



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL.

TRABAJO DE GRADO

PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:

LICENCIADAS EN GASTRONOMÍA Y GESTIÓN DE EMPRESAS.

TEMA:

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN
DELICATESSEN ESPECIALIZADO EN COMIDA PARA DIÁBETICOS EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

AUTORAS:

FÁTIMA GABRIELA ZAMORA FLORES.

SHIRLEY VANESSA FLORES QUIMI.

TUTORA:

MSC. MARIELA MONCAYO.

SEPTIEMBRE 2013.

GUAYAQUIL-ECUADOR.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría, para culminar esta etapa de mi vida profesional, a mi familia por el apoyo incondicional, a mis maestros y a todas aquellas personas que con su aporte me ayudaron a seguir adelante y de quienes he aprendido mucho.

Fátima Gabriela Zamora Flores.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en estas pocas líneas a todos quienes han hecho posible alcanzar este nuevo peldaño en mi vida profesional.

En primer lugar, agradezco: A Dios Todopoderoso, por haberme dotado de todas las facultades mentales, físicas y corporales, lo que fue la principal razón para que yo llegara a este momento trascendental de mi vida.

A mis padres porque en base a sus sacrificios, dedicación y buenos consejos han hecho de mí una persona de bien.

A mi hermana, por ser mi confidente y amiga incondicional.

A la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil por haberme abierto sus puertas y permitido especializarme en esta carrera innovadora y llena de oportunidades.

A mis maestros, porque siempre estuvieron prestos para brindarme su ayuda, y a entregar sin reservas sus sabios conocimientos.

A mi maestro guía de la presente investigación, por ser el pilar fundamental para que este proyecto culmine con el éxito esperado.

En fin agradezco a todos quienes de una manera u otra han aportado para alcanzar logros positivos en mi carrera profesional.

Shirley Vanessa Flores Quimi.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mis padres y a mi hermano por ser el pilar fundamental en mi vida, y quienes con sus sabios consejos me ayudan a seguir adelante, por el apoyo incondicional brindado siempre y más aún en la culminación de mi carrera por hacer de mi una persona responsable y de bien.

Fátima Gabriela Zamora Flores.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado se lo dedico a mis padres, por haber estado junto a mí en los momentos difíciles de mi vida, por haberme sabido levantar cuando estaba flaqueando, por esas noches de desvelo y preocupación, cuando me veían desfallecer.

Por ser los mejores padres del mundo, pues sólo he recibido de ellos amor y sabios consejos. Por haber hecho de mí una mujer luchadora y emprendedora. En fin porque han sido el motor que mueven los hilos que conducen mis sentimientos y emociones.

Shirley Vanessa Flores Quimi.

DECLARACIÓN EXPRESA.

La Responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenecen exclusivamente a las Autoras.

.....
FIRMA

.....
FIRMA

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	
AGRADECIMIENTO.....	I
DEDICATORIA.....	III
ACTA DE RESPONSABILIDAD	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
RESÚMEN EJECUTIVO.....	
INTRODUCCIÓN.....	
CAPÍTULO I	2
1.....MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL PARA ELABORAR UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA CREAR UN DELICATESSEN ESPECIALIZADO EN COMIDA PARA DIABÉTICOS.....	2
1.1. Antecedentes Históricos de los Restaurantes.....	2
1.2. Antecedentes Históricos de la Diabetes.	10
1.2.1. Tipos de Diabetes.-	13
1.2.2. Dieta de los diabéticos.	14
1.2.3. Referencias de Modelos de Establecimientos de Comida para Diabéticos.	17
1.3. Antecedentes Históricos de la Stevia.....	20
1.4. Formulación del problema	22

1.4.1. Objetivo General	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.5. Teorías de la Administración.	23
1.5.1. Artículos que Indican que los Diabéticos Necesitan Atención por Parte del Sector de Restauración.	23
1.6. Objetivos del Plan para El Buen Vivir del Gobierno Nacional.	24
CAPITULO II	26
2. METODOLOGÍA A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN DEL DELICATESSEN PARA DIABÉTICOS.....	26
2.1. Justificación de la Elección del Método	26
2.2. Enfoque de la Investigación.....	28
2.2.1. Diseño de la Investigación.	30
2. 3. Tipo de Investigación.....	31
2.3.1. Cálculo de la Muestra.....	31
Universo.	31
2.3.2. La Encuesta.	32
2.3.3. La Observación.	33
2.3.4. La Entrevista.	33
CAPÍTULO III	35
PROPUESTA	35
3. DESARROLLO DE ESTRUCTURA Y ESTRATEGIA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN DELICATESSEN ESPECIALIZADO EN COMIDA PARA DIABÉTICOS.....	35
3.1. Estudio de Mercado.....	35
3.1.1 Perfil del Consumidor.....	50

