**
1. Es un establecimientos nuevo	Realizar un logotipo y slogan que impacten	Atraer a más clientes por medio de la Variedad
2. Bajos recursos económicos	Realizar vínculos con empresas publicitarias	Capacitar al personal constantemente
3. Local pequeño	Economizar el espacio del local Organizadamente	Realizar un estudio de mercado
4. No se posee variedad de proveedores	Establecer lazos de amistad con varias Empresas	Negociar con los proveedores el precio de la materia prima
5. Falta de convenios con empresas de prestigios	Realizar un estudio de presupuesto y revisar preformas de diversos distribuidores	Buscar facilidades de pago
6. Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio	Realizar un buen proceso administrativo	Realizar un estudio técnico del producto
7. Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación y falta de lealtad de clientes.	Realizar un trabajo óptimo en la elaboración del producto	Al inicio tener precios bien cómodos

3.3. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

3.3.1 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Al momento no existen competidores DIRECTOS ya que al ser el primer establecimiento gastronómico para diabéticos en la Ciudad, sin embargo, al ver la

rentabilidad de este negocio, muchos competidores podrían surgir, en consecuencia esta amenaza es MEDIANA ya que las barreras de entrada no son difíciles de superar, salvo los requerimientos de capital inicial.

3.3.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los productos requeridos para la elaboración de los menús son fácilmente accesibles, en supermercados, mercados de la ciudad, y otros mayoristas; en general son numerosos los proveedores, lo que les da un BAJO poder de negociación.

3.3.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Al no existir otro local con una propuesta dirigida especialmente para diabéticos, los clientes tienen un poder de negociación BAJO.

3.3.4 AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS

Entre los sustitutos están los restaurantes vegetarianos, otros de comida light, etc. Pero ninguno se enfoca en comida especializada para diabéticos y al ser pequeño el número de negocios que ofrezcan productos sustitutos, la amenaza de éstos es BAJA.

3.3.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTE

Al ser pocos los lugares que ofrecen productos bajos en grasas (light) la rivalidad que existe entre ellos es ALTA.

3.4 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DEL ESTABLECIMIENTO EN EL MERCADO

3.4.1 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN

3.4.1.1 PRODUCTO

El proyecto, considera la propuesta de creación de un establecimiento gastronómico con servicio a domicilio para personas diabéticas, cuyo nombre será **"COPADI S.A.";** por lo tanto el principal producto a vender serán alimentos o menús dietéticos, los cuales van a ser detallados posteriormente. Además, se estudiará la posibilidad de incrementar el número de productos o servicios para que los consumidores o clientes, vean satisfechas todas sus necesidades.

A continuación, van a ser puntualizados los posibles productos o servicios puestos a disposición del cliente:

- Buffet
- Servicio de almuerzos a domicilio
- Asistencia Nutricional
- Seminarios
- Charlas Motivacionales
- Conferencia

Los menús serán elaborados bajo un estricto control de parte del Chef Ejecutivo quien se encargará de la parte gastronómica y la Nutricionista que balanceará las recetas para que sean saludables y apropiadas a las necesidades de las personas diabéticas.

El establecimiento, va a velar por la salud de las personas, para lo cual, tendrá un departamento especializado en dar Asistencia nutricional. También, si es necesario se dictarán conferencias sobre la enfermedad y posibles Charlas

Motivacionales para que los usuarios no se sientan rechazados o marginados por la sociedad, y no piensen que son diferentes al resto de personas.

3.4.1.2 SLOGAN

El slogan de **COPADI S.A.** es:

"Máximo sabor que me cuida"

3.4.1.3 LOGOTIPO

3.5 MISIÓN

La misión de **COPADI S.A.** es:

"Crear menús saludables en base a las necesidades nutricionales de los clientes optimizando su calidad de vida bajo la dirección de profesionales altamente competitivos"

3.6 VISIÓN

La visión de **COPADI S.A.** es:

"Alcanzar el posicionamiento de nuestra marca, a través del crecimiento de las relaciones con los clientes internos y externos, abriendo nuevos locales en puntos estratégicos de la ciudad, logrando predilección, reconocimiento y fidelidad a través de la calidad e innovación de nuestros productos y servicios".

3.7 ESTRATEGIAS DE PRECIOS.

3.7.1 COSTOS

Como principal estrategia de fijación de precios, es revisar los costos, y sobre estos es recomendable fijar los precios de venta.

3.7.2 COMPETENCIA

Tener el conocimiento sobre el precio que oscila en el mercado de la competencia directa sobre los productos y/o servicios similares a COPADI S.A., y tener como una referencia cuando se vaya a colocar el precio final.

3.7.3 MARGEN DE GANANCIA

Una vez estudiados los costos y la competencia, es necesario establecer el posible margen de ganancias, ya que es primordial colocar el precio final; si aún así

la competencia tiene precios más bajos se deberán revisar si todo el personal está cumpliendo con sus funciones, además supervisar si existe desperdicio de materia prima o insumos y optimizar el recurso humano.

3.8 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

3.8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN: SERVICIO A DOMICILIO

El principal producto va a ser la elaboración de menús especiales para diabéticos con el servicio a domicilio.

3.9 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

3.9.1 OBJETIVO

La estrategia pretende conquistar nuevos consumidores a través del material publicitario para potenciar el crecimiento de la demanda y posicionar la marca **"COPADI S.A."** en el consumidor como sinónimo de comida saludable.

3.9.2 MERCADO META

- Habitantes y personas que trabajan en el sector
- Hombres y mujeres
- Consumidores de la competencia
- Clase social: todas
- Edad ilimitada

3.9.3 SELECCIÓN DE LOS MEDIOS

Por medio de una estrategia de desarrollo/posicionamiento se ha concebido y seleccionado creativamente los siguientes canales de comunicación para pautar la publicidad.

- Radio
- Flyers (hojas volantes)
- Prensa Escrita
- Internet

3.9.3.1 RADIO

Colocar cuñas de promoción, en las cuales se dé a conocer que existe un establecimiento de expendio de almuerzos a domicilio para diabéticos y personas que quieran cuidar su salud, en el cual también se ofrece; Asesoría nutricional, charlas, etc.

3.9.3.2 FLYERS

Hojas volantes indicando la clase de servicio y de comida que se ofrecerá en el establecimiento, además de la fecha de apertura y promociones por inauguración.

3.9.3.3 PRENSA ESCRITA

Introducir publicidad en los medios de comunicación escrita, indicando la pronta inauguración del local, poniendo énfasis en la fecha de apertura y el servicio que se va a prestar.

3.9.3.4 INTERNET

Promocionar el servicio y la comida que ofrecerá el establecimiento a través de la creación de Páginas Web.

3.9.4 TIEMPO DE PAUTAJE

Se pautará por 6 meses, 3 meses primero. No se pautará por 2 meses y se volverá a pautar por 3 meses. Para luego mirar el presupuesto e incluir el año completo.

3.9.5 COSTO DE LA PUBLICIDAD

MEDIO	TIPO DE PUBLICIDAD	COSTO
Radio Colón	110 cuñas	1200 USD
Flyers IMPRESUM	1000 volantes	500 USD
Prensa escrita	Clasificados	1000 USD
Internet	Páginas WEB	300 USD

3.10 MARKETING

3.10.1 OBJETIVOS DE MARKETING

Los objetivos que se logra alcanzar con este proyecto son los siguientes:

- Desarrollar en los clientes un nicho de mercado.
- Crear fidelidad de los clientes.

3.11 POSICIONAMIENTO

Luego de que el target haya sido expuesto a la publicidad de COPADI S.A. tendrá la marca posicionada en su categoría. Además, conocerá los beneficios que diferencian a **COPADI S.A.** de la posible competencia y en consecuencia elegirá sus productos.

CAPITULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 IMPORTANCIA

En este capítulo se realizará el estudio del lugar preciso para realizar la apertura del proyecto; además, la descripción del establecimiento, su información general, su equipamiento interno y las recetas de los diferentes menús que se van a poner a disposición de los clientes.

4.2 LOCALIZACIÓN

Este proyecto comercial se localizará en la Ciudad de Guayaquil, Sector: Norte, Ciudadela: Garzota, ya que al realizar un profundo estudio de mercado se ha llegado a la conclusión de que ese es el mejor sector para poner un establecimiento con las características que se necesita para el objetivo deseado; además que es un sector exclusivo de la ciudad, porque cuenta con un entorno corporativo muy amplio, se encuentra muy cercano al Centro de Control Médico: “FUNDASEN (Fundación de Asistencia Social Enlace la Alborada)”, hacia el cual se ha dirigido en primera instancia el producto y servicio. El sector cuenta también con los servicios básicos; y algunos otros adicionales. Por encontrarse en una zona casi céntrica de la ciudad resultará de mucha ayuda, ya que facilitará el traslado de toda la materia prima, desde cualquier sector hacia el local.

El local que va a ocupar el establecimiento es arrendado y se encuentra ubicado en la Av. Agustín Freire.

4.3 CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO

COPADI S.A. tendrá las siguientes características y consideraciones:

1. Planificar y elaborar menús dietéticos para diabéticos.
2. Desarrollar programas educativos alimentarios dirigidos a clientes y sus familiares con el objetivo de que conozcan sobre la importancia de aplicación de las normas de educación en obesidad y diabetes para mejorar el estado nutricional de las personas afectadas.
3. Prestar servicio de entrega a domicilio, utilizando como medio de transporte una moto con cajón térmico para la comida.
4. Horario de atención: a partir de las 8 a.m. hasta las 5 p.m., de lunes a viernes.
5. La producción inicial será de 60 almuerzos diarios, el cual se irá incrementando progresivamente de acuerdo al crecimiento de la demanda, hasta cubrir la capacidad de la planta productora.
6. Inicialmente la producción de preparaciones alimentarias será para el servicio de almuerzo y se irá extendiendo a desayuno y luego a cenas de acuerdo al crecimiento que se dé en el transcurso de la vida útil del establecimiento.
7. La proyección será ofrecer alimentación en eventos especiales destinados al segmento de mercado estudiado.
8. Áreas de distribución: Planta productora de preparaciones alimentarias con bodega, Oficina administrativa, Oficina de nutrición, Sala de recepción, Sala de conferencias, Área de limpieza con bodega, Vestíbulos y Baños para el personal.

4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1 INSTALACIONES DEL ESTABLECIMIENTO

El local destinado para el establecimiento, cuenta con un área aproximada de 125m^2; los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

- 40 m^2 Área de producción con bodega
- 10 m^2 Área de administración
- 10m^2 Área de nutrición

- $10m^2$ Sala de recepción
- $35m^2$ Sala de conferencias
- $5m^2$ Área de limpieza con bodega
- $15m^2$ Vestíbulos y baños para el personal

4.4.1.1 ÁREA DE PRODUCCIÓN

Esta área se encontrará conformada por la cocina o área de producción propiamente dicha y la bodega, que ocupará un espacio físico aproximado de 40 m2.

En la cocina van a trabajar: el Chef Ejecutivo quien es el jefe de cocina y el encargado de elaborar los menús, bajo los parámetros de los alimentos permitidos y prohibidos para las personas con diabetes que le serán entregados por la Nutricionista, acompañando al chef se encontrarán el ayudante de cocina y el Stewart o persona encargada de la limpieza de vajilla.

La ventilación e iluminación será preferentemente natural, de dimensión suficiente. En caso de tener ventilación natural directa, se dispondrán mosquiteras en las ventanas y un exterminador de insectos no químicos al interior. En cualquier caso, deberá estar provisto de un sistema de ventilación forzada y climatización.

La cocina debe organizarse de forma que facilite el proceso de las tres fases operativas:

Suministro/almacén, preparación/cocción y lavado/menaje.

a) **Suministro / almacén:** La cocina contará con suministro directo desde el acceso de mercancías. Junto a la zona de suministro y lo más cerca posible se colocará la bodega.

b) **Preparación / cocción:** Anexa a las zonas de almacenamiento se ubicará la zona de preparación. Contará con mesas de trabajo y fregaderos con grifería

de accionamiento de pedal. La zona de cocción estará junto a la zona de preparación con todos aquellos elementos necesarios para la cocción de los alimentos.

c) **Lavado / menaje:** Este espacio se reserva para la limpieza de las ollas y útiles propios de la cocina.

4.4.1.2 ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

Es un área muy importante en la conformación de una empresa gastronómica, tendrá un área aproximada de 10 m^2, va a estar precedida por el Administrador, quien además de organizar y supervisar la administración de la empresa se encargará también de la contabilidad y junto a él colaborará un Asistente que le ayudará a coordinar el trabajo y realizará las tareas que le sean encomendadas.

4.4.1.3 ÁREA DE NUTRICIÓN

Se localizará entre la Oficina administrativa y la Planta productora. Tendrá una longitud aproximada de 10m^2, para que una Nutricionista se encargue de la atención a todos los clientes-pacientes que acudan a elaborar su ficha de Medidas Antropométricas y en conjunto con el Jefe de cocina elaboren los menús bajo los parámetros de los alimentos permitidos y prohibidos para las personas con diabetes.

4.4.1.4 SALA DE RECEPCIÓN

Se ubicará junto al área de producción, con una longitud aproximada de 10m^2, para los clientes. Contará con las adecuaciones necesarias para su funcionamiento.

4.4.1.5 SALA DE CONFERENCIAS

Anexa a la sala de recepción se encontrará ubicada la sala de conferencias, que tendrá una longitud aproximada de 35m^2, en la cual se dictarán conferencias y charlas motivadoras sobre nutrición a los clientes, familiares y otras personas interesadas para orientarlos en los temas relacionados con la diabetes y la dieta que deben seguir para cuidar su salud.

4.4.1.6 ÁREA DE LIMPIEZA

El área de limpieza tendrá una superficie aproximada de 5m^2, que constará de una bodega con todo el material e implementos necesarios para realizar la limpieza de todas las áreas del establecimiento, para mantener así la asepsia necesaria para un local de expendio de alimentos.

4.4.1.7 VESTÍBULOS Y BAÑOS PARA EL PERSONAL

Los vestíbulos y baños exclusivos para los trabajadores, su superficie mínima será de 15m^2. Estará separado por sexos y contará con entrada por pasillo de distribución y salida a la cocina.

Los baños estarán cerrados de suelo a techo y los lavabos se dotarán de grifería mezcladora de accionamiento manual. Todas las puertas del aseo y vestuario del personal dispondrán de cierrapuertas.

4.5 EQUIPAMIENTO DE LAS DIFERENTES ÁREAS

4.5.1 EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN (COCINA)

El equipamiento se refiere a los materiales necesarios para el buen funcionamiento de una cocina, de modo que se obtenga el máximo rendimiento, higiene y confort.

El equipamiento se divide en dos grandes grupos:

4.5.1.1 BATERÍA PESADA

En la batería pesada se encuentra el siguiente equipamiento:

- **Generadores de calor**: Son equipos que mediante calor transforman las características organolépticas entre los que se tienen:

Cocinas industriales.- Son equipos que funcionan con hornillas, las mismas que pueden generan calor por diversos tipos de energía, entre estas se tienen: cocinas a gas, eléctricas o refractarias.

Plancha.- Es un generador que constituye una plancha de acero negro fundido, se utiliza para la técnica de asado y sus ventajas es la poca grasa adicional que se utiliza para la cocción de los alimentos, su fuente de calor es por combustión de gas o eléctricas

Parrilla.- Compuesta de una rejilla superior, en la que se colocan los alimentos para asar, una inferior en la que se ubica el carbón vegetal o mineral (roca volcánica), para esta última se utiliza una fuente de calor generalmente de gas.

Hornos de convección.- Son hornos de aire forzado, previamente calentado, que transmite sus calor a los alimentos a una temperatura constante en todos los puntos. Posibilitan cocinar varias preparaciones de diferente naturaleza al mismo tiempo, sin mezcla de olores. Mantiene las cualidades gustativas y dietéticas originales, al conservar intactos los jugos y sabores en el interior de los alimentos.

Existen varios tamaños y potencias (desde 9 kw con seis placas de cocción), hasta los grandes, de 2 m de alto, con 24 placas y capacidad para preparar 500 tomates rellenos en menos de media hora).

Hornos microondas.- Son pequeños aparatos de acción y uso muy determinado. Se usa principalmente para recalentar. El proceso de cocción es neutra (no cambia el aspecto del alimento), por lo que sólo se recomienda en casos muy concretos.

- **APARATOS FRIGORÍFICOS.-** Son aquellos aparatos que permiten conservar los alimentos por medio del frío para su posterior consumo.