3.1.2 Competencias y Ofertas del Mercado.	53
3.1.3. Comercialización del Producto ó Servicio del Proyecto.	56
3.1.4. Proveedores y Disponibilidad de Insumos	57
3.2. Estudio Técnico.	58
3.2.1. Localización	59
3.2.2. Ingeniería del Proyecto	61
3.3. El Estudio Económico-Financiero.	66
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES.....	72
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA.....	
WEBGRAFÍA.....	
ANEXO#1:Formato de Encuesta.....	
ANEXO # 2: Fotos de Observación.....	
ANEXO # 3: Formato de Entrevista.....	
ANEXO # 4: Entrevista.....	
ANEXO # 5: Manual de Procedimientos Diabefit.....	
ANEXO # 6: Gastos y Costeos de Recetas.....	
ANEXO # 7: Amortización.....	
ANEXO # 8: Volumen de Ventas.....	
ANEXO # 9: Sueldos.....	
ANEXO # 10: Estado de P& G en Porcentajes.....	
ANEXO # 11: Misión, Visión y FODA	

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

CAPÍTULO I

Ilustración 1: Ejemplo de Restaurante de 5 tenedores.....	4
Ilustración 2 : Ejemplo de Restaurante de cuatro tenedores.....	5
Ilustración 3: Ejemplo de un Restaurante de Tres Tenedores.	5
Ilustración 4: Ejemplo de un Restaurante de dos tenedores.....	6
Ilustración 5: Ejemplo de Restaurante de un tenedor.....	7
Ilustración 6: Comida Rápida	8
Ilustración 7: Ejemplo del Concepto Gourmet.	9
Ilustración 8: Ejemplo del Restaurante Temático Mexicano.....	9

CAPÍTULO III

Ilustración 9: ¿Cuáles son los factores que usted toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?	35
Ilustración 10: Si es por salud, ¿Usted padece alguna enfermedad?	36
Ilustración 11: Si es por diabetes, ¿Conoce usted restaurantes para diabéticos?	37
Ilustración 12: ¿Existen antecedentes de diabéticos en su familia?.....	38
Ilustración 13: ¿Qué alimentos consume usted en su alimentación diaria? . Frutas	39
Ilustración 14: ¿Qué alimentos consume usted en su alimentación diaria?. Sándwiches.....	40
Ilustración 15: ¿Qué alimentos consume usted en su alimentación diaria?. Ensaladas.....	40
Ilustración 16: ¿Qué alimentos consume usted en su alimentación diaria?. Postres	41
Ilustración 17: Si usted posee diabetes. ¿Cuánto conocimiento tiene usted acerca de esta deficiencia?.....	42

Ilustración 18: Le gustaría a usted. ¿Qué exista un establecimiento que expendiera alimentos saludables y deliciosos que lo ayuden a llevar un mejor estilo de vida alimentario?.....	43
Ilustración 19: ¿Si existiera un establecimiento de este tipo, dentro de qué horas acudiría usted?.....	44
Ilustración 20: ¿Con qué frecuencia usted visitaría el establecimiento?	45
Ilustración 21: 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 diabético, tomando de ejemplo una porción de torta mojada de chocolate?	46
Ilustración 22: ¿Qué es lo que usted toma en cuenta en el momento de seleccionar el lugar para consumir un producto?.....	47
Ilustración 23: ¿Entre Cuáles de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?	48
Ilustración 24: ¿Practica usted alguna actividad física?	49
Ilustración 25: Análisis de los Competidores.....	54
Ilustración 26: Logo del Establecimiento.....	58
Ilustración 27: Vista Satelital de la Ciudadela Urdesa en Guayaquil.....	59
Ilustración 28: Vista Satelital del lugar del establecimiento y sus alrededores.....	60
Ilustración 29: Diseño del Delicatessen.....	62
Ilustración 30: Organigrama Organizacional.....	65
Ilustración 31: Recuperación de la Inversión.....	68

ÍNDICE DE TABLAS.

CAPÍTULO I

Tabla 1: Porciones de Frutas Recomendadas.	15
Tabla 2. Alimentos permitidos y no permitidos para el diabético.....	16
Tabla 3: Porciones y Calorías Alimenticias.	17

CAPÍTULO II

Tabla 4: Enfoque Cuantitativo de Procesos Empíricos Sistemáticos.	28
--	----

CAPÍTULO III

Tabla 5: Gustos y Preferencias Gastronómicas de Mujeres y Hombres Diabéticos de 12 a 25 años.....	53
Tabla 6: Análisis PEST del Estudio de Mercado del Delicatessen para Diabéticos.	55
Tabla 7: Insumos, Precios y Proveedores.	57
Tabla 8: Equipos de Cocina.	63
Tabla 9: Batería de Cocina y Utensilios.	64
Tabla 10: Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2014.....	66
Tabla 11: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado a 5 años.....	67
Tabla 12: Punto de Equilibrio.	69
Tabla 13: Balance General.....	70

RESUMEN.

Con el aumento de deficiencias, causadas en el organismo por llevar una inadecuada alimentación con excesos, falta de actividad física, las cuales producen diabetes, obesidad, hipertensión, se ha decidió realizar una investigación de campo mediante el método de la observación y realizando encuestas cualitativas, y entrevistas a profesionales en el área, para conocer las necesidades del mercado, sus tendencias y hábitos de consumo. El presente proyecto corresponde al diseño de un delicatessen especializado en comida para diabéticos. Mediante el cual se pretende ayudar a todas las personas que por salud o alguna necesidad, requieren de un sitio que les proporcione una dieta sana, rica y variada. Se diseñó un plan económico financiero para conocer la viabilidad del proyecto el cual dio resultados favorables.

PALABRAS CLAVES			
DEFICIENCIAS	SALUDABLE	EXCESO	OBESIDAD

ABSTRACT.

With increasing deficiencies in the body caused by poor nutrition lead to excesses, lack of physical activity, which produce diabetes, obesity, hypertension, has decided to conduct a field investigation by the method of observation and qualitative surveying, and interviews with professionals in the area, to meet market needs, trends and consumer habits. This project is the design of a delicatessen specializing in food for diabetics. By which is meant to help all the people who for health or some necessity, require a site to provide them with a healthy diet, rich and varied. We designed a financial business plan to assess the viability of the project which gave favorable results.

KEYWORDS			
DEFICIENCIES	HEALTHY	EXCESS	OBESITY

INTRODUCCIÓN.

El incremento de diabetes en el mundo es preocupante, en la ciudad de Guayaquil existen cerca de 360.000 personas que la padecen, aquellas que por una mala nutrición por excesos, falta de ejercicio, ó genética la han adquirido, y quienes no han sido atendidos por el sector de gastronómico, ya que no existe un adecuado establecimiento en el sector de Urdesa de la ciudad, que atienda a dichas necesidades.

Se ejecutó una investigación aplicada y de campo mediante un diseño no experimental, con un enfoque mixto, ya que se realizaron encuestas a una muestra de 385 personas, entrevistas a 5 profesionales entre los que se encontraban un diabetólogo, un nutricionista, un endocrinólogo y un chef de prestigiosas instituciones.

Con estos antecedentes, previos a la investigación, de los productos que ellos pueden consumir y con los conocimientos adquiridos durante la carrera se formularon nuevos productos, los cuales fueron avalados por profesionales certificados.

Se desea contribuir a la sociedad, proponiendo un concepto de comida saludable, con productos naturales y aptas para personas diabéticas, fitness y todos los que cuiden de su figura y alimentación, demostrando así que es posible comer rico y alimentarse bien.

Para lo cual se realizó un estudio técnico de mercado determinando así las tendencias de consumo de la población, el cual tuvo resultados favorables. Finalmente mediante el estudio económico financiero, se llegó a determinar la viabilidad financiera, la recuperación de la inversión en un plazo de 2 años 9 meses y la rentabilidad que se obtendría con el negocio. En base a estos estudios, se concluyó que el proyecto propuesto es viable y económicamente rentable.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL PARA ELABORAR UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA CREAR UN DELICATESSEN ESPECIALIZADO EN COMIDA PARA DIABÉTICOS.