Se colocarán una refrigeradora y un congelador, en función del tamaño y necesidades de la Empresa (para carne, pescado, verduras, producto preparado y congelado).

4.5.1.2 BATERÍA LIVIANA

Descripción de batería liviana:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Bowls grandes	10
Bowls medianos	10
Bowls pequeños	10
Ollas medianas	5
Ollas pequeñas	5
Olla grande	5
Sartenes de teflón medianos	2
Rallador metálico	1
Cuchillos de sierra	1
cuchillos de chef	3

Jarras medidoras de un litro	1
Cernidor de metal	1
Espátulas metálicas	2
Pinzas	5
Brochas	3
Batidores de alambre	4
tablas de plástico	3
Cucharones	4
cucharetas de servicio	6
Espátula de palo	2
Puntilla	2
Chinos metálicos	2
Moldes de torta	2
Latas de horno	5
Espumaderas	2
Moldes cuadrados	2
Moldes redondos	2
coladores de malla	2

4.5.2 EQUIPAMIENTO DE LAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN, NUTRICIÓN Y RECEPCIÓN

Se encuentran equipadas de la siguiente manera:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorio	2
Mesa para computador	2
Silla giratoria	2
Sillas auxiliar de oficina	8
Mesa	1

Computadores	2
Dispensador de agua	2
Mini refrigerador	1
Sillas para recepción	8
Implementos recepción	1
Aire acondicionado	1

4.5.3 EQUIPAMENTO DEL ÁREA DE LIMPIEZA

El área de limpieza estará equipada de:

1 Lavabo

2 Fregaderos de 2 pozos cada uno

2 Basureros grandes

Dispensador de toallas desechables

Dispensador de jabón desinfectante para las manos

1 Cepillo para las manos

1 Estantería

4.5.4 EQUIPAMIENTO DE VESTÍBULOS Y BAÑOS PARA EL PERSONAL

Cuenta con lo siguiente:

HOMBRES	**MUJERES**
1 Inodoro	1 Inodoro
1 Lavabo	1 Lavabo
1 Mesón de mármol	1 Mesón de mármol
1 Espejo	1 Espejo
2 Focos	2 Focos
1 Urinario	1 Basurero
1 Basurero	1 Casillero
1 Casillero	

4.6 ELABORACIÓN Y PLANEACIÓN DEL MENÚ

4.6.1MENÚ

Opciones de conjunto de alimentos que constituyen las preparaciones alimentarias en una comida

4.6.2 DIETA

Etimológicamente la palabra dieta proviene del griego dayta, que significa “régimen de vida”, por lo tanto es sinónimo de régimen alimenticio, apunta al “conjunto y cantidades de alimentos o mezclas de alimentos que consumen habitualmente” personas sanas, enfermas o convalecientes, cabe indicar que la dieta se considera equilibrada si aporta nutrientes y energía en cantidades que permiten mantener las funciones del organismo en un contexto de salud física y mental. Es particular de cada individuo, según su sexo, edad y situación de salud.

4.6.2.1 ELABORACIÓN DE DIETAS

4.6.2.1.1 PAUTAS PARA SEGUIMIENTO DE LA CONFECCIÓN DE LA DIETA

Las pautas para la confección de la dieta serán las siguientes:

1. **Aporte energético**

El primer punto a determinar será el Valor Calórico Total (V.C.T.), que estará en función de la edad, talla, sexo, actividad y situación del cliente.

2. **Distribución de macro-nutrientes**

En la alimentación normal o basal los hidratos de carbono deben representar aproximadamente el 50 – 55% del Valor Calórico Total (preferente 55%), las proteínas el 10 – 15% (preferente 15%) y las grasas del 30-35 %

(preferentemente el 30%). Los porcentajes y la cantidad de los principios inmediatos varían dependiendo de los objetivos a conseguir.

3. Reparto del aporte energético durante el día

En situación normal se aconseja que el reparto se realice en 5 comidas distribuidas de la forma siguiente:

Distribución Porcentual del Reparto Calórico Diario.

Desayuno	20% del V.C.T.
Media mañana	10-15% del V.C.T.
Comida	30-35% del V.C.T.
Merienda	10-15% del V.C.T
Cena	25-30% del V.C.T

Fuente: Juan A. Muñoz López, recursos. Cnice.mec.es.

4.7 CÁLCULO DE LA NECESIDAD ENERGÉTICA PARA DIABÉTICOS

4.7.1 FÓRMULAS PARA ESTIMAR EL GASTO ENERGÉTICO TOTAL EN ADULTOS SANOS POR HARRIS- BENEDICT Y OMS

GEB Según formula de Harris – Benedict.		
Hombre: 66,47+ (13,75x Peso kg) + (5 x estatura cm) - (6,76 x edad años). Mujer: 665,1 + (9,6 x Peso kg) + (1,85 x estatura cm) - (4,68 x edad años).		
GER (Gasto energético en reposo) según formula de la OMS.		
Edades	Hombres	Mujeres
18-30	15.3 (p) + 679	14,7 (p) + 496
31-60	11.5 (p) + 879	8,7 (p) +829

Fuente: González Romero, tratado de nutrición 2005

Al resultado obtenido se aplica un factor de corrección según la actividad física en 24 horas. El metabolismo basal se calcula en kilocalorías/día y depende del sexo, la altura y el peso, entre otros factores.

4.7.2 ESTIMACIÓN DEL GASTO ENERGÉTICO PROMEDIO EN CATEGORÍAS DE ACTIVIDAD, EXPRESADO COMO MÚLTIPLOS DE LA TMB

Actividades	Gasto energético	
	Hombres adultos	Mujeres adultas
Dormir	1,0	1,0
Estar acostado	1,2	1,2
Sentarse tranquilo	1,2	1,2
Estar de pie tranquilo	1,5	1,5
Caminar lentamente	2,8	2,8
Caminar a ritmo normal	3,2	3,3
Caminar rápido colina arriba	7,5	6,6
Cocinar	1,8	1,8
Trabajo de oficina (desplazarse)	1,6	1,7
Manejar una camioneta	1,4	1,4
Trabajo pesado	5,2	4,4
Cortar caña de azúcar	6,5	-
Halar un carro cargado	5,9	-
Jugar al fútbol	6,6	6,3

Sacar agua de un pozo	-	4,1
Moler granos	-	4,6

Fuente: OMS/FAO/UNU Necesidades de energía OMS, 1985. Serie Inf. Técn.

4.7.3 GASTO ENERGÉTICO DE UN HOMBRE SANO EN UN DÍA PROMEDIO

Actividad	**Tiempo (*horas*)**	**Gasto de energía (*Kcal/min.*)**	**Cálculo**	**Gasto total energía (*Kcal*)**
Sueño	8	1 (=TMB)	8 x 60 x 1	480
Trabajo ligero: pastoreo	8	2,5	8 x 60 x 2,5	1 200
Sentarse y actividad menor	8	2	8 x 60 x 2	960
Total	**24**			**2 640**

Fuente: OMS/FAO/UNU Necesidades de energía OMS, 1985

4.7.4 GASTO ENERGÉTICO TOTAL

Se obtiene de la corrección del Gasto energético Basal (TMB) por un factor de actividad (1,2 en reposo absoluto, 1,3 en reposo relativo).

4.7.4.1 ACTIVIDADES SEGÚN EL FACTOR DE ACTIVIDAD

C.E.	ACTIVIDAD
1.20	Sedentario (poca actividad física)
1.38	Ligera (poco ejercicio, deporte 1-3 días/semana, 590 Kcal/día)
1.55	Nivel moderado (ejercicio o deportes 3-5 días/semana, 870 Kcal/día)
1.73	Muy activo (ejercicio duro o deportes 6-7 días/semana, 1150 Kcal/día)
1.90	Extremadamente activo (ejercicio duro, trabajo físico, 1580 Kcal/día)

Fuente: OMS/FAO/UNU Necesidades de energía OMS, 1985

4.7.1 CONTEO CALÓRICO DE LOS ALIMENTOS Y ELABORACIÓN DE DIFERENTES DIETAS

MENÚ #1

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : SOPA DE ALBONDIGAS DE CARNE

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Carne de res molida	25 g	32,75	5,17	1,35	tr
Arveja	8 g	24,4	1,71	0,12	4,38
Zanahoria amarilla	8 g	9,75	0,06	0,01	0,51
Cebolla blanca	2 g	3,76	0,02	0	0,15
Huevo	5 g	32,8	0,6	0,6	0
Miga de pan	3 g	7,32	0,27	0,04	1,54
Aceite	6 ml	54	0	6	0
Apio	0,5 g	0,07	0	0	.0.1
Ajo	1 g	1,14	0,05	0	0,2
Arroz	5 g	18,05	0,38	0,03	4,34
Pimiento	5 g	0,95	0,04	0,01	0,18
Comino	0,2 g	-	-	-	-
Pimienta	0,1 g	0,21	0,01	0	0,03
Perejil	0,5	0,14	0,01	0	0,01
		185,34	**8,32**	**8,16**	**11,34**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : COLIFLOR REBOSADA

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Coliflor	45 g	10,35	0,99	0,13	1,39
Mantequilla	3 g	22,02	0,01	2,43	0,01
Harina de Trigo	3 g	10,44	0,27	0,03	3,4
Nuez Moscada	0,1	-	-	-	-
		42,81	**1,27**	**2,59**	**4,8**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : CARNE EN SALSA DE PIMIENTOS

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Carne de res	25 g	32,75	5,17	1,35	tr
Pimiento verde	5 g	0,95	0,04	0,01	0,18
Pimiento rojo	5 g	0,95	0,04	0,01	0,18
Mantequilla	3 g	22,02	0,01	2,43	0,01
Harina de Trigo	3 g	10,44	0,27	0,03	3,4
Cebolla paiteña	8 g	3,6	0,09	0,01	0,63
Comino	0,2 g	-	-	-	-
Pimienta	0,1 g	0,21	0,01	0	0,03
		70,92	5,63	3,84	4,43

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : PAPA PERIJILADA

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.

PAPA	200g	152,64	6,3	0,33	33,13
MANTEQUILLA	5 g	37,8	0,03	5,17	0,02
PEREJIL	10 g	2,9	0,3	0,07	0,27
		193,34	6,63	5,57	33,42

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : ENSALADA DE FRUTAS

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Naranja	150 g	50	1,2	0,45	12,9
uva	90 g	60,3	0,54	0,63	14,95
Kiwi	100 g	53	1	0,44	12,1
Melón	150 g	55,5	1,32	0,42	0,42
		218,8	4,06	1,94	40,37

V.C.T	711,21	25,91	22,1	94,36

MENÚ #2

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : CREMA DE ESPINACA CON TOSTADO

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Espinaca	20 g	4,2	0,57	0,07	0,32
Hueso para caldo	35 g	-	-	-	-
Cebolla blanca	2 g	0,9	0,02	0	0,15

Harina de trigo	12 g	41,76	1,11	0,14	9,6
Apio	1 g	0,14	0	0	0,02
Mantequilla	3 g	22,02	0,01	2,43	0,01
Leche	40 ml	24,8	1,24	1,44	1,8
Maíz	20 g	62,2	1,7	0,76	12,93
Aceite	4 ml	36	0	4	0
Ajo	0,5 g	0,57	0,02	0	0,12
Comino	0,2 g	-	-	-	-
Pimienta	0,1 g	0,21	0,01	0	0,03
		192,8	**4,68**	**8,84**	**24,98**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACION: CORVINA AL VAPOR

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LÍPIDOS	GLÚCID.
Corvina	90 g	99	14,3	3,87	0,9
Tomate riñón	30 g	5,4	0,3	0,03	1,05
Ajo	1 g	1,14	0,05	0	0,24
Perejil	3 g	0,87	0,09	0,02	0,8
		106,41	**14,74**	**3,92**	**2,99**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : ENSALADA DE ARVEJAS CON ZANAHORIA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Arvejas	30 g	21	1,8	0,12	3,39

Zanahoria amarilla	35 g	11,55	0,31	0,06	2,55
Cebolla paiteña	10 g	4,5	0,11	0,01	0,79
Pimiento	10 g	1,9	0,09	0,02	0,37
Aceite	2 ml	18	0	2	0
Limón	2 ml	0,78	0,01	0	0,18
		57,73	**2,32**	**2,21**	**7,28**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : ARROZ GRANEADO

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Arroz	60 g	216,6	3,56	0,36	52,08
Cebolla blanca	2 g	0,9	0,02	0	0,15
Ajo	0,5 g	0,57	0,02	0	0,12
Aceite	7 ml	63	0	7	0
		281,07	**3,6**	**7,36**	**52,35**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : SANDÍA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Sandia	200g	55	1,25	0,75	11,25
		55	**1,25**	**0,75**	**11,25**

V.C.T	693,01	26,59	23,08	98,85

MENÚ #3

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : SOPA BORBONESA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Carne de res	10 g	13,1	2,07	0,54	tr
Pollo	5 g	4,8	1,06	0,06	o
Zanahoria amarilla	8 g	2,64	0,07	0,01	0,58
Cebolla puerro	2 g	0,74	0,03	0	0,15
Mantequilla	3 g	22,02	0,01	2,43	0,01
Supán	9 g	21,96	0,81	0,14	4,63
Apio	0,5 g	0,07	0	0	0,01
Ajo	0,5 g	0,57	0,02	0	0,12
Culantro	0,4 g	-	-	-	-
Comino	0,2 g	-	-	-	-
Pimienta	0,1 g	0,21	0,01	0	0,03
		66,11	**4,08**	**3,18**	**5,53**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : POLLO EN CHAMPIÑONES

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Pollo	50 g	48	10,65	0,62	0
Champiñones	10 g	1,2	0,18	0,03	0,05
Cebolla perla	10 g	4,5	0,11	0,01	0,79
Mantequilla	5 g	37,8	0,03	4,17	0,02
Comino	0,2 g	-	-	-	-
Pimienta	0,1 g	0,21	0,01	0	0,03
		91,71	10,98	4,83	0,89

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : ENSALADA VERDE

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Lechuga	30 g	4,2	0,45	0,09	0,42
Pimiento	5 g	0,95	0,04	0,01	0,18
Aguacate	60 g	80,4	0,78	8,28	0,78
Cebolla perla	10 g	4,5	0,11	0,01	0,79
Aceitunas	10 g	11,8	0,13	1,25	0
		101,85	1,51	9,64	2,17

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : PAPA AL NATURAL

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Papa	150g	108	3,75	0,24	24,15
		108	3,75	0,24	24,15

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : INFUSION

INGREDIENTES	P. N.	ENERGIA	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID
Hierba luisa		-	-	-	-
Azúcar	25 g	93,5	0	0	24,95
		93,5	0	0	24,95

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : PIÑA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Piña	190 g	87,4	0,95	0,19	20,85
		87,4	0,95	0,19	20,85
V.C.T		548,57	21,27	18,08	78,54

MENÚ #4

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : LOCRO DE ACELGA

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Acelga	20 g	5,4	0,4	0,04	0,9
Papa	150 g	108	2,75	0,24	20,15
Queso	10 g	18,8	3,9	0,18	0,42
Cebolla Blanca	2 g	0,9	0,02	0	0,15
Culantro	1 g	-	-	-	-
Leche	40 ml	24,8	1,24	1,44	1,8
Ajo	0,5 g	0,57	0,02	0	0,12
Apio	0,5 g	0,07	0	0	0,01
		158,54	8,33	1,9	23,55

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : SALON AL JEREZ

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Carne de res	50 g	65,5	9,35	5,7	tr
Vino madera o jerez	3 ml	3,15	0	0	0,03
Cebolla paiteña	10 g	4,5	0,11	0,01	0,79
Ajo	1 g	1,14	0,05	0	0,24
Pasta de tomate natural	8 ml	5,44	0,36	0,01	1,03
Champiñones	10 g	1,2	0,18	0,03	0,05
Harina de Trigo	3 g	10,44	0,27	0,03	1,4
Mantequilla	3 g	22,02	0,01	4,43	0,01
Perejil	1 g	0,29	0,03	0	0,02
		113,68	10,36	10,21	3,57

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : VAINITA CON PAPA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Vainita	40 g	10	0,76	0,08	1,68
Papa	30 g	14,4	0,5	0,03	2,22
Pimiento	10 g	1,9	0,09	0,02	0,37
Cebolla paiteña	10 g	4,5	0,11	0,01	0,79
Aceite	2 ml	18	0	2	0
Limón	2 ml	0,78	0,01	0	0,18
Aceituna	30 g	35,4	0,39	3,75	0
		84,98	1,86	5,89	5,24