1.1. Antecedentes Históricos de los Restaurantes.

La historia de los restaurantes tiene sus inicios de todos los tiempos, ya que siempre han existido establecimientos que ofrezcan alimentos y bebidas. Según (Barcia Burgassí, 2013) las tabernas que eran los primeros lugares en donde se expendía comida, existieron en 1700 a. J.C. y se encontraron pruebas de su existencia en Egipto en el año 512 a. J.C. los cuales servían productos preparados con cereales, aves salvajes y cebolla.

Los antiguos romanos salían mucho a comer fuera de sus casa; aún hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d. J.C. fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio. En sus calles había una gran cantidad de bares que servían pan, queso, vino, nueces, dátiles, higos y comidas calientes. Después de la caída del imperio romano, las comidas fuera de casas se realizaban generalmente en las tabernas o posadas pero alrededor del año 1200 ya existían casas de comidas en Londres, París y en algunos otros lugares en las que podían comprarse platos ya preparados. Según (Arqhys Arquitectura, 2004).

Con el pasar de los años, los restaurantes han podido clasificarse de acuerdo al tipo de comida ó de acuerdo al servicio que brindan, para que un restaurante pueda categorizarse existen estándares para todo el sector de restauración, requisitos que deben cumplirse para pertenecer a una determinada categoría.

1.1.1. Clasificación de los Restaurantes.

De acuerdo a (Formatel e-learning) y con los conocimientos adquiridos durante la formación universitaria de las autoras podemos llegar a la conclusión de que, así como se clasifican los hoteles a nivel de estrellas, por el nivel de servicio que brindan, calidad de instalaciones, también existe una clasificación de los restaurantes a nivel tenedores, los cuales se dividen en cinco categorías:

- ❖ Cinco Tenedores
- ❖ Cuatro Tenedores
- ❖ Tres Tenedores
- ❖ Dos Tenedores
- ❖ Un Tenedor

Restaurantes de cinco Tenedores.-

Considerado un restaurante de lujo son manejados de manera eficaz, están regidos por normas, políticas y procedimientos. Tienen mesas finas y vestidas, las sillas van de acorde a su decoración, alfombras, música ambiental, luces graduables, aire acondicionado controlado con termostato.

Los alimentos y bebidas de calidad, la higiene debe prevalecer en todo momento y lugar, tiene servicios higiénicos independientes para mujeres y hombres, para los comensales, y para el personal de trabajo, deben tener un vestíbulo de acceso.

Los lavabos deben estar dotados de agua caliente y fría, contarán con jabón, colonia, peinilla, papel toalla de un solo uso, secador de aire para manos. Entrada de acceso independiente para el personal, mercancías, clientes y acceso a discapacitados, sala de espera con servicio de bar, teléfono.

El personal deberá estar debidamente uniformado, y tendrá conocimientos de inglés y más idiomas de ser posible. La cocina deberá estar debidamente equipada y con extracciones de humo, ventilación y sistemas de seguridad.

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

Contará con un menaje completo, todos los platos: plato base, plato sopero, plato de fuerte, plato de postres, al igual que las cucharas, cubiertos, copas, mantelería, fuentes de servicio y accesorios. El establecimiento deberá poseer parqueo propio o alquilado.

Ilustración 1: Ejemplo de Restaurante de 5 tenedores.



Fuentes: Recuperado de www.murciaturistica.es

Restaurantes de cuatro Tenedores.-

Considerados restaurantes de primera, deberán tener doble ingreso tanto como personal, como para comensales y discapacitados, baños independientes para el personal, comensales y distinguidos para mujeres y para hombres, tendrán agua fría y caliente, dosificador de jabón, secador de aire para manos, toallas de un solo uso.

Servicio de guarda ropa de acuerdo a la capacidad del local, sala de espera, teléfono con cabina aislada, aire acondicionado controlado con termostato, poseen mobiliario y menaje de calidad. El personal estará debidamente uniformado, hablará español, inglés y de ser posible otro idioma. La carta estará en inglés y español, tendrán parqueo propio o alquilarán el servicio.

Ilustración 2 : Ejemplo de Restaurante de cuatro tenedores.



Fuente: Recuperado de www.bodegasyvinos.info

Restaurantes de tres Tenedores.-

Llamados también de segunda, tienen servicios sanitarios independientes a los del personal, de hombres y mujeres independientes con servicio de agua fría, caliente y secador de manos. Entradas independientes para el personal, mercancías y para clientes.

Servicio de guardar ropa de acorde a la capacidad del local, teléfono, la bodega deberá contar con vinos de denominación de origen. El menaje, lencería y mobiliario deberán ser de calidad, acordes a la categoría del local.

Contará con personal bien uniformado, que hable español e inglés, y la carta del restaurante también deberá estar en los dos idiomas, sugerirá el menú del día que incluya dos platos, pan, postre y bebidas.

Ilustración 3: Ejemplo de un Restaurante de Tres Tenedores.



Fuente: Recuperado de www.restaurantearabeinternacional.com

Restaurantes de dos Tenedores.-

Considerados restaurantes de tercera, tienen servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, la entrada de clientes no podrá ser utilizada para la entrada de mercancías en horas de funcionamiento del restaurante, servicio telefónico a disposición de los clientes.

Mobiliario, menaje y lencería de acuerdo a la categoría del local, el personal de servicio vestirá adecuadamente, la carta estará en español y tendrá a disposición de los clientes el menú del día el cual tendrá un precio menor.

Ilustración 4: Ejemplo de un Restaurante de dos tenedores.



Fuente: Recuperado de www.neria.es

Restaurantes de un Tenedor.-

Reconocidos como restaurantes de cuarta, poseen servicios sanitarios independientes para mujeres y hombres dotados con jabón y seca manos, la entrada de clientes no deberá ser utilizada para el ingreso de mercancías en horarios de atención, el mobiliario, menaje y lencería deberán ir de acuerdo a la categoría y decoración del local, el personal de servicio vestirá adecuadamente, y dispondrá del menú del día.

De acuerdo al (Barcia Burgassí, 2013) tipo de servicio que ofrecen son considerados.

Ilustración 5: Ejemplo de Restaurante de un tenedor.



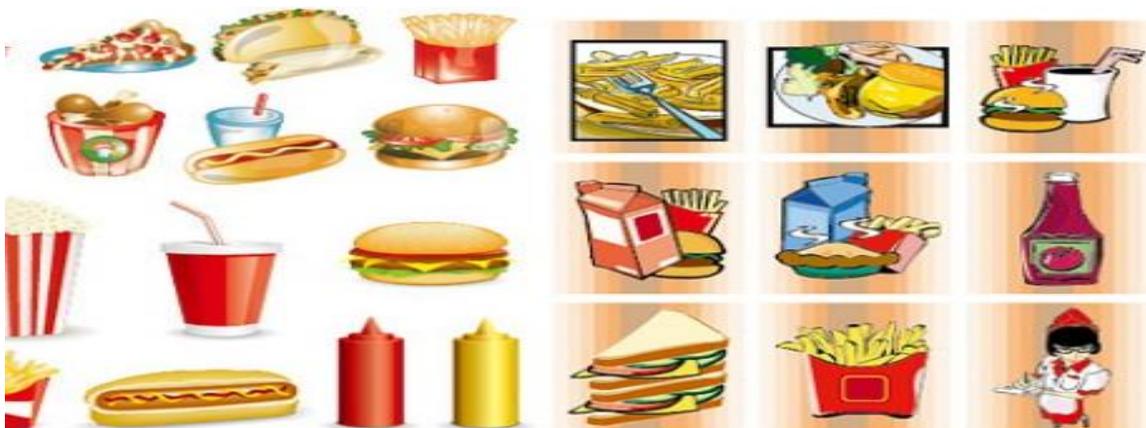
Fuente: Recuperado de www.murciaturistica.es.

Restaurantes de Comida Rápida.-

Llamados restaurantes fast food tienen sus orígenes en Estados Unidos y se crean para la necesidad del tipo de vida rápida que llevan los habitantes estadounidenses, dan sus inicios en 1919 por la cadena de restaurantes A&W Root BeeR, quienes fueron los primeros en poseer el autoservicio en su establecimiento, pero en 1930 Howard Johnson convirtió en franquicia la fórmula de restaurante, menú, publicidad y arquitectura.