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : COMPOTA DE FRUTILLAS

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Frutillas	50 g	27	0,25	0,25	2,5
Azúcar	25 g	93,5	0	0	24,95

Canela	0,1 g	-	-	-	-
		120,5	0,25	0,25	27,45

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : TE CON LIMON

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Te	0,3 g	0	0	0	0
Azúcar	18 g	67,32	0	0	17,96
Limón	10 ml	3,9	0,07	0,03	0,9
		71,22	0,07	0,03	18,86
	V.C.T	548,92	20,87	18,28	78,67

MENÚ #5

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : SOPA DE AVENA CON TOMATE

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Avena	10 g	37,8	1,68	0,69	6,62

Tomate riñón	20 g	1,6	0,2	0,02	0,7
Pimiento	5 g	0,95	0,04	0,01	0,18
Cebolla blanca	2 g	0,9	0,02	0	0,15
Cebolla paiteña	3 g	1,35	0,03	0	0,23
Aceite	2 ml	18	0	2	0
Queso	10 g	18,8	1,23	0,18	0,42
Perejil	1 g	2,9	0,03	0	0,02
Ajo	0,5 g	0,57	0,02	0	0,12
Apio	0,5 g	0,07	0	0	0,01
		82,94	3,25	2,9	8,45

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : POLLO MARENGO

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Pollo	66 g	63,36	14,05	0,81	0
Aceite	4 ml	36	0	4	0
Cebolla Paiteña	10 g	4,5	0,11	0,01	0,79
Maicena	3 g	9,78	0,01	0	2,58
Tomate riñón	20 g	3,6	0,2	0,02	0,7
Vino blanco	3 ml	3,34	0	0	0,03
Laurel	0,1 g	-	-	-	-
Clavo de olor	0,05 g	-	-	-	-
Pimienta	0,1 g	0,21	0,01	0	0,03
Champiñones	10 g	2,2	0,18	0,03	0,05
		122,99	**14,56**	**4,87**	**4,18**

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : ENSALADA RICA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Vainita	40 g	15	0,76	0,08	1,68
Zanahoria	25 g	8,25	0,22	0,04	1,82

Choclo	18 g	56,98	0,53	0,68	11,63
Limón	2 ml	0,78	0,01	0	0,18
Aceite	4 ml	36	0	4	0
Perejil	0,5 g	0,14	0,01	0	0,01
Mayonesa Light	4 g	17,76	0,04	1,54	0,46
		134,91	1,57	6,34	15,78

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : AVENA DE NARANJILLA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Avena	10g	39,8	1,68	0,69	6,62
Naranjilla	15g	-	-	-	-
Azúcar	20g	74,8	0	0	19,96
Canela	0.1g	-	-	-	-
		114,6	1,68	0,69	26,58

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : MANGO

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Mango	150 g	93,5	0,75	0,3	22,95
		93,5	0,75	0,3	22,95

V.C.T	548,94	21,81	15,1	77,94

MENÚ #6

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : ENSALADA DELICIA

INGREDIENTES	P. N.	ENERGI.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.

Choclo	30g	93,3	2,56	1	26,39
Pimiento	10g	1,9	0,09	0,02	0,37
Manzana	20g	9,2	0,06	0,02	2,34
Jamón york	15g	16,2	2,85	0,25	0,19
Apio	10g	1,4	0,09	0,01	0,25
Huevo	5g	7,85	0,6	0,6	0
Aceite	8ml	72	0	8	0
Limón	2ml	0,78	0,01	0	0,18
Mostaza	2g	1,64	0,09	0,08	0,12
		204,27	6,35	9,98	29,84

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : CARNE A LA PLANCHA

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Carne de res	60g	78,6	12,42	1,24	tr
Ajo	1g	1,14	0,05	0	0,24
Comino	0.2g	-	-	-	-
Pimienta	0.1g	0,21	0,01	0	0,03
Aceite	6ml	54	0	6	0
		133,95	12,48	7,24	0,27

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : CREMA DE COLIFLOR

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Coliflor	30g	6,9	0,66	0,09	0,93
Cebolla puerro	5g	1,85	0,07	0,01	0,37
Mantequilla	2 g	15,12	0	0,37	0,02
Harina de trigo	3g	10,44	0,27	0,03	2,4

Papa nabo	8g	-	-	-	-
Leche	20ml	12,4	0,62	0,32	0,9
Ajo	0.5g	0,57	0,02	0	0,12
Apio	0.5g	0,07	0	0	0,01
		47,35	1,64	0,82	4,75

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : LIMONADA

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCID.
Limón	20ml	7,8	0,14	0,06	1,8
Azúcar	25g	93,5	0	0	24,95
		101,3	0,14	0,06	26,75

DIETA ESTANDARIZADA

NOMBRE DE LA PRESENTACIÓN : YUCA AL VAPOR

INGREDIENTES	P. N.	ENERG.	PROTEIN.	LIPIDOS	GLUCIDOS
Yuca	20g	35,7	0,05	0,04	9,41
		35,7	0,05	0,04	9,41

V.C.T	522,57	20,66	18,14	71,02

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1 IMPORTANCIA

El recurso humano es de suma importancia, para cualquier proyecto, negocio, empresa, ya que de no contar con un personal bien capacitado en el tema técnico y psicológico, el proyecto se va a encontrar con varios problemas que tendrán que resolver sobre la puesta en marcha, por lo cual a continuación se va a detallar minuciosamente todos y cada uno de los detalles para realizar una buena selección del personal que se va a contratar.

5.2 OBJETIVOS

Entre los objetivos que se desea alcanzar con este estudio se encuentran los siguientes:

- Detallar los puestos y el número de personal para cubrir cada uno de esos puestos de trabajo.
- Realizar un organigrama funcional en el cual se especificará las líneas de rango.
- Determinar el perfil profesional y funciones de cada uno de los puestos con que cuenta el proyecto.
- Describir y realizar un reglamento interno, para un correcto desempeño.

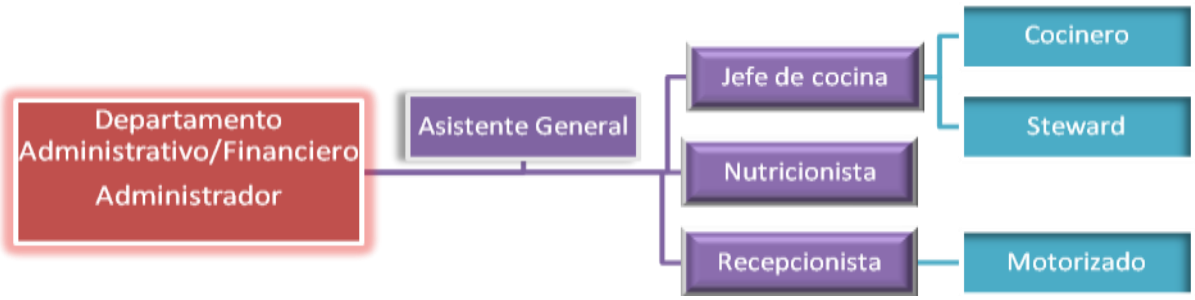
5.3 PERSONAL NECESARIO PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL ESTABLECIMIENTO

De acuerdo a los estudios realizados y a las posibles necesidades del establecimiento, se llego a la conclusión que se necesita el siguiente personal:

- Administrador
- Asistente
- Jefe de Cocina(Chef Ejecutivo)
- Nutricionista
- Recepcionista

- Chofer Motorizado
- Cocinero
- Steward

5.4 ORGANIGRAMA OPERACIONAL Y FUNCIONAL DEL RESTAURANTE



5.5 DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS PARA EL PERSONAL

5.5.1 ADMINISTRADOR

5.5.1.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: título profesional en Administración de Empresas, avalado por una Universidad y reconocido por la SENESCYT

Experiencia

- Experiencia en el ejercicio de su especialidad, mínimo 2 años
- Experiencia en dirección en supervisión y organización de personal
- Conocimientos de Contabilidad

Capacidades mínimas y deseables

- Capacidad de análisis, expresión, síntesis, dirección, coordinación y organización.

Habilidad

- Habilidad de liderazgo para el logro de los objetivos institucionales.
- Habilidad para establecer objetivos organizacionales.

Actitudes mínimas y deseables

- Solución a problemas del usuario interno y externo.

5.5.1.2 FUNCIONES

Funciones básicas

- Organizar, supervisar, establecer y velar por el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Gestionar el uso racional de los recursos humanos, materiales y tecnológicos para el logro de los objetivos propuestos en la empresa.

Funciones específicas

Administrativas

- Establecer comunicación oral y escrita con clientes, proveedores.
- Organizar su trabajo en los departamentos y/o cuartos de producción de un establecimiento gastronómico.
- Se encarga de todo lo relacionado con RRHH de la selección, contratación, nomina, prestamos, descuentos, vacaciones etc.
- Supervisa el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene en el trabajo y los estándares de calidad.

- Dirige la gestión de compras y las relaciones con los proveedores.
- Coordina políticas comerciales y de formación del personal
- Promueve al equipo de trabajo a realizar las cosas bien para que puedan obtener beneficios a los más destacados al final de mes.
- Resuelve problemas de una manera neutral, siempre escucha al empleado y toma decisiones adecuadas.

Financieras/Contables

- Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto.
- Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos).
- Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos.
- Análisis de las cuentas individuales del estado de resultados: ingresos y costos.
- Elabora y Controla costos con relación al valor producido junto al Jefe de Cocina, principalmente con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable.
- Análisis de los flujos de efectivo producidos en la operación del negocio.
- Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma.

- Es el encargado de la elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.
- Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable.

5.5.2 ASISTENTE GENERAL

5.5.2.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: Estudiante universitario (2do semestre) de Administración o Bachiller Contable

Experiencia

- No requiere

Habilidad

- Habilidad para utilizar herramientas de programas de computación, especialmente formulas en Excel, tablas dinámicas.

- Buena retentiva

Actitudes mínimas y deseables

- Colaboración, participación y disposición.

5.5.2.2 FUNCIONES

Función básica

Apoyar el desarrollo de las actividades administrativas del Departamento para la concreción oportuna de los resultados esperados.

Funciones específica

- Recopilar, clasificar, registrar, tramitar y archivarlos documentos del departamento.
- Apoyar el desarrollo de las reuniones del departamento abasteciendo en los materiales.

5.5.2.2.1 FUNCIONES ESPECÍFICAS CON RELACION AL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

- Realizar horarios de nómina
- Mantener el archivo de proveedores y clientes.
- Recepción de facturas y comprobantes de retención.
- Manejo de caja chica y ventas de contado
- Realizar y archivar facturas secuenciales del cliente.
- Manejo de facturas y comprobantes de retención.
- Elaboración de reporte diario de ventas donde se incluye la fecha, el número de factura, retención y el tipo de pago. Este reporte debe ser entregado al Administrador.
- Custodia y emisión de cheque en coordinación con la Gerencia Financiera.
- Encargado del proceso de nómina que tiene que ver con el manejo de los ingresos, descuentos, bonos de alimentación y alimentación, seguros de asistencia médica, descuentos del IESS y retenciones de impuestos de los empleados.
- Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrada, y cualquier otro documento relacionado con el empleado.
- Elaboración de memos de permisos.
- Lleva el control de vacaciones y permisos, así como de días adicionales de trabajo.

5.5.2.2.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS CON RELACIÓN AL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

- Realizar operaciones de recepción y verificación de alimentos según cualidades organolépticas establecidas.
- Ayudar en las compras de materia prima según cantidades previstas.

5.5.3 JEFE DE COCINA

5.5.3.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: título profesional en Gastronomía, avalado por la Universidad y reconocido por la SENESCYT.

Experiencia

- Experiencia en el ejercicio de su especialidad.
- Experiencia en dirección en supervisión y organización de comida a domicilio

Conocimientos mínimos y deseables

- Cultura general: Equivalente a la de un profesionista.
- Conocimiento elemental de: Cocina general, uso de manejo de equipo preparación y conservación de alimentos
- Gastronomía y nutrición

Habilidad

- Organizar tareas.
- Ser rápido y preciso en el cálculo de costos
- Buena motricidad para manipular alimentos. limpio, ordenado, organizado y puntual.
- Actitudes mínimas y deseables Administrador
- Iniciativa
- Ausencia de rutina
- Agilidad mental

5.5.3.2 FUNCIONES

Funciones básicas

Es la persona responsable ante la gerencia de Alimentos y Bebidas, de la eficiente administración del departamento, supervisa, programa, organiza, integra, dirige y controla, con la sola limitación de las políticas y normas fijadas, las actividades relacionadas con la preparación, presentación y costo de los alimentos.

Funciones específicas

Continuas

- Supervisar el trabajo realizado por el personal a su cargo
- Vigilar que los sistemas y procedimientos se lleven a cabo según las normas establecida
- Supervisar que se practiquen las normas de higiene y sanidad en la preparación de los alimentos
- Controlar el desperdicio de los alimentos
- Controlar porciones de alimentos en cada platillo
- Dar capacitación y adiestramiento al personal a su cargo
- Conocer a la perfección todos los platillos y tipos de bebidas
- Saber cómo se debe servir correctamente cada platillo.
- Ayuda a diseñar menús y guarniciones, presentaciones, especialidades y sugerencias en coordinación con la Nutricionista.
- Decide sobre la programación en la elaboración de los alimentos.
- Determina los costos de la operación que la empresa requiere junto con el Administrador.
- Desarrolla continuamente mejores técnicas de presentación de los alimentos observando las tendencias de la moda gastronómica las aplica a los menús ya establecidos.
- Elabora estándares de recetas (pruebas de rendimiento, pruebas de conocimiento, precio en base.
- Planifica y establece las cantidades a comprar de los grupos de alimentos en base a la producción.

- Se encarga de mantener el stock adecuado de los insumos en la bodega y de la conserva de estos.
- Controla los procedimientos de recepción de materia prima, su producción, despacho de platos elaborados.
- Organiza cronograma de entrega de almuerzos de acuerdo al requerimiento del cliente.

Periódicas

- Elabora especificaciones estándar de compras de alimentos según la magnitud de la producción.
- Elabora las hojas de costos de las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas en conjunto con el departamento de contabilidad (costos).
- Revisa el estado del equipo y materiales que se emplean en su departamento.
- Seleccionar y evaluar al personal que dependen directamente.
- Establecer juntas con el personal de su departamento para evaluar el trabajo realizado y establecer programas para el mejoramiento del servicio.
- Aplica y supervisa el plan de limpieza profunda de su área.

5.5.4 NUTRICIONISTA

5.5.4.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: título profesional en Licenciado en Nutrición, avalado por la Universidad y reconocido por la SENESCYT.

Experiencia

- Amplia experiencia en el ejercicio de su especialidad.
- Especializado en Nutrición Clínica de pacientes Diabéticos.

Habilidad

- Relación nutriólogo-paciente, comunicación, consultoría y asesoría.

Actitudes mínimas y deseables

- Colaboración, participación y disposición.

5.5.4.2 FUNCIONES

Funciones básicas

- Evaluar el estado nutricional de los clientes y realizar tratamiento dietético coherente a sus necesidades.

Funciones específicas

- Supervisar diariamente la elaboración de los menús, y si fuera necesario, hacer modificaciones, sin menoscabar su valor nutritivo.
- Colocar el menú del día en sitios visibles.
- Recopila información sobre horarios adecuados para la entrega de almuerzo.
- Orientar al personal para la correcta elaboración de los alimentos en cuanto normas de higiene, cantidades y técnicas culinarias.
- Ejecutar acciones de capacitación y orientación en educación alimentaría y nutricional dirigidos al personal interno y a clientes externos.
- Elaborar y llevar historia clínica del cliente teniendo en cuenta las medidas antropométricas, y las recomendaciones previamente dadas por su médico.
- Hacer seguimiento del paciente y evaluar los resultados del tratamiento.

5.5.5 RECEPCIONISTA

5.5.5.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: título Bachiller

Experiencia

- Un (1) año de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de recepción.

Habilidad

- Atender personal y público en general con trato amable
- Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Recibir mensajes.
- Tratar en forma cortes al público en general.

Actitudes mínimas y deseables

- Colaboración, participación y disposición.