Por su precio generalmente bajo, y su fácil acceso se fue adoptando en todos los países del mundo dando así lugar también de considerarse comida rápida a la comida de fácil preparación, como lo es la comida que en la actualidad podemos encontrar en las esquinas y cuyos sabores emblemáticos identifican a cada país.

Ilustración 6: Comida Rápida



Fuente: Las Autoras.

Restaurantes de Alta Cocina ó Cocina Gourmet.-

El término gourmet definido por (Wuth, 2013) **“Deriva del francés “Gourmand” que a su vez viene de “Gout” (gusto, sabor en francés).** Las antiguas enciclopedias definen a Gourmand como: Amor refinado y sin control por la comida.”

La revista (Punto, 2012) **“Los productos que bien son denominados gourmet son las preparaciones elaboradas con ingredientes seleccionados especialmente, con perfectas prácticas de higiene y control, que mantienen al máximo las cualidades de los alimentos”.**

Según el blog (Vive Gourmet, 2012) dice que: **“El termino Gourmet tiene que ver con apreciación más que con exclusividad o lujos, lo único que importa es que la comida sepa bien y esté bien preparada correctamente”**

Con estos conceptos previos acerca del término gourmet, las autoras llegan a la conclusión de que lo gourmet está asociado a lo más alto hablando de gastronomía, en la cual la calidad de los ingredientes y los sistemas de preparación determinan si un plato es gourmet o no, si un restaurante cumple los parámetros de calidad puede ser gourmet.

Ilustración 7: Ejemplo del Concepto Gourmet.



Fuente: Las Autoras.

Restaurantes Temáticos.-

Son los que tienen un tema en especial de acuerdo a alguna fecha tradicional, de la región de algún país, o simplemente se quiere resaltar un color en común, sabor, etc. Un ejemplo de ello son las fiestas mexicanas, en cuya decoración usan los colores de la bandera mexicana, sus bebidas típicas como el tequila y el mezcal, la comida que se brinda es comida típica como tacos, burritos, copa mexicana, enchiladas, etc. Otro ejemplo son las fiestas en las que todos los invitados visten algún color de ropa en común.

Ilustración 8: Ejemplo del Restaurante Temático Mexicano



Fuente: Recuperado de www.buscorestaurantes.com

1.2. Antecedentes Históricos de la Diabetes.

Según (Rojo, 2004) los primeros indicios de la diabetes se encuentran en un papiro que reposa en la biblioteca de la Universidad de Lepzing en Alemania las cuales se hallaron por el egiptólogo alemán George Ebers en 1873, aproximadamente por el sector de Luxor 1500 años antes de la era cristiana.

En este se indica indicios de esta enfermedad, a la cual los griegos siglos después le llamarían diabetes, cuyos síntomas eran que quienes la padecían adelgazaban, tenían hambre todo el tiempo, orinaban en abundancia y tenían mucha sed. Siglos después se encuentra en la india otra referencia.

En el libro de Ayur Veda Suruta (Veda significa ciencia) cuyos pacientes presentaban otros síntomas como obesidad, comían mucho dulce, arroz y cuya orina tenía olor dulce, denominándola "MADHUMEHA"(orina de miel), esta enfermedad podía afectar a varios miembros de la familia.

Indica (Univisión, 2008) que el nombre diabetes proviene del griego día que significa a través y bainein que significa ir, lo que en conjunto sería igual a ir a través. Areteo interpreta la enfermedad como que quienes la padecen se les deshace el cuerpo poco a poco así los y como los productos de desecho tienen que eliminarse disueltos en agua necesitan orinar mucho, la grasa se funde poco a poco se pierde peso y como los músculos también, la persona se queda sin fuerza.

Indica (Rivero, 2007) que Celso realizó una detallada descripción de la enfermedad y fue el pionero en recomendar la actividad física, y Galeno interpretó que la diabetes era producida por un mal funcionamiento de riñón, ya que el riñón perdía las propiedades de retener la orina. En la edad media Avicena, Feliche y Paracelso, evaporaron la orina de un diabético y observaron residuos con sabor a miel.

Indica (Garza, 2009) que en el siglo XIII Feliche descubrió que el páncreas no era un trozo de carne como hasta entonces se había pensado, si no una visera.

Terminando la edad media, en 1493 nació Paracelso en un pueblito cercano a Zúrich- Theophrastus Bombastus Von Hohenheim, fue quien revolucionó la Universidad y refutó a los maestros de aquella época acerca de la diabetes.