5.5.5.2 FUNCIONES

Funciones básicas

- Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Lleva un registro completo de datos de todos los posibles clientes
- Recibe la correspondencia y mensajes.
- Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Mantener la existencia de útiles de oficina y encargar su distribución

Funciones específicas con relación al departamento de nutrición

- Ayudar al desarrollo de la ejecución de las capacitaciones en educación alimentaría y nutricional dirigidos al personal interno y a clientes externos.
- Ayudar a realizar el seguimiento de la evolución nutricional del paciente en base a indicaciones dadas.
- Ayudar en la organización administrativa del departamento.

Funciones específicas con relación al departamento de alimentos

- Coordinar con el Jefe de cocina los horarios de entrega de almuerzos diarios, según cronograma previamente establecido.

Relaciones internas:

El cargo mantiene relaciones continuas con el personal de la empresa, a fin de ejecutar lo relativo al área, exigiéndose para ello una normal habilidad para obtener cooperación.

Relaciones externas:

El cargo mantiene relaciones continuas con el público en general, a fin de ejecutar lo relativo al área, exigiéndose para ello una normal habilidad para obtener cooperación.

5.5.6 COCINERO

5.5.6.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: Estudiante universitario de Gastronomía

Experiencia

- Experiencia en el campo.

Habilidad

- Realizar operaciones culinarias elementales y operaciones de recepción y almacenamiento de mercancías
- Preparar y presentar elaboraciones culinarias de consumo habitual

Actitudes mínimas y deseables

- Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, evitando conflictos significativos que se originen en el desarrollo y entorno de las actividades laborales.
- Integrarse en un equipo de trabajo contribuyendo al logro de los objetivos y responsabilizarse de las tareas que le sean asignadas.

5.5.6.2 FUNCIONES

Funciones básicas

- Realizar el almacenamiento o distribución de la recepción de materia prima de acuerdo con instrucciones prefijadas.

- Coordina con el Jefe de Cocina la realización del mise en place en base al cronograma de almuerzos diarios.

Funciones específicas

- Detecta posibles deterioros ó pérdidas de género durante el periodo de almacenamiento procediendo a su retirada.
- Manipular y pre elaborar materias primas en crudo según necesidades tales como limpieza, cortes, picar, fraccionar y despiezar, según instrucciones recibidas y criterios establecidos.
- Verifica la calidad y estado de las materias primas utilizando los criterios de frescor en carnes, pescados, huevos, etc.
- Se traslada y distribuye el género sobrante, a los lugares establecidos para su conservación.
- Asume su puesto con responsabilidad y trabaja bajo una adecuada higiene y orden del material a utilizarse.
- Trabaja bajo presión y aplica sus conocimientos de elaboración de platos como técnicas, temperaturas, etc.
- Sigue las instrucciones del jefe de cocina y se basa en las recetas estándar para evitar el desperdicio de los productos.
- Colaborar al jefe de cocina a elaborar las requisiciones para evitar la falta de materia requerida y suficiente.
- Trabaja en equipo, y labora en un ambiente de disciplina.
- Ayuda con la limpieza de la cocina.
- Aplica las técnicas de conservación precisas de los insumos.
- Maneja adecuadamente las disposiciones en la producción de las dietas especiales, respetará los productos y técnicas culinarias a utilizarse.

5.5.7 STEWARD

5.5.7.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación:

- Mínimos exigibles: Bachiller

Experiencia

- No requiere.

Habilidad

- Disponibilidad de tiempo

Actitudes mínimas y deseables

- Colaboración, participación y disposición.

5.5.7.2 FUNCIONES

Funciones básicas

- Mantener limpia el área de cocina cumpliendo con los estándares para alcanzar la higiene adecuada y brindar un servicio seguro al cliente.

Funciones específicas

- Mantendrá las áreas limpias y trabajara en equipo.
- Recibirá órdenes del jefe de cocina como del resto del personal y colaboraran con ellos.
- Después de cada jornada dejara todo limpio.

- Mantendrá limpias las áreas de producción y repone el equipo en la producción.

- Junto con el Jefe de cocina realiza los inventarios de bodega de batería liviana y pesada de cocina.

- Fija fechas para fumigaciones periódicas en caso en caso de necesitarlo y se lo comunicará al administrador y jefe de cocina.

5.5.8 CHOFER MOTORIZADO

5.5.8.1 PERFIL PROFESIONAL

Educación

- Mínimos exigibles: Bachiller con licencia Tipo “B”

Experiencia

- Experiencia en el campo.

Habilidad

- Disponibilidad de horarios
- Conocer la ciudad
- Conocimiento de mecánica

Actitudes mínimas y deseables

- Colaboración, participación y disposición.

5.5.8.2 FUNCIONES

- Seguir una ruta pre-establecida para la distribución de la mercancía en conjunto con la recepcionista.

- Llevar las facturas y/o descripción para identificar el pedido correcto del cliente y ser entregado.
- Entregar la mercancía a las personas indicadas en el o los lugares indicados.
- Se cerciora del buen estado de los productos a transportar y de su cantidad, el Chofer procede a su acomodo en el vehículo. Ese acomodo debe facilitar la descarga paulatina de los productos conforme se avance en el recorrido.
- Responsables de dar mantenimiento preventivo e, incluso, correctivo a la unidad. Por ello es necesario que conozcan preferentemente de mecánica automotriz y que realicen al iniciar su jornada de trabajo una revisión ocular del vehículo para detectar a tiempo irregularidades en su funcionamiento.

5.6 POLÍTICAS Y REGLAMENTOS INTERNOS DE LA EMPRESA

La empresa se regirá por las siguientes políticas y reglamentos internos:

- Horario de apertura 8:00 de la mañana.
- Horario de cierre 17:00 de la tarde.
- Se trabajará una sola jornada de 8 horas diarias.
- Los días de atención al público serán de lunes a viernes.
- La entrada del personal será 30 minutos antes de la hora indicada.
- La salida del personal operativo dependerá de la ocupación del establecimiento, como mínimo 30 minutos luego de la hora de cierre.
- El uniforme de cocina constará de lo siguiente: chaqueta blanca con el logotipo de la empresa, pantalón de cocina, delantal negro, toca desechable, calzado adecuado para la cocina, llevar siempre sus herramientas de trabajo.
- Todos los uniformes y herramientas de trabajo serán proporcionados por la empresa.
- Los días que el personal tendrá libres serán sábados y domingos, estos días serán utilizados para realizar una limpieza general del establecimiento.
- Los montos de los salarios serán establecidos por los administradores.
- Los pagos de salarios a los empleados serán quincenales, mediante depósito en cuenta de ahorro o cheque.

- Si el personal tiene algún contratiempo, y se presenta en la empresa, deberá comunicarlo como mínimo 2 horas antes de su ingreso normal.
- El personal no podrá ingresar a su lugar de trabajo en estado etílico.
- Queda totalmente prohibido ingerir licor dentro de las instalaciones del establecimiento.
- Todo el personal masculino/femenino debe estar correctamente rasurado, si tiene el cabello largo debe tenerlo bien recogido, sin anillos, sin cadenas como corresponde al caso.
- La limpieza del local, en sus respectivas áreas estará a cargo del mismo personal del establecimiento.
- La basura o desperdicios deberá ser sacada en los horarios establecidos por el municipio en esa área, en las respectivas fundas plásticas de color negro.

5.7 POLÍTICAS DE COMPRA

Las políticas de compra que manejara la empresa, serán las siguientes:

- Todo solicitud de compra de papelería, mobiliario, insumos, materia prima, deberá hacerse a través de una requisición de suministros la cual deberá estar firmada por el responsable del área que la solicita y entregarla al administrador para su procesamiento.
- Para la realización de una compra será necesario dos cotizaciones, de las cuales se seleccionara la mejor opción.
- Para toda compra que se realice se emitirá una orden de compra, debidamente autorizada por el administrador.
- Se pedirá un crédito de 30 días a los proveedores para facilitar el pago.
- La periodicidad de la compra de materia prima y materiales se efectuarán de acuerdo a las necesidades, niveles requeridos y capacidad de almacenamiento que tiene la empresa.

5.8 POLÍTICAS DE RECEPCIÓN DE ALIMENTOS

Cuadro Nº 1

CONDICIONES ACEPTABLES E INACEPTABLES PARA RECIBIR AVES		
ALIMENTO	**ACEPTAR**	**RECHAZAR**
Aves Frescas	**Temperatura:** a 40ºF (4,4ºC) o menos **Color:** Sin decoloraciones **Textura:** Firme y se retracta al tacto. Debe estar rodeada por hielo picado y con sistema de deshielo	**Color:** Morado o verdoso una decoloración verde alrededor del cuello, puntas de las alas oscurecidas **Olor:** Olor anormal **Textura:** Pegajoso bajo las alas y por las coyunturas Carne suave y bofa.

Fuente: Higiene en el Servicio de Alimentos, SER SAFE

Cuadro Nº 2

CONDICIONES ACEPTABLES E INACEPTABLES PARA RECIBIR CARNES		
ALIMENTO	**ACEPTAR**	**RECHAZAR**

Carne fresca de res	**Temperatura:** A 40ºF (4,4ºC) o menos **Color de la res:** Rojo cerezo brillante	**Color:** Café verdoso, manchas cafés, verdes, moradas; con puntos negros, blancos o verdes. **Textura:** Babosa, pegajosa o seca. Con cartones rotos, las envolturas de la carne sucias, empaquetado rasgado o roto.
Carne fresca de cordero	**Temperatura:** A 40ºF (4,4ºC) o menos **Color de la res:** Rojo ligero	**Color:** Café verdoso, manchas cafés, verdes, moradas; con puntos negros, blancos o verdes. **Textura:** Babosa, pegajosa o seca. Con cartones rotos, las envolturas de la carne sucias, empaquetado rasgado o roto.
Carne fresca de cerdo	**Temperatura:** A 40ºF (4,4ºC) o menos **Color del cerdo:** La grasa blanca. Porción de carne rosada y limpia. **Textura:** Firme y se retracta cuando	**Color:** Café verdoso, manchas cafés, verdes, moradas; con puntos negros, blancos o verdes. **Textura:** Babosa, pegajosa o seca. Con cartones rotos, las envolturas de la carne sucias, empaquetado rasgado o roto.

	se toca.	

Fuente: Higiene en el Servicio de Alimentos, SER SAFE

Cuadro Nº 3

CONDICIONES ACEPTABLES E INACEPTABLES PARA RECIBIR PESCADOS		
ALIMENTO	**ACEPTAR**	**RECHAZAR**
Pescados frescos	**Temperatura:** A 40ºF (4,4ºC) o menos **Olor:** Sin olor fuerte a pescado. **Ojos:** Brillantes, claros y resaltantes. **Textura:** Carnes y barrigas firmes y se retractan al tacto. Empacado con sistema de deshielo.	**Color:** Branquias grises o grises con verde. **Olor:** Fuerte o a amonio **Ojos:** Hundidos, nublados o con rojo alrededor. **Textura:** Branquias secas. Carne suave y se hunde al oprimirla con el dedo, se queda la marca del dedo impresa.

Fuente: Higiene en el Servicio de Alimentos, SER SAFE

5.9 MARCO LEGAL DEL PROYECTO

La empresa se constituirá como una Sociedad Anónima, mediante escritura pública cumpliendo los requisitos establecidos en la Ley de Compañías vigente, además de la respectiva inscripción en el Registro Mercantil.

Además, tomando en consideración que la legalidad de toda empresa o negocio es un aspecto muy importante para obtener una tranquilidad operativa necesaria, cabe recalcar que la empresa deberá contar con todos los permisos para el funcionamiento de este tipo de negocio, ya que esto influirá directamente en muchos aspectos, como por ejemplo: solicitudes de crédito en las entidades del sistema financiero Nacional.

5.9.1 RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es un requisito importante con el cual se debe arrancar toda la constitución legal del proyecto. El primer paso a seguir es; acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI), para obtener este documento, el RUC se constituye en el número de identificación con el cual toda persona natural o sociedad está obligada a cancelar los impuestos pertinentes al caso.

Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Copia de Cédula
- Certificado de Votación
- Carta de acreditación de representante legal de la empresa
- Copia de un servicio básico (agua o luz)

5.9.2 PERMISO DE BOMBEROS

Es una inspección que realiza el Cuerpo de Bomberos, verificando que: las instalaciones eléctricas estén en buen estado, contar con el número indicado de extintores de incendio, y que las salidas de emergencia se encuentren con su debida señalización e iluminación correspondiente. Este permiso tiene un año de vigencia.

Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- RUC
- Copia de cédula y de papel de votación
- Factura de recarga del extintor del año en curso
- Pago de la tasa al Banco de Guayaquil

5.9.3 CERTIFICADO DE REGISTRO

El registro se realiza una sola vez en la Sub-secretaría de Turismo y en caso de cambio de propietario se debe obtener un nuevo registro, el mismo que anulará al anterior.

Los requisitos para esta diligencia son los siguientes:

- Copia certificada de la escritura o minuta pública.
- Nombramiento del representante legal de la empresa inscrito debidamente en el Registro Mercantil, en el caso de ser persona jurídica.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Patente Municipal.
- Registro Sanitario.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Certificado de la Dirección de Patentes y Marcas.
- Comprobantes de los pagos del certificado de registro anual de funcionamiento.

- Escritura de los activos del establecimiento
- Copia de cedula y de papel de votación
- Inspección del establecimiento

5.9.4 AFILIACIÓN EN LA CÁMARA DE TURISMO

Para la afiliación en la Cámara de Turismo se requieren los siguientes requisitos:

- RUC
- Copia de cédula y papel de votación
- Inspección realizada por la subsecretaria de turismo

5.9.5 TASA ANUAL DE TURISMO

Este trámite se lo realiza en el Municipio y los requisitos son los siguientes:

- RUC
- Copia de cédula y papel de votación
- Afiliación en la cámara de turismo
- Tasa para el tramite

5.9.6 PATENTE MUNICIPAL

La obtención de la patente municipal es un requisito obligatorio para cualquier tipo de actividad económica.

Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- RUC
- Copia de cédula y papel de votación del representante legal.
- Cuerpo de Bomberos
- Tasa anual de turismo

- Dirección en la cual se localiza el proyecto.
- Llenar el formulario de solicitud de Patente.

5.9.7 PERMISO SANITARIO

Las personas que laboran en el establecimiento deberán someterse a chequeos médicos para comprobar que el estado de salud de cada uno sea el idóneo, todo el personal sin excepción alguna deberá contar con este permiso.

Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Acudir personalmente a la Dirección Nacional de Higiene, con los exámenes previamente realizados, estos van a ser de sangre; de orina y heces.

El permiso sanitario se obtendrá únicamente después de presentar estos exámenes y conseguir el carné de salud que otorga el municipio.

5.9.8 PERMISO DE LA DIRECCIÓN DE HIGIENE

Este permiso de funcionamiento, se lo obtendrá luego de las inspecciones que realizan las autoridades la dirección.

Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de la patente.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior. (En el caso de haber realizado la actividad con anterioridad)
- Certificado (s) de salud.
- Originales y copias de, cédula de ciudadanía y papeleta de votación.

- Informe del control sanitario sobre el cumplimiento de requisitos para realizar dicha actividad.

5.9.9 USO DE SUELO

Este trámite se lo realiza en el municipio y solo por única vez al inicio, los requisitos son los siguientes:

- RUC
- Fotos del establecimiento
- Tasa de uso de suelo
- Formulario de uso de suelo

5.9.10 TASA DE HABILITACIÓN

- RUC
- Uso de Suelo
- Pago de tasa
- Formulario de tasa de habilitación
- Patente
- Cuerpo de Bomberos
- Cédula y papel de votación
- Tasa anual de turismo
- Impuestos Prediales
- Trampa de grasa
- Desechos sólidos
- Inspección de un inspector municipal

CAPÍTULO VI

6 ESTUDIO FINANCIERO

6.1 IMPORTANCIA

El estudio financiero es de suma importancia para este proyecto, ya que nos permitirá conocer la viabilidad desde el punto de vista del inversionista, obteniendo resultados que apoyen a la toma de decisiones referentes a las actividades de inversión.

4.2 OBJETIVOS

- Dar a conocer la inversión total del proyecto.
- Detallar cada uno de los puntos que contiene la inversión.
- Realizar cuadros en los cuales van a estar detallados los siguientes temas: costos y gastos, flujo de caja, ingresos y egresos.
- Realizar el cálculo de los instrumentos de evaluación del rendimiento del estado del proyecto (Punto de Equilibrio, VAN, TIR.)

6.3 PLAN FINANCIERO

6.3.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO

“Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales del proyecto”

6.3.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipo: activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo.”

“La inversión en activos fijos, es todo el capital que se invierte para la adquisición de bienes tangibles, que ayudaran a la operación normal del proyecto.”

Entre los activos fijos tenemos:

• Equipo y utensilios de cocina
• Equipo de oficina

Los gastos pre-operativos, son aquellos que deben realizarse antes de iniciarse el funcionamiento de las instalaciones, entre estos están los siguientes:

• Gastos de constitución legal
• Publicidad del lanzamiento
• Gastos administrativos
• Gastos fabriles
• Mano de obra directa

Capital de trabajo, constituyen todos los gastos necesarios para la operación del proyecto durante un ciclo determinado, (3 meses), que asegure el financiamiento de todos los recursos que se consuman durante este periodo.

Con esto, la inversión requerida para poner en marcha el negocio es de US$ 22,527.89 y el capital de operación para el primer es de $7,563.98. El detalle de la inversión se encuentra en el **Anexo 4,5.**

6.3.1.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

La inversión estará financiada en dos partes:

1. Por capital propio de los accionistas valorado en US$ 11,489.22.
2. Diferencia será financiada por terceros de $11.038.66.

Para el financiamiento por terceros se han evaluado diversas alternativas de financiamiento existentes en el mercado actualmente, por lo que las condiciones del crédito directo otorgado por el Banco Bolivariano son las más convenientes para el

proyecto, debido a que tiene una tasa de interés relativamente bajo al 11.74% anual por 36 meses. **Anexo 6, 7,8.**

6.3.2 DETERMINACION DEL NIVEL DE VENTAS

El presupuesto de ventas se realizó considerando la demanda potencial que tendrá el negocio en el escenario normal previsto en el análisis de Mercado.

Con base en el análisis de mercado se determinó la composición de ventas y se la combinó con el precio proyectado. La producción planificada de almuerzos comenzará con una demanda de 60 personas diarias. **Anexo 9.**

6.3.3 DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

La determinación de los costos de producción es clave para cuantificar la rentabilidad de los productos ofrecidos. Según Kaplan y Cooper “los sistemas de costos sirven para valorar los inventarios y cuantificación del costo de las mercancías vendidas para la elaboración de las cuentas anuales, calcular los costos de las actividades, productos y clientes y para proporcionar un feedback a los directivos y empleados respecto a la eficiencia de los procesos”.

Para la determinación de la totalidad de los costos de producción se tomaron en cuenta los precios en el mercado de los insumos necesarios. La sumatoria de estos costos por producto multiplicado por la cantidad de productos vendidos da como resultado el total de costo de ventas para cada uno de los años proyectados. **Anexo 10.**

6.3.3.1 PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Para el cálculo de compras de materia prima se utilizó los datos del presupuesto de ventas en unidades y los presupuestos de producción de cada producto, determinando así la cantidad de insumos requerida. **Anexo 11, 12,13.**

6.3.3.2 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

En el análisis se ha contemplado la contratación fija del personal mencionada en el análisis técnico operativo de este proyecto, considerando la incorporación en nómina de 8 personas a tiempo completo. Para cada uno de los cargos se contempla el pago de un salario mensual más décimo tercero, décimo cuarto, afiliación al IESS, pago de fondos de reserva y adicionalmente vacaciones. Los turnos de trabajo están diseñados respetando las exigencias del Código de Trabajo que indica que un empleado no puede trabajar más de 40 horas semanales con un límite de 12 horas extras semanales remuneradas y con dos días consecutivos semanales de descanso.

Con esta información el gasto por sueldos y salarios previsto para los años en estudio es el siguiente: **ANEXO 14,15.**

6.3.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN O CARGA FABRIL

Los rubros considerados dentro de la carga de costos indirectos son depreciación, mantenimiento y reparaciones, servicios básicos y seguros e imprevistos.

Los servicios básicos considerados son agua, luz y gas. En el rubro de mantenimiento se consideraron todos los implementos necesarios para la limpieza diaria del local, de los utensilios y maquinaria. La maquinaria, se depreciará a 10 años al 10% anual respectivamente. **Anexo16**

6.3.3.4 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Dentro de este rubro se considera los honorarios del administrador, gerente, recepcionista, nutricionista, además gastos de publicidad. El detalle se encuentra en el **Anexo 17**

6.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

El objetivo es realizar ciertos pronósticos sobre la situación financiera de la empresa a fin de entender las implicaciones que tienen en el futuro las decisiones tomadas. Las proyecciones a ser analizadas son el estado de resultados, que constituye un resumen de los resultados obtenidos por el negocio en determinado período; el balance general, que es la posición de los derechos y obligaciones que tiene la empresa a determinada fecha y el flujo de caja que refleja el movimiento de los recursos en la actividad productiva en un período determinado.

6.4.1 ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

Considerando las ventas, costos y gastos antes analizados, se conformó el estado de resultados para los 10 años en estudio. Con esta información y la desprendida del presupuesto de inversiones, se conformó el balance general anual del proyecto. El estado de resultados y el balance general de la empresa detallado se encuentra en el **Anexo 18 y 19.**

6.4.2 FLUJO DE CAJA

“La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella determinen”.

La elaboración del flujo de caja tiene como objetivo principal, determinar el movimiento del capital que va a realizar el proyecto, o liquidez del proyecto, en un tiempo determinado que en este caso va a ser de 10 años.

Para la elaboración del flujo de caja se tomaron los siguientes puntos: a) Ingresos para el proyecto, la utilidad final que produce; b) egresos de la operación, entre los cuales tenemos depreciación y amortización; c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos; y d) el valor de la inversión inicial. **ANEXO 20**

6.5 MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO

6.5.1 VALOR ACTUAL NETO - VAN

Esta herramienta tiene como premisa el análisis presente de los flujos futuros (diferencia entre ingresos y egresos) que genere un negocio y se basa en el valor del dinero en el tiempo, es decir un dólar hoy vale más que un dólar en el futuro por su disponibilidad de uso presente, por ende representa el rendimiento real obtenido en términos monetarios.

Para este análisis se requiere conocer la rentabilidad esperada del proyecto para poder descontar los flujos a valor presente. Esta tasa de rentabilidad es también conocida como TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento).

La TMAR es la tasa mínima de ganancia exigida por el inversionista sobre la inversión propuesta. Esta tasa será el valor al que se descontarán los flujos para el cálculo del VAN.

Cuando los flujos de caja son de un monto fijo (rentas fijas), por ejemplo los bonos, se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\mathrm{VAN} = -I + \frac{R[1-(1+i)^{-n}]}{i}$$

R Representa el flujo de caja constante.

i Representa el coste de oportunidad o rentabilidad mínima que se está exigiendo al proyecto.

n Es el número de periodos.

I Es la Inversión inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto.

6.5.1.1ANÁLISIS

Con todos los datos se logró determinar el valor del VAN en $ 30.846,83 lo que demuestra que el proyecto en estudio se constituye en un negocio rentable y al cuarto año de estudio se recuperará el capital invertido, ya que el flujo de caja del año cinco arrojó resultados positivos que permiten pronosticar el despunte del negocio.

6.5.2 TASA INTERNA DE RETORNO – TIR

"La tasa interna de retorno es la tasa de rendimiento generada por los flujos propios del negocio en la que el valor actual neto es igual a cero, en términos financieros, la TIR es la tasa de interés efectiva que los flujos del proyecto pagan sobre la inversión realizada". **Anexo 21**

6.6 MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE NO TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO EN ELTIEMPO

6.6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio en ventas, es aquel en el que los beneficios por ventas igualan a la sumatoria de los costos fijos más los costos variables, lo que permite determinar el nivel de ventas mínimo que debería tener el proyecto para no incurrir en pérdidas.

Los costos fijos y variables revisados en el estado de resultados fueron utilizados para el cálculo del punto de equilibrio en ventas. La diferencia entre las ventas y el costo variable es conocida como el margen de contribución. **ANEXO 22**.

6.6.1.1 FÓRMULA

$$P.E = \frac{\text{Costos Fijos}}{1-(\text{Costos variables/ingresos totales})}$$

CAPÍTULO VII

7 IMPACTO AMBIENTAL

7.1 IMPORTANCIA

Se entiende por impacto ambiental, el efecto que produce una determinada acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Técnicamente, es la alteración del medio ambiente, debido a la acción antrópica o a eventos naturales.

Actualmente el mundo está atravesando por un gran riesgo de sufrir un trastorno en lo referente a sus recursos naturales, ya que el ser humano se ha encargado de ir destruyendo poco a poco todo lo que a su paso se encuentra, y entre los principales modos de acabar con el planeta está la contaminación ambiental. Muchas fábricas, de toda clase; como, la automotriz, la maderera, de plásticos, la hotelera y también la gastronómica; se han encargado de ir devastando al planeta; por lo que es indispensable tomar conciencia de los peligros de la contaminación, e implantar medidas urgentes para frenar este proceso.

Todos los países muestran un gran interés por realizar campañas para la conservación del sistema. Se plantean los sistemas siguientes: el reciclaje, reducción y re-uso.Aprovechando esta preocupación social, desde hace unos años, han ido apareciendo en el mercado numerosos productos que en su nombre o etiqueta cuentan con atributos "eco", "bio", "ecológico".

Además hay que considerar que la sensibilidad y el respeto del medio ambiente es un fenómeno creciente que involucra todos los procesos de las empresas. Por lo tanto, no solo debemos entender la calidad como una herramienta

que nos ayudará a optimizar la empresa, sino como una filosofía de gestión integral que nos exige un respeto por nuestro entorno y una responsabilidad social. Todo restaurante se nutre de recursos finitos, y por tanto debe velar por mantener dicho entorno en las mejores condiciones posibles de limpieza, sostenibilidad, y salubridad. Y ello solo es posible, si la empresa se preocupa de controlar y gestionar sus desechos y su impacto ambiental.

Por lo que a continuación se van a plantear algunos manejos de desechos que **COPADI S.A.** va a implementar para colaborar con la preservación del medio ambiente.

En este establecimiento gastronómico se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- El establecimiento va a separar los desechos en orgánicos: residuos de comida, cáscaras de frutas, etc., e inorgánicos: papel, vidrio, cartón, plásticos con fundas biodegradables en sus respectivos tachos y realizará el desalojo de los mismos en los horarios establecidos para su recolección por el municipio. También se implementará el reciclaje en todo lo que sea posible.

- Minimización del consumo de energía, que se realizará por medio de una buena iluminación natural para lo cual se debe contar con unos ventanales lo suficientemente amplios y así la luz del día sea la que ilumine, además se utilizará acondicionadores de aire, refrigeradores y congeladores con sistema eco, focos ahorradores y se dará el debido mantenimiento a las instalaciones eléctricas.

- Reducción del consumo de agua: para lo cual se realizarán revisiones periódicas de las instalaciones de agua y se mantendrán bien cerradas las llaves, etc. Contar con un excelente drenaje, para desalojar todas las aguas sucias que salgan del uso diario y del trabajo cotidiano; además se realizará el control y mantenimiento de la trampa de grasa .

- Para realizar la limpieza de pisos y mesones se utilizará productos no químicos como detergentes y desinfectantes que no dañen el medio ambiente.

- Se emplearan diferentes métodos para la eliminación y erradicación de las posibles plagas que ataquen al establecimiento, como son: cucarachas, mosquitos, pulgas, polillas, ratas, moscas, etc.

7.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.2.1 CONCLUSIONES

Mediante el presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Según la encuesta un 53.19% de los entrevistados expresó que estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que se dedique a la elaboración de dietas para personas con diabetes, lo que muestra que la demanda de éstos potenciales consumidores es alta, con lo cual queda comprobado que la idea a defender de crear un establecimiento para diabéticos es factible.

- En la ciudad no existen establecimientos que brinden servicios de alimentación a domicilio para personas diabéticas, por lo que la propuesta de este proyecto, está bien encaminada.

- La clase de menús a ofrecerse para este sector debe cumplir con los requerimientos nutricionales específicos para éste tipo de clientes y que se oferte a la hora del almuerzo.

- Dadas las características del servicio que se ofrece y la novedad de presentar en el mercado una alternativa de menús saludable, adecuados para personas diabéticas y preocupadas por su salud, el producto por sí solo constituye en

un atractivo dentro del mercado debido a la tendencia de la población, ratificada en el estudio de mercado, de alimentarse de una mejor manera con la comodidad que ofrece el servicio a domicilio, lo que garantiza así la demanda de los productos ofrecidos.

- Los requisitos legales necesarios para la apertura de la empresa como una Sociedad Anónima son realizables y serán realizados por un abogado calificado. Por todas estas razones es técnicamente viable la creación de la empresa.

- Con los datos del estudio de mercado y el estudio técnico se pudo elaborar los presupuestos necesarios para poder evaluar la factibilidad económica de proyecto. Tanto los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como son el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno como los métodos contables que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, permitieron determinar que el proyecto es factible financieramente.

7.2.2 RECOMENDACIONES

- Es importante no lucrarse con la desgracia de otras personas, pero en este caso, al observar que la enfermedad avanza y no es posible encontrar una cura, lo mejor para que los diabéticos no se sientan excluidos, sería el instaurar, no solo un establecimiento sino varios, para dar una atención alimentaria adecuada acorde con sus necesidades.

- Mediante la prevención es la mejor manera para evitar este tipo de enfermedades, por lo que todos deben hacer conciencia para evitar la diabetes, a través de una adecuada dieta, ejercicio físico y evitando el sobrepeso.

- La alimentación equilibrada es lo primordial en la vida de las personas, por lo que abstenerse de comer no es la solución, por el contrario esto le acarreara mayores problemas, por eso deben cumplir con sus horarios de comida.

- Los estudiantes de gastronomía deben tener conocimiento de lo que es la nutrición en las diferentes enfermedades ya que en ésta vez el proyecto es para diabéticos pero hay otras enfermedades que requieren de un adecuado cuidado nutritivo por lo que nuestros futuros graduados deben implementar otros restaurantes que satisfagan las necesidades de éste tipo de patologías.

8. GLOSARIO

Antrópico: causado por el hombre. Se habla de factores antrópicos cuando nos referimos a la actividad humana, de riesgos antrópicos cuando se habla de nuestra intervención.

Caloría: Unidad de energía térmica equivalente a la cantidad de calor necesaria para elevar la temperatura de un gramo de agua en un grado centígrado, de 14,5 a 15,5° C, a la presión normal; equivale a 4,185 julios.

Catabolismo: Conjunto de procesos metabólicos de degradación desustancias para obtener otras más simples.

Colesterol: Alcohol esteroídico, blanco e insoluble en agua. Participa en la estructura de algunas lipoproteínas plasmáticas y a su presencia el exceso se atribuye la génesis de la aterosclerosis.

Costo bruto: Es el total de mercancías o materias primas utilizadas en cocina.

Costo unitario: Es el valor de todas las materias primas utilizadas en la elaboración de los platos.

Degradación: Transformación de una sustancia compleja en otra de estructura más sencilla.

Diabetes mellitus: El estado resultante de una carencia absoluta o relativa de insulina.

Diabetes: Enfermedad metabólica caracterizada por eliminación excesiva de orina, adelgazamiento, sed intensa y otros trastornos generales.

Fisiología: Ciencia que tiene por objeto el estudio de las funciones de los seres orgánicos.

Fisiológicas: Perteneciente o relativo a la fisiología.

Fructosa: Azúcar de la fruta; monosacáridos que, unido a la glucosa, constituye la sacarosa.

Gastos: Son todos aquellos pagos que tiene que llevar a cabo la empresa para poder operar, por ejemplo pago de luz, agua, arrendamiento, etc.

Gestación: Acción y efecto de gestar. Embarazo.

Gestacional: Relativo a la gestación.

Glucemia: Presencia de glucosa en la sangre. Medida de la cantidad de glucosa presente en la sangre.

Glucosa: Aldohexosa de seis átomos de carbono. Sólido blanco, muy soluble en agua, de sabor muy dulce, que se encuentra en muchos frutos maduros.

Hidratos de carbono: Compuesto químico que en el interior de nuestro organismo junto con las proteínas y lípidos, nos proporciona la energía necesaria para realizar las actividades y trabajos diarios.

Hipercalórica: Nivel superior de calorías que necesita el cuerpo.

Hipercatabolismo: Nivel superior del proceso de Catabolismo que resiste el cuerpo.

Hiperglucemia: Nivel de glucosa en la sangre superior al normal.

Hiperlipemia: Nivel de lípidos en la sangre superior al normal.

Hipoglucemia: Nivel de glucosa en la sangre inferior al normal

Insulina: (Biología) Hormona segregada por los islotes de Langerhans en el páncreas, que regula la cantidad de glucosa existente en la sangre.

Intolerancia: Falta de tolerancia. No resistencia a ciertos productos o compuestos químicos.

Inventario inicial: Es el valor total de la mercancía de alimentos que se encuentra en el restaurante al iniciar un periodo.

Inventario: Es el valor de todas las materias primas e insumos que se encuentran almacenados en el restaurante.

Mano de obra: Es el valor de la liquidación de todos los trabajadores que participan directa e indirectamente en el proceso de producción y operación del restaurante.

Materia prima: Elemento base para la elaboración de los productos o recetas del restaurante.

Mercado: Conjunto de todos los compradores potenciales de la empresa.

Metabolismo: Conjunto de reacciones químicas que efectúan constantemente las células de los seres vivos con el fin de sintetizar sustancias complejas a partir de otras más simples, o degradar aquellas para obtener estas.

Minerales: Existen 19 elementos minerales, la mayoría de los cuales son precisos para el organismo en cantidades muy pequeñas.

Nutrientes.- Son sustancias en las comidas que proveen energía y promueven el crecimiento y mantenimiento del organismo.

Obesidad: Cualidad de obeso.

Obeso: Dicho de una persona, excesivamente gorda.

Proteínas: La proteína es una parte esencial de toda la materia viva, en consecuencia resulta necesaria para el crecimiento corporal y para la reparación de los tejidos del organismo. La proteína vegetal aparece principalmente en las semillas de los vegetales, legumbres, cereales y frutos secos.

Vegetarianismo: Régimen alimentario que tiene como principio la abstención de carne y pescado y se basa en el consumo de cereales, legumbres, frutas y vegetales.

Vegetariano: Persona que practica el tipo de dieta vegetariana.

Vía Parenteral: Que se suministra intravenosamente.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Anzaldua-Morales, Antonio. (1994) La evaluación sensorial de los alimentos en la teoría y la práctica. Editorial Acribia. Zaragoza. España.

- Alcaldía Metropolitana de Quito, Dirección Metropolitana de Medio Ambiente (S/F) (on Line) [Fecha de acceso:02/08/2012] http://www.ecuadorambiental.com/doc/buenas_practicas.pdf

- Aranceta Bartrina, J. Miján, A (2008). CLÍNICAS ESPAÑOLAS DE NUTRICIÓN. Volumen I, España

- Basilio Moreno Esteban, A. Charro Salgado, NUTRICIÓN, ACTIVIDAD FÍSICA Y PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD,(2007) 1 y 2 Edición Editorial Médica Panamericana, S.A Estrategia NAOS, ISBN: 9788498351224

- CARLSSON, SONJA, (2002). ALIMENTOS QUE CURAN. Todo el poder de la comida sana en un abrir y cerrar de ojos, ISBN: 9788489897564 Páginas: 126 Editorial Arkano Books España.

- FAO (s/f) Título: Nutrición Humana en el Mundo en Desarrollo (On Line). [Fecha de acceso: 26/01/2012]. http://www.fao.org/docrep/006/W0073S/w0073s0c.htm#bm12.1x.

- Funiber (Fundación Iberoamericana), (s/f) I, II Y III tomo de Nutrición y Dietética [On Line] [Fecha de acceso: 15/06/2011]. *www.funiber.org*

- INEC. (s/f). Diez principales causas de morbilidad 2010. [On line]. [fecha de acceso: [28/01/2012]. www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view.

- Laza Muñoz, P, Laza Muñoz, J. (2003) Pre elaboración y Conservación de Alimentos. Editorial “Thompson Paraninfo” Madrid- España.

- Lourdes De Garza (2007) La dieta y el diabético 2da edición Editorial: Trillas México.

- Natural Restaurant Association. EE.UU (2008) Manual para el Examen de certificación del gerente de protección de alimentos ServSafe Cuarta Edición [On Line] [Fecha de acceso:01/06/2011] http://www.servsafe.com/downloads/pdfs/handbooks/ssfs-examinee-handbook-esp.

- Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES *Quito* (2008) libro.jpg *nuestro pan* Editado por el Programa Aliméntate Ecuador. (On Line) [Fecha de acceso: 02/08/2012]. http://www.ecuador.nutrinet.org.

- Miralpeix , Assumpta y Clapes, Jaume.(2006) Comer bien con hipertensión: sugerencias para una dieta apetitosa. Editorial. Debolsillo. España

- Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil. (s/f). Guía de Tramites. [On line]. [Fecha de acceso: 02/08/2012]. http://www.guayaquil.gob.ec/guia-de-tramites/formularios-para-los-tramites.

- Superintendencias de compañías. (s/f). Instructivo Societario para Constitución de Compañías y Actos Jurídicos. [On line]. [Fecha de acceso:01/06/2011]. http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf.

- Susana Zurschmitten, Graciela Hendlin, Nancy Nakazato, (2010) Medicina, Ciencias De La Salud, Nutrición, Editorial .Long Seller. Argentina.

10. ANEXOS

Anexo #1

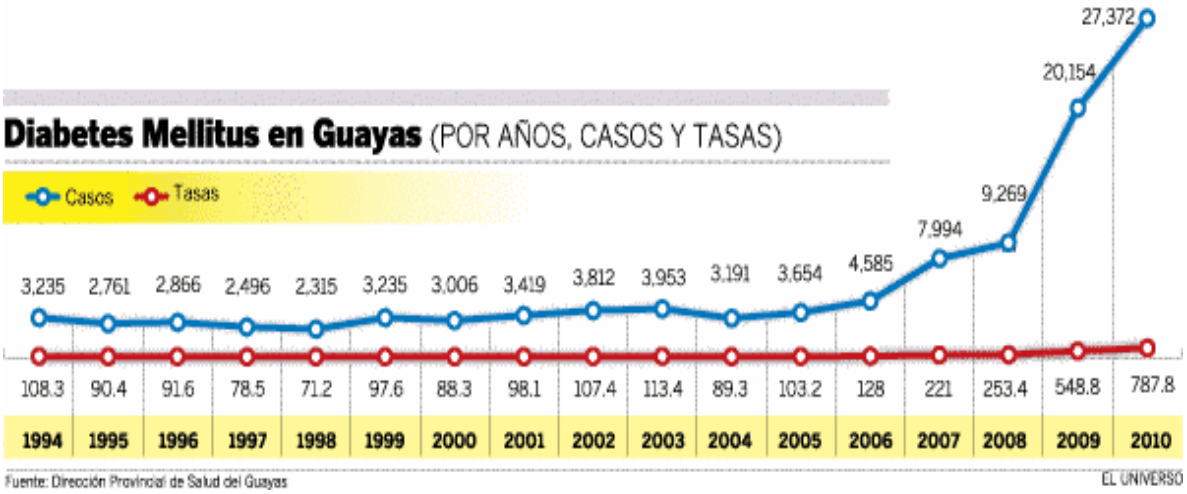
PRINCIPALES CAUSAS DE MORTALIDAD GENERAL AÑO 2010

LISTA CORTA DE AGRUPAMIENTO DE CAUSAS DE MUERTE (L.C. CIE-10)

			POBLACIÓN ESTIMADA 2010	14.204.900		
			TOTAL DE DEFUNCIONES	61.681		
			TASA DE MORTALIDAD GENERAL (x 10.000 hab.)	43,4		
Nº Orden	CÓDIGO L.C.	CÓD. CIE-10 DETALLADA	CAUSAS DE MUERTE	Número	%	Tasa
1	34	I10-I15	ENFERMEDADES HIPERTENSIVAS	4.309	7,0	30,3
2	26	E10-E14	DIABETES MELLITUS	4.017	6,5	28,3
3	46	J10-J18	INFLUENZA Y NEUMONÍA	3.361	5,4	23,7
4	57	V00-V89	ACCIDENTES DE TRANSPORTE TERRESTRE	3.304	5,4	23,3
5	42	I60-I69	ENFERMEDADES CEREBROVASCULARES	3.269	5,3	23,0
6	64	X85-Y09	AGRESIONES (HOMICIDIOS)	2.330	3,8	16,4
7	35	I20-I25	ENFERMEDADES ISQUÉMICAS DEL CORAZÓN	1.998	3,2	14,1
8	51	K70-K76	CIRROSIS Y OTRAS ENFERMEDADES DEL HÍGADO	1.933	3,1	13,6
9	41	I50-I51	INSUFICIENCIA CARDÍACA, COMPLICACIONES Y ENFERMEDADES MAL DEFINIDAS	1.850	3,0	13,0
10	55	P00-P96	CIERTAS AFECCIONES ORIGINADAS EN EL PERÍODO PRENATAL	1.618	2,6	11,4

Las Tasas de Mortalidad por causas, están relacionadas por 100.000 habitantes, por efectos de comparación internacional.
Fuente: INEC, Anuario de Estadísticas Vitales: Nacimientos y Defunciones. Año 2010

Anexo #2



Anexo #3

NIVEL 7, 6, 5: Aceites, grasas, azucares simples.
NIVEL 4, 3: Carnes, huevos y lácteos.
NIVEL 2: hortalizas y frutas.
NIVEL 1: cereales, legumbres y derivados.

Anexo #4

CAPITAL DE OPERACIÓN	
Denominación – Egresos	**Dólares**
Materiales directos	19,720.80

Mano de obra directa	22,441.25
Carga fabril *	4,259.04

BATERIAS DE COCINAS Y UTENSILIOS

Gastos de administración*	37,076.08
Gastos de ventas	7,270.58
TOTAL	**$ 90,767.75**

* Sin depreciación ni amortización

* El capital de operación se financiará durante el 1er. mes de operación

CAPITAL DE OPERACIÓN A FINANCIAR	**$ 7,563.98**

	Base	IVA	P. UNIT.	N. EQUIPOS	V. FINAL	V. TOTAL
						$1.313,98
Bowls grandes	$4,50	**$0,54**	**$5,04**	**10**	**$50,40**	
Bowls medianos	$3,50	**$0,42**	**$3,92**	**10**	**$39,20**	
Bowls pequeños	$2,00	**$0,24**	**$2,24**	**10**	**$22,40**	
Ollas medianas	$40,00	**$4,80**	**$44,80**	**5**	**$224,00**	
Ollas pequeñas	$20,00	**$2,40**	**$22,40**	**5**	**$112,00**	
Olla grande	$60,00	$7,20	$67,20	5	**$336,00**	
Sartenes de teflón pequeños	$11,00	**$1,32**	**$12,32**	**2**	**$24,64**	
Sartenes de teflón grandes	$30,00	$3,60	$33,60	2	**$67,20**	
Sartenes de teflón medianos	$20,00	**$2,40**	**$22,40**	**2**	**$44,80**	
Rallador metálico	$12,50	**$1,50**	**$14,00**	**1**	**$14,00**	
Cuchillos de sierra	$6,00	**$0,72**	**$6,72**	**1**	**$6,72**	
cuchillos de chef	$12,35	**$1,48**	**$13,83**	**3**	**$41,50**	
Jarras medidoras de un litro	$11,50	$1,38	$12,88	1	**$12,88**	
Cernidor de metal	$9,00	**$1,08**	**$10,08**	**1**	**$10,08**	
Espátulas metálicas	$2,80	**$0,34**	**$3,14**	**2**	**$6,27**	
Pinzas	$2,10	**$0,25**	**$2,35**	**5**	**$11,76**	
Brochas	$1,50	**$0,18**	**$1,68**	**3**	**$5,04**	
Batidores de alambre	$7,00	**$0,84**	**$7,84**	**4**	**$31,36**	
tablas de plástico	$11,35	$1,36	$12,71	3	**$38,14**	
Cucharones	$4,00	**$0,48**	**$4,48**	**4**	**$17,92**	
cucharetas de servicio	$2,75	$0,33	$3,08	6	**$18,48**	
Espátula de palo	$1,00	**$0,12**	**$1,12**	**2**	**$2,24**	
Puntilla	$4,50	$0,54	$5,04	2	**$10,08**	
Chinos metálicos	$15,00	**$1,80**	**$16,80**	**2**	**$33,60**	
Moldes de torta	$6,00	$0,72	$6,72	2	**$13,44**	
Latas de horno	$14,00	$1,68	$15,68	5	**$78,40**	
Espumaderas	$2,50	**$0,30**	**$2,80**	**2**	**$5,60**	
Moldes cuadrados	$5,00	$0,60	$5,60	2	**$11,20**	
Moldes redondos	$5,00	**$0,60**	**$5,60**	**2**	**$11,20**	
coladores de malla	$6,00	**$0,72**	**$6,72**	**2**	**$13,44**	
	$332,85	$39,94	$372,79			**$1.313,98**

Anexo #5

EQUIPAMIENTO

	Base	IVA	P. UNIT.	N. EQUIPOS	V. FINAL	V. TOTAL
						$5.386,08
Cocina Industrial	$450,00	$54,00	$504,00	1	$504,00	
Campana	$400,00	$48,00	$448,00	1	$448,00	
Congelador	$1.100,00	$132,00	$1.232,00	1	$1.232,00	
Refrigeradora	$1.000,00	$120,00	$1.120,00	1	$1.120,00	
batidora	$100,00	$12,00	$112,00	1	$112,00	
balanza digital	$85,00	$10,20	$95,20	1	$95,20	
Repisas	$90,00	$10,80	$100,80	6	$604,80	
Licuadora	$114,00	$13,68	$127,68	1	$127,68	
Plancha	$200,00	$24,00	$224,00	1	$224,00	
Parrilla	$150,00	$18,00	$168,00	1	$168,00	
Trampa de grasa	$150,00	$18,00	$168,00	1	$168,00	
micro-ondas	$120,00	$14,40	$134,40	1	$134,40	
Horno	$400,00	$48,00	$448,00	1	$448,00	
					TOTAL. . .	$5.386,08

OTROS ACTIVOS	
	TOTAL
Muebles y Enseres	2.886,00
Equipo de Computación	2.400,00
Puesta en marcha de maquinaria	215,44
Certificado de Funcionamiento y Permisos	**262,40**
Moto	**2.500,00**
TOTAL. . .	**$ 8.263,84**

Muebles y Enseres	**2.886,00**
Gastos de Puesta en marcha Maq.	**215,44**
Certificado de Funcionamiento y Permisos	**262,40**
Capital de Trabajo	**7.563,98**
Equipo de Computación	**2.400,00**
Maquinaria	**6.700,06**
Moto	**2.500,00**
Total	**$22.527,89**

Anexo #6

CAPITAL PROPIO		
INVERSIONISTA	**MONTO APORTADO**	**% Partic.**
Mariana Chalen Ruiz	5,744.61	50.00%
Paola Carrión Pacheco	5,744.61	50.00%
TOTAL APORTADO	**$11,489.22**	**100.00%**

Anexo #7

Capital	**11,038.66**	
Tiempo	36.00	Meses
Tasa	0.0098	mensual
Cuota	365.27	mensual

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
#	**Vencimiento**	**Intereses**	**Capital**	**Cuota**	**K Reducido**
0					11,038.66
1	13-mar-09	107.99	257.28	365.27	10,781.39
2	12-abr-09	105.48	259.79	365.27	10,521.59
3	12-may-09	102.94	262.34	365.27	10,259.26
4	11-jun-09	100.37	264.90	365.27	9,994.35
5	11-jul-09	97.78	267.49	365.27	9,726.86
6	10-ago-09	95.16	270.11	365.27	9,456.75
7	09-sep-09	92.52	272.75	365.27	9,183.99
8	09-oct-09	89.85	275.42	365.27	8,908.57
9	08-nov-09	87.16	278.12	365.27	8,630.46
10	08-dic-09	84.43	280.84	365.27	8,349.62
11	07-ene-10	81.69	283.59	365.27	8,066.03
12	06-feb-10	78.91	286.36	365.27	7,779.67
13	08-mar-10		289.16	365.27	7,490.51

		76.11			
14	07-abr-10	73.28	291.99	365.27	7,198.52
15	07-may-10	70.43	294.85	365.27	6,903.67
16	06-jun-10	67.54	297.73	365.27	6,605.94
17	06-jul-10	64.63	300.64	365.27	6,305.30
18	05-ago-10	61.69	303.59	365.27	6,001.71
19	04-sep-10	58.72	306.56	365.27	5,695.16
20	04-oct-10	55.72	309.55	365.27	5,385.60
21	03-nov-10	52.69	312.58	365.27	5,073.02
22	03-dic-10	49.63	315.64	365.27	4,757.38
23	02-ene-11	46.54	318.73	365.27	4,438.65
24	01-feb-11	43.42	321.85	365.27	4,116.80
25	03-mar-11	40.28	325.00	365.27	3,791.81
26	02-abr-11	37.10	328.18	365.27	3,463.63
27	02-may-11	33.89	331.39	365.27	3,132.24
28	01-jun-11	30.64	334.63	365.27	2,797.61
29	01-jul-11	27.37	337.90	365.27	2,459.71
30	31-jul-11	24.06	341.21	365.27	2,118.50
31	30-ago-11	20.73	344.55	365.27	1,773.96
32	29-sep-11	17.36	347.92	365.27	1,426.04
33	29-oct-11	13.95	351.32	365.27	1,074.72
34	28-nov-11	10.51	354.76	365.27	719.96
35	28-dic-11	7.04	358.23	365.27	361.73
36	27-ene-12	3.54	361.73	365.27	-0.00

TOTAL		**$ 2,111.14**	**$ 11,038.66**	**$ 13,149.80**	

* **Crédito bancario:**	Banco Bolivariano	
* **Valor a financiar:**	11,038.66	USD
* **Plazo :**	36.00	meses
* **Forma de pago:**	Amortización gradual	
* **Pagos:**	Mensuales	
* **Tasa de interés:**	11.74%	Anual

Anexo #8

FINANCIAMIENTO			
DENOMINACIÓN		**VALOR**	**%**
INVERSIÓN FIJA		14,963.91	66.42%
CAPITAL DE OPERACIÓN		7,563.98	33.58%
	INVERSIÓN TOTAL	22,527.89	100.00%
	CAPITAL SOCIAL	11,489.22	51.00%
	FINANCIAMIENTO	11,038.66	49.00%
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN			
Capital Social suscrito y pagado	11,489.22		
Financiamiento (crédito)*	11,038.66		
TOTAL			**$ 22,527.89**
* Crédito bancario: Banco Bolivariano a 10 años, con pagos mensuales y una tasa del 11,74% anual			
		14,963.91	

Anexo #9

VENTAS NETAS				
Producto	**Cantidad**	**P.U.**	**Mensual**	**Anual**
MENU 1	220	$ 7,00	$1.540,00	$18.480,00
MENU 2	220	$ 7,00	$1.540,00	$18.480,00
MENU 3	220	$ 7,00	$1.540,00	$18.480,00
MENU 4	220	$ 7,00	$1.540,00	$18.480,00
MENU 5	220	$ 7,00	$1.540,00	$18.480,00
MENU 6	220	$ 7,00	$1.540,00	$18.480,00
TOTAL . . .	**$1.320,00**			**$110.880,00**

Anexo #10

COSTOS DE VENTA			
Denominación		**Dólares**	**%**
Materiales Directos (Anexo D-1)		19.720,80	42,00%
Mano de Obra Directa (Anexo D-2)		22.441,25	47,79%
Carga fabril (Anexo D-3)		4.797,65	10,22%
Mano de obra indirecta	0,00		0,00%
Depreciación	538,61		11,23%
Suministros	1.350,00		28,14%
Reparación y mantenimiento	2.500,00		52,11%
Seguros	269,30		5,61%
Imprevistos	139,74		2,91%
	TOTAL	**$ 46.959,70**	**100,00%**

Anexo #11

RECETA ESTÁNDAR # 1				
NOMBRE DEL PLATO				
SOPA DE ALBONDIGAS				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Carne de res molida	kg	0.025	10	0.25
arveja	kg	0.008	1.8	0.0144
zanahoria amarilla	kg	0.008	1.26	0.01008
cebolla blanca	kg	0.002	0.9	0.0018
Huevo	kg	0.005	0.15	0.00075
miga de pan	kg	0.003	1	0.003
aceite	kg	0.006	2	0.012
Apio	kg	0.0005	0.9	0.00045
Ajo	kg	0.001	1	0.001
arroz	kg	0.005	1	0.005
Pimiento	kg	0.005	1	0.005
comino	kg	0.0002	1	0.0002
Pimienta	kg	0.0001	1	0.0001
Perejil	kg	0.0005	1	0.0005
		Costo neto		0.30
		10% varios		0.03
		Costo total		0.33
		Costo por porción		0.33

RECETA ESTÁNDAR # 2
NOMBRE DEL PLATO

COLIFLOR REBOZADA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Coliflor	0.045	Kg	1.6	0.072
mantequilla	0.003	Kg	6	0.018
Harina de trigo	0.003	Kg	1.4	0.0042
Nuez moscada	0.0001	Kg	1	0.0001
		Costo neto		0.09
		10% varios		0.01
		Costo total		0.10
		Costo por porción		0.10

RECETA ESTÁNDAR # 3				
NOMBRE DEL PLATO				
CARNE EN SALSA DE PIMIENTOS				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Carne de res	0.025	Kg	10	0.25
Pimiento verde	0.005	Kg	1	0.005
Pimiento rojo	0.005	Kg	1.5	0.0075
Mantequilla	0.003	Kg	6	0.018
Harina de trigo	0.003	Kg	1.4	0.0042
Cebolla paiteña	0.008	Kg	0.9	0.0072
Comino	0.0002	Kg	1	0.0002
Pimienta	0.0001	Kg	1	0.0001
		Costo neto		0.29
		10% varios		0.03
		Costo total		0.32
		Costo por porción		0.32

RECETA ESTÁNDAR # 4
NOMBRE DEL PLATO

PAPA PEREJILADA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Papa	0.2	Kg	0.9	0.18
Mantequilla	0.005	Kg	6	0.03
Perejil	0.01	Kg	1	0.010
		Costo neto		0.04
		10% varios		0.00
		Costo total		0.04
		Costo por porción		0.04

RECETA ESTÁNDAR # 5				
NOMBRE DEL PLATO				
ENSALDA DE FRUTAS				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Naranja	0.15	kg	0.5	0.075
Uva	0.09	kg	3	0.27
Kiwi	0.1	kg	1	0.1
Melón	0.15	kg	0.5	0.075
		Costo neto		0.52
		10% varios		0.05
		Costo total		0.57
		Costo por porción		0.57

RECETA ESTÁNDAR # 6

NOMBRE DEL PLATO				
CREMA ESPINACA CON TOSTADO				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Espinaca	0.02	kg	1	0.02
Cebolla blanca	0.002	kg	1	0.002
Harina de trigo	0.012	kg	1.4	0.0168
Mantequilla	0.003	kg	6	0.018
Hueso para caldo	0.035	kg	2	0.07
Apio	0.001	kg	0.9	0.0009
Leche	0.04	kg	0.95	0.038
Maíz	0.02	kg	2.2	0.044
Aceite	0.004	kg	2	0.008
Ajo	0.0005	kg	1	0.0005
Comino	0.0002	kg	1	0.0002
Pimienta	0.0001	kg	1	0.0001
		Costo neto		0.22
		10% varios		0.02
		Costo total		0.24
		Costo por porción		0.24

RECETA ESTÁNDAR # 7				
NOMBRE DEL PLATO				
CORVINA A LA PLANCHA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Corvina	0.09	Kg	5	0.45
Tomate riñón	0.03	Kg	1	0.03
Ajo	0.001	Kg	1	0.001
Perejil	0.003	Kg	1	0.003
		Costo neto		0.48
		10% varios		0.05
		Costo total		0.53
		Costo por porción		0.53

RECETA ESTÁNDAR # 8				
NOMBRE DEL PLATO				
ENSALADA DE ARVEJAS CON ZANAHORIA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Arvejas	0.03	Kg	1.8	0.054
Zanahoria amarilla	0.035	Kg	1.26	0.0441
Cebolla paiteña	0.01	Kg	0.9	0.009
Pimiento	0.01	Kg	1	0.01
Aceite	0.002	Kg	2	0.004
Limón	1	Unidad	0.04	0.04
		Costo neto		0.11
		10% varios		0.01
		Costo total		0.12
		Costo por porción		0.12

RECETA ESTÁNDAR # 9

NOMBRE DEL PLATO				
ARROZ GRANEADO				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Arroz	0.06	Kg	1	0.06
Cebolla blanca	0.002	Kg	0.9	0.0018
Ajo	0.0005	Kg	1	0.0005
Aceite	0.007	ML	2	0.014
		Costo neto		0.08
		10% varios		0.01
		Costo total		0.08
		Costo por porción		0.08

RECETA ESTÁNDAR # 10				
NOMBRE DEL PLATO				
SANDIA AL NATURAL				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Sandia	0.2	KG	1	0.2
		Costo neto		0.20
		10% varios		0.02
		Costo total		0.22
		Costo por porción		0.22

RECETA ESTÁNDAR # 11				
NOMBRE DEL PLATO				
SOPA BORBONESA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Carne de res	0.013	Kg	10	0.13
Pollo	0.005	Kg	4.5	0.0225
Zanahoria amarilla	0.008	Kg	1.26	0.01008
Cebolla puerro	0.002	Kg	1.2	0.0024
Mantequilla	0.003	Kg	6	0.018
Supan	0.009	Kg	1	0.009
Apio	0.0005	Kg	0.9	0.00045
Ajo	0.0005	Kg	1	0.0005
Cilantro	0.0004	Kg	1	0.0004
Comino	0.0002	Kg	1	0.0002
Pimienta	0.0001	Kg	1	0.0001
		Costo neto		0.19
		10% varios		0.02
		Costo total		0.21
		Costo por porción		0.21

RECETA ESTÁNDAR # 12				
NOMBRE DEL PLATO				
POLLO CON CHAMPIÑONES				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Pollo	0.05	Kg	4.5	0.225
Champiñones	0.01	Kg	2.68	0.0268
Cebolla perla	0.01	Kg	0.9	0.009
Mantequilla	0.005	Kg	6	0.03
Comino	0.0002	Kg	1	0.0002
Pimienta	0.0001	Kg	1	0.0001
		Costo neto		0.29
		10% varios		0.03
		Costo total		0.32
		Costo por porción		0.32

RECETA ESTÁNDAR # 13				
NOMBRE DEL PLATO				
ENSALADA VERDE				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Lechuga	0.03	Kg	2.5	0.075
Pimiento	0.005	Kg	1	0.005
Aguacate	0.06	Kg	2.57	0.1542
Cebolla perla	0.01	Kg	0.9	0.009
Aceitunas	0.01	Kg	5	0.05
		Costo neto		0.29
		10% varios		0.03
		Costo total		0.32
		Costo por porción		0.32

RECETA ESTÁNDAR # 14

NOMBRE DEL PLATO				
PAPA AL NATURAL				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Papa	0.15	kg	0.9	0.135
			Costo neto	0.14
			10% varios	0.01
			Costo total	0.15
			Costo por porción	0.15

RECETA ESTÁNDAR # 15				
NOMBRE DEL PLATO				
INFUSION				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Hierba luisa	1	Unidad	0.5	0.5
Azucar	0.025	kg	1	0.025
			Costo neto	0.53
			10% varios	0.05
			Costo total	0.58
			Costo por porción	0.58

RECETA ESTÁNDAR # 16

NOMBRE DEL PLATO				
PIÑA AL NATURAL				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Piña	0.19	kg	1.5	0.285
			Costo neto	0.29
			10% varios	0.03
			Costo total	0.31
			Costo por porción	0.31

RECETA ESTÁNDAR # 17				
NOMBRE DEL PLATO				
LOCRO DE ACELGA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Acelga	0.02	kg	1.8	0.036
Papa	0.15	kg	0.9	0.135
Queso	0.01	kg	6	0.06
Cebolla blanca	0.002	kg	1	0.002
Cilantro	0.001	kg	1	0.001
Leche	0.04	lt	0.95	0.038
Ajo	0.0005	kg	1	0.0005
Apio	0.0005	kg	0.9	0.00045
			Costo neto	0.27
			10% varios	0.03
			Costo total	0.30
			Costo por porción	0.30

RECETA ESTÁNDAR # 18

NOMBRE DEL PLATO				
SALON AL JEREZ				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Carne de res	0.05	kg	2.3	0.115
Vino madera o jerez	0.003	lt	6	0.018
Pasta de tomate natural	0.008	ml	1	0.008
cebolla paitena	0.01	kg	0.9	0.009
Ajo	0.001	kg	1	0.001
Champiñones	0.01	kg	1.2	0.012
Harina de trigo	0.003	kg	1.8	0.0054
Mantequilla	0.003	kg	6	0.018
Perejil	0.001	kg	1.000	0.001
		Costo neto		0.19
		10% varios		0.02
		Costo total		0.21
		Costo por porción		0.21

RECETA ESTÁNDAR # 19				
NOMBRE DEL PLATO				
ENSALADA VAINITA CON PAPA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			1	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Vainita	0.04	kg	2	0.08
Papa	0.03	kg	0.9	0.027
Pimiento	0.01	kg	1	0.01
Cebolla paiteña	0.01	Unidad	0.9	0.009
Aceite	0.002	lt	2	0.004
Aceituna	0.03	kg	5	0.15
Limón	1	Unidad	0.04	0.04
		Costo neto		0.32
		10% varios		0.03
		Costo total		0.35

Costo por porción	0.35

RECETA ESTÁNDAR # 20				
NOMBRE DEL PLATO				
COMPOTA DE FRUTILLAS				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Frutilla	0.05	lt	2.2	0.11
Azúcar	0.025	kg	1	0.025
Canela	0.0001	kg	6	0.0006
		Costo neto		0.14
		10% varios		0.01
		Costo total		0.15
		Costo por porción		0.15

RECETA ESTÁNDAR # 21				
NOMBRE DEL PLATO				
TE CON LIMON				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Te	1	Unidad	0.1	0.1
Azucar	0.018	kg	1	0.018
Limon	1	Unidad	0.04	0.04
		Costo neto		0.16
		10% varios		0.02
		Costo total		0.17
		Costo por porción		0.17

RECETA ESTÁNDAR # 22				
NOMBRE DEL PLATO				
SOPA DE AVENA CON TOMATE				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Avena	0.01	kg	1	0.01
Tomate riñón	0.02	kg	1	0.02
Pimiento	0.005	kg	1	0.005
Cebolla blanca	0.003	kg	1	0.003
Aceite	0.002	ml	2	0.004
Queso	0.01	kg	6	0.06
Perejil	0.001	kg	1	0.001
Ajo	0.0005	kg	1	0.0005
Apio	0.0005	kg	0.9	0.00045
Cebolla paiteña	0.003	kg	0.9	0.0027
		Costo neto		0.11
		10% varios		0.01
		Costo total		0.12
		Costo por porción		0.12

RECETA ESTÁNDAR # 23				
NOMBRE DEL PLATO				
POLLO MARENGO				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Pollo	0.066	kg	4.5	0.297
Aceite	0.004	ml	2	0.008
Cebolla paiteña	0.01	kg	0.9	0.009
Maicena	0.003	kg	1.2	0.0036
Tomate riñón	0.02	kg	1	0.02
Vino blanco	0.003	lt	6	0.018
Laurel	0.0001	kg	6	0.0006
Clavo de olor	0.00005	kg	6	0.0003
Pimienta	0.0001	kg	1	0.0001
Champiñones	0.01	kg	2.68	0.0268
		Costo neto		0.38
		10% varios		0.04
		Costo total		0.42
		Costo por porción		0.42

RECETA ESTÁNDAR # 24				
NOMBRE DEL PLATO				
ENSALADA RICA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Vainita	0.04	kg	2	0.08
Zanahoria amarilla	0.025	kg	1.26	0.0315
Choclo	0.018	kg	2.2	0.0396
Limón	1	Unidad	0.04	0.04
Aceite	0.004	lt	2	0.008
Mayonesa light	0.004	kg	2.5	0.01
Perejil	0.0005	kg	1	0.0005
		Costo neto		0.21
		10% varios		0.02
		Costo total		0.23
		Costo por porción		0.23

RECETA ESTÁNDAR # 25				
NOMBRE DEL PLATO				
AVENA CON NARANJILLA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Avena	0.01	kg	1	0.01
Naranjilla	0.015	kg	2	0.03
Azúcar	0.02	kg	1	0.02
Canela	0.0001	kg	6	0.0006
		Costo neto		0.06
		10% varios		0.01
		Costo total		0.07
		Costo por porción		0.07

RECETA ESTÁNDAR # 26				
NOMBRE DEL PLATO				
MANGO AL NATURAL				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Mango	0.15	kg	1	0.15
		Costo neto		0.15
		10% varios		0.02
		Costo total		0.17
		Costo por porción		0.17

RECETA ESTÁNDAR # 27				
NOMBRE DEL PLATO				
ENSALADA DELICIA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Choclo	0.03	kg	2.2	0.066
Pimiento	0.01	kg	1	0.01
Manzana	0.02	kg	1	0.02
Jamón	0.015	kg	6	0.09
Apio	0.01	kg	0.9	0.009
Huevo	0.033	Unidad	0.15	0.00495
Aceite	0.008	lt	2	0.016
Limón	1	Unidad	0.04	0.04
Mostaza	0.002	kg	1.6	0.0032
		Costo neto		0.26
		10% varios		0.03
		Costo total		0.29
		Costo por porción		0.29

RECETA ESTÁNDAR # 28				
NOMBRE DEL PLATO				
CARNE A LA PLANCHA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Carne de res	0.06	kg	4	0.24
Ajo	0.001	kg	1	0.001
Comino	0.0002	kg	1	0.0002
Pimienta	0.0001	kg	1	0.0001
Aceite	0.006	ml	2	0.012
		Costo neto		0.25
		10% varios		0.03
		Costo total		0.28
		Costo por porción		0.28

RECETA ESTÁNDAR # 29				
NOMBRE DEL PLATO				
CREMA DE COLIFLOR				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Coliflor	0.03	kg	1.6	0.048
Cebolla puerro	0.005	kg	1.2	0.006
Mantequilla	0.002	kg	6	0.012
Harina de trigo	0.003	kg	1.4	0.0042
Papa nabo	0.008	kg	1.2	0.0096
Leche	0.02	ml	0.95	0.019
Ajo	0.0005	kg	1	0.0005
Apio	0.00005	kg	0.9	0.000045
		Costo neto		0.10
		10% varios		0.01
		Costo total		0.11
		Costo por porción		0.11

RECETA ESTÁNDAR # 30				
NOMBRE DEL PLATO				
LIMONADA				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Limón	2	Unidad	0.04	0.08
Azúcar	0.025	kg	1	0.025
		Costo neto		0.11
		10% varios		0.01
		Costo total		0.12
		Costo por porción		0.12

RECETA ESTÁNDAR # 31				
NOMBRE DEL PLATO				
YUCA AL VAPOR				
FECHA:				
NÚMERO DE PORCIÓN:			**1**	
Ingredientes	**Cantidad**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Yuca	0.02	kg	1.6	0.032
		Costo neto		0.03
		10% varios		0.00
		Costo total		0.04
		Costo por porción		0.04

Anexo #12

PRECIO REFERENCIAL DE LA CARTA

	CARTA O MENU	COSTO	TOTAL
MENÚ #1	SOPA DE ALBONDIGAS	$0,33	
	COLIFLOR REBOZADA	$0,10	
	CARNE EN SALSA DE PIMIENTOS	$0,32	
	PAPA PERELIJIDA	$0,04	
	ENSALADA DE FRUTAS	$0,57	$1,36
MENÚ #2	CREMA ESPINACA CON TOSTADO	$0,24	
	CORVINA A LA PLANCHA	$0,53	
	ENSALADA DE ARVEJAS CON ZANAHORIA	$0,12	
	ARROZ GRANEADO	$0,08	
	SANDIA AL NATURAL	$0,22	$1,19
MENÚ #3	SOPA BORBONESA	$0,21	
	POLLO CON CHAMPIÑONES	$0,32	
	ENSALADA VERDE	$0,32	
	PAPA AL NATURAL	$0,15	
	INFUSION DE HIERBALUISA	$0,58	
	PIÑA AL NATURAL	$0,31	$1,89
MENÚ #4	LOCRO DE ACELGA	$0,30	
	SALON AL JEREZ	$0,21	
	ENSALADA VAINITA CON PAPA	$0,35	
	COMPOTA DE FRUTILLAS	$0,15	
	TE CON LIMON	$0,17	$1,18
MENÚ #5	SOPA DE AVENA CON TOMATE	$0,12	
	POLLO MARENGO	$0,42	
	ENSALDA RICA	$0,23	
	AVENA CON NARANJILLA	$0,07	
	MANGO AL NATURAL	$0,17	$1,01
MENÚ #6	ENSALDA DELICIA	$0,29	
	CARNE A LA PLANCA	$0,28	
	CREMA DE COLIFLOR	$0,11	
	LIMONADA	$0,12	
	YUCA AL VAPOR	$0,04	$0,84

MATERIALES DIRECTOS				
Denominación	Cantidad	VALOR ($)		Total Anual
		Unit.	Total Mensual	
MENU 1	220	$1,36	$299,20	$3.590,40
MENU 2	220	$1,19	$261,80	$3.141,60
MENU 3	220	$1,89	$415,80	$4.989,60
MENU 4	220	$1,18	$259,60	$3.115,20
MENU 5	220	$1,01	$222,20	$2.666,40
MENU 6	220	$0,84	$184,80	$2.217,60
MENU 7	0	$0,00	$0,00	$0,00
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	1320		**$ 1.643,40**	**$ 19.720,80**

Anexo # 13

Anexo # 14

SALARIO DE PERSONAL

	A	B B = A	**C** C = (SMV)	**F**	**G**	**H** (B + C…G)/12	**I** (H/30)*1.5532	**J** I/(A/30)	**K** I/8
Puesto	**Sueldo Unificado**	**Decimo Tercero**	**Decimo Cuarto**	**Aporte Patronal**	**Fondo de Reserva**	**Total Mensual**	**Jornada Real**	**Factor S. Real**	**Costo Hora**
Jefe de cocina	500.00	500.00	292.00	669.00	499.80	663.40	34.35	2.06	4.29
Cocinero	300.00	300.00	292.00	401.40	299.88	407.77	21.11	2.11	2.64
Limpieza	295.00	295.00	292.00	394.71	294.88	401.38	20.78	2.11	2.60
Repartidor	292.00	292.00	292.00	390.70	291.88	397.55	20.58	2.11	2.57
Administrativo									
Contador Administrador	900.00	900.00	292.00	1,204.20	899.64	1174.65	60.82	2.03	7.60
Asistente	500.00	500.00	292.00	669.00	499.80	663.40	34.35	2.06	4.29
Recepcionista	300.00	300.00	292.00	401.40	299.88	407.77	21.11	2.11	2.64
Nutricionista	292.00	292.00	292.00	390.70	291.88	397.55	20.58	2.11	2.57
						9,015.60			

Anexo # 15

MANO DE OBRA DIRECTA				
CLASIFICACIÓN DEL TRABAJO.	**PERS.REQ.**	**SUELDO**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Jefe de cocina	1	663,40	663,40	7960,80
Cocinero	1	407,77	407,77	4.893,28
Limpieza	1	401,38	401,38	4.816,59
Repartidor	1	397,55	397,55	4.770,58
T O T A L . . .	**4**	**$1.870,10**	**$ 1.870,10**	**$ 22.441,25**

Anexo # 16

CARGA FABRIL

MANO DE OBRA INDIRECTA

DEPRECIACION			
Concepto	**Costo**	**Vida util (años)**	**Valor anual**
Equipo	5,386.08	10	538.61
SUMAN	**$ 5,386.08**		**$ 538.61**

SUMINISTROS			
Concepto	**CanT. Anual**	**Unitario**	**Total**
Energía eléctrica (Kwh)	2500	0.14	350.00
Agua (m3)	500	0.80	400.00
Gas	24	25.00	600.00
SUMAN		**$ 0.94**	**$ 1,350.00**

REPARACIONES y MANTENIMIENTO		
Concepto	**%**	**Valor total**
Valor reparaciones y mantenimiento		2,500.00
Maquinaria y equipo	65%	1,625.00
Inmueble	35%	875.00
SUMAN		**$ 2,500.00**

SEGUROS		
Concepto	**%**	**Total**
Maquinaria y equipo	5%	**269.30**
SUMAN		**$ 269.30**
	TOTAL	4,657.91

Imprevistos de la carga fabril		
Concepto		**Total**
3% de los rubros anteriores	3%	$ 139.74
	TOTAL GENERAL	**$ 4,797.65**

Anexo # 17

GASTOS DE VENTAS

Promociones y ofertas			**2.500,00**	
Nutricionista			**4.770,58**	
Gastos de Publicidad				**7.270,58**
TOTAL GENERAL				**$ 7.270,58**

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES

Gatos de Personal	**No.**	**Sueldo mensual**	**T. mensual**	**Total anual**
Contador Administrador	1	1.174,65	1.174,65	14.095,84
Asistente	1	663,40	663,40	7.960,80
Recepcionista	1	407,77	407,77	4.893,28
SUMAN	**4**		**2.245,83**	**26.949,92**
Gastos de oficina (papelería, tlf., internet)				**1.800,00**
Arriendos				**7.200,00**
Cargas Sociales				
Depreciación de muebles y enseres (10 años)	2.886,00		10	288,60
Equipos de Computo	2.400,00		3	800,00
Moto	2.500,00		5	500,00
SUMAN				**1.588,60**
Imprevistos	3%			**1.126,16**
TOTAL GENERAL				**$ 38.664,68**

GASTOS FINANCIEROS		
Gastos Financieros		
Interés de Préstamo del 1er año		1.124,28
SUMAN		**1.124,28**
TOTAL GENERAL		**$ 1.124,28**

Anexo # 18

Balance General

	2013		2013
ACTIVOS		**PASIVOS**	
Activos Corriente		**Pasivo Corriente**	
Caja	0,00	Préstamo	11.038,66
Capital de Operación	7.563,98	Participación a Trabajadores	0,00
Gasto de P. Marcha Maq.	215,44	Impuestos por pagar	0,00
Certi. de Funcionamiento	262,40		
Total A. corriente	**8.041,82**	**TOTAL PASIVOS**	**11.038,66**
Activos Fijos			
Maquinaria	6.700,06	**CAPITAL**	
Muebles y Enseres	2.886,00	Capital Social	11.489,22
Equipos de Computación	2.400,00	Utilidad del ejercicio	0,00
Moto	2.500,00	Utilidad acumulada	0,00
Total A. Fijo	**14.486,06**	**TOTAL CAPITAL**	**11.489,22**
TOTAL ACTIVOS	**22.527,89**	**TOTAL PASIVO+CAPITAL**	**22.527,89**

Anexo # 19

ESTADO DE RESULTADOS										
Año	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Ventas	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00
Costos de Ventas	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70	46.959,70
Margen de Contribución	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**	**63.920,30**
% Margen de contribución	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**	**57,65%**
GASTOS DE VENTAS	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERA	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68	38.664,68
GASTOS FINANCIEROS	1.124,28	720,40	266,47	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	1.758,61	1.758,61	1.758,61	$1.758,61	$1.758,61	$1.758,61	$1.758,61	$1.758,61	$1.758,61	$1.758,61
Total Gastos	**48.818,14**	**48.414,26**	**47.960,33**	**47.693,86**	**47.693,86**	**47.693,86**	**47.693,86**	**47.693,86**	**47.693,86**	**47.693,86**
= Utilidad antes rep. Util e imp.	15.102,16	15.506,04	15.959,97	16.226,44	16.226,44	16.226,44	16.226,44	16.226,44	16.226,44	16.226,44
(-) 15% Util. a trabajadores	2.265,32	2.325,91	2.394,00	2.433,97	2.433,97	2.433,97	2.433,97	2.433,97	2.433,97	2.433,97
= Util. antes de impuestos	12.836,84	13.180,13	13.565,98	13.792,47	13.792,47	13.792,47	13.792,47	13.792,47	13.792,47	13.792,47
(-) 25% Impuesto a la renta	3.209,21	3.876,51	3.989,99	4.056,61	4.056,61	4.056,61	4.056,61	4.056,61	4.056,61	4.056,61
Utilidad Neta:	**$ 9.627,63**	**$ 11.629,53**	**$ 11.969,98**	**$ 12.169,83**	**$ 12.169,83**	**$ 12.169,83**	**$ 12.169,83**	**$ 12.169,83**	**$ 12.169,83**	**$ 12.169,83**
Utilidad Acumulada:	**9.627,63**	**21.257,16**	**33.227,14**	**45.396,97**	**57.566,80**	**69.736,62**	**81.906,45**	**94.076,28**	**106.246,11**	**118.415,94**

Anexo # 20

FLUJO DE CAJA

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Año	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
INGRESO											
Ventas		110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00
Flujo Año Anterior											
Total Ingresos	**0,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**	**110.880,00**
EGRESO											
Costo de Venta		46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09	46.421,09
Gastos Administrativos		37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08	37.076,08
Gastos de Venta		7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58	7.270,58
Intereses por Préstamo		1.124,28	720,40	266,47							
Depreciación		1.758,61	1.758,61	1.758,61	958,61	958,61	958,61	958,61	958,61	958,61	958,61
Total Egresos		**93.650,63**	**93.246,75**	**92.792,82**	**91.726,35**	**91.726,35**	**91.726,35**	**91.726,35**	**91.726,35**	**91.726,35**	**91.726,35**
Ingresos - Egresos		**17.229,37**	**17.633,25**	**18.087,18**	**19.153,65**	**19.153,65**	**19.153,65**	**19.153,65**	**19.153,65**	**19.153,65**	**19.153,65**
(-) Utilidad a trabajadores 15%		2.584,41	2.644,99	2.713,08	2.873,05	2.873,05	2.873,05	2.873,05	2.873,05	2.873,05	2.873,05
Utilidad ante impuestos		**14.644,96**	**14.988,26**	**15.374,10**	**16.280,60**	**16.280,60**	**16.280,60**	**16.280,60**	**16.280,60**	**16.280,60**	**16.280,60**
(-) Impuesto a la renta 25%		3.661,24	3.747,07	3.843,53	4.070,15	4.070,15	4.070,15	4.070,15	4.070,15	4.070,15	4.070,15
Utilidad Neta	0,00	**10.983,72**	**11.241,20**	**11.530,58**	**12.210,45**	**12.210,45**	**12.210,45**	**12.210,45**	**12.210,45**	**12.210,45**	**12.210,45**
Depreciación		1.758,61	1.758,61	1.758,61	958,61	958,61	958,61	958,61	958,61	958,61	958,61
(-)Amortización de Préstamo		3.258,99	3.662,87	4.116,80							
Inversión Inicial	12.463,91										
Capital de Operación	7.563,98										
Préstamo											
FLUJO DE CAJA	**-20.027,89**	**9.483,34**	**9.336,93**	**9.172,38**	**13.169,06**	**13.169,06**	**13.169,06**	**13.169,06**	**13.169,06**	**13.169,06**	**13.169,06**
Flujo de Caja Acumulado	-20.027,89	9.483,34	18.820,27	27.992,65	41.161,71	54.330,76	67.499,82	80.668,88	93.837,93	107.006,99	120.176,04
Utilidad acumulada		**10.983,72**	**22.224,92**	**33.755,50**	**45.965,95**	**58.176,40**	**70.386,85**	**82.597,29**	**94.807,74**	**107.018,19**	**119.228,64**

Anexo # 21

TASA INTERNA DE RETORNO

	UTILIDADES NETAS									
Inversión Inicial	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
-$20.027,89	$9.483,34	$9.336,93	$9.172,38	$13.169,06	$13.169,06	$13.169,06	$13.169,06	$13.169,06	$13.169,06	$13.169,06

TIR ANUAL	**51,23%**

VAN (18%)	**$ 30.846,83**

TMAR(Promedio)=	**18,00%**

Anexo # 22

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO										
Año	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Ventas Netas	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00	110.880,00
Costo Variable	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05	42.162,05
Gasto Fijo (a)	46.063,96	46.063,96	46.063,96	41.680,69	41.680,69	41.680,69	41.680,69	41.680,69	41.680,69	41.680,69
Costo Variable / Ventas Netas (b)	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38
Fórmula Punto de equilibrio	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)	a / (1-b)
Precio Venta	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Punto Equilibrio ($)	$74.326,60	**$74.326,60**	**$74.326,60**	**$67.253,97**	**$67.253,97**	**$67.253,97**	**$67.253,97**	**$67.253,97**	**$67.253,97**	**$67.253,97**
Punto Equilibrio (Volumen)	**12.388**	**12.388**	**12.388**	**11.209**	**11.209**	**11.209**	**11.209**	**11.209**	**11.209**	**11.209**