El discutió la teoría de Galeno diciendo que la diabetes es una enfermedad de la sangre más no del riñón como se pensaba, se dice que no le gustaba el término incurable diciendo: "Jamás ha creado dios ninguna enfermedad para la que al mismo tiempo, no haya creado también la medicina apropiada y el remedio adecuado".

Indica (Garza, 2009) que en 1679 un medico llamado Thomas Willis, estableció los términos de: Diabetes Mellitus (orina sabor dulce), Diabetes Insípida (sin sabor). En el siglo XIX a través de las disecciones de animales en 1867 Langerhan descubre el páncreas de un mono, parecido a islotes dispersos de células, los cuales producen fermentos digestivos cuya función no se conocía.

En 1889 Joseph Von Mering y Oscar Minkowsky extirpan el páncreas de un mono con el fin de ver los efectos de la ausencia de los jugos pancreáticos en la digestión y observaron como el animal se va hinchando manifestando sed y frecuente emisión de orina, un análisis en la orina determina que contiene azúcar, diagnosticando que la extirpación del páncreas produce diabetes en estado grave que en pocas semanas da el fallecimiento del paciente.

Partiendo de estos diagnósticos realizan investigaciones en una sustancia que produce islotes de Langerhans, que llaman Insulina o isletina, en 1921 Frederick G Bantín y su ayudante Charles H. Best se les ocurrió ligar el conducto excretor pancreático de un mono provocando la auto digestión de la glándula. Luego de examinar el restante del páncreas obtuvieron un liquido que inyectado en una cachorra Diabética, consiguió reducir en 2 horas la glucemia, la cachorra cuyo nombre es "MARJORIE" fue el primer animal que después de haberle quitado el páncreas vivió varias semanas con la inyección del extracto de Banting y Best, hasta que se acabó y tuvieron que sacrificarla.

Los 2 investigadores obtuvieron el Premio Nobel de Medicina en 1923 y renunciaron a todos los derechos que les correspondían por su descubrimiento vendiéndola a la Universidad de Toronto por un precio simbólico "un dólar".

La primera prueba en humanos se realizó el 11 de Enero de 1922 a Leonardo Thompson, un diabético de 14 años con 29 kg. de peso recibió la primera dosis de Insulina que provoco una mejora espectacular en su estado general, quien murió 13 años después, como causa de una Bronconeumonía.

El uso de la insulina se extendió poco a poco, aunque los métodos usados para su extracción eran muy costosos y la cantidad no era suficiente para la demanda. En ese entonces muchos diabéticos y médicos consideraron que la insulina seria curativa, ya que con alguna inyección ocasional y sin seguir adecuadamente la dieta podrían mejorarse. Luego se dieron cuenta que la insulina no era la cura , tan solo un sustituto para evitar la muerte de los diabéticos.

En España, el doctor Rosend Carrasco (1922) practica la obtención de la insulina a través de la extirpación del páncreas de los cerdos sacrificados, con cuya fórmula deciden tratar a Francisco Pons de 20 años que fue el primer Diabético en Europa tratado con insulina.

Con estas experimentaciones se procede a internacionalizar el nombre de la hormona del páncreas, LILLY le dio el nombre de Insulín, cuyo significado en español es insulina, como se la conoce desde Septiembre de 1923, dejando su nombre original de Isletin.

Actualmente tanto los métodos de conseguir la Insulina como el tratamiento de la diabetes, han avanzado y han llegado a unos niveles que seguramente nadie se imaginaba.

"LA VIDA DE LA PERSONA CON DIABETES HOY EN DIA PUEDE SER Y DE HECHO ES PERFECTAMENTE NORMAL, CON UNA CALIDAD DE VIDA IGUAL A LAS PERSONAS SIN DIABETES".

1.2.1. Tipos de Diabetes.-

La diabetes es una enfermedad que una vez diagnosticada es irreversible, en la cual el cuerpo sufre un trastorno del metabolismo, ya que el páncreas no produce insulina necesaria, no la produce en forma suficiente o no la utiliza en la forma adecuada según (Alfonso, P. A. D. (1985). *Estudio de las características fenotípicas de una subclase de diabetes tipo II "MODY" y secreción insulínica durante una Prueba. En estos pacientes y sus familiares de primer grado.*). De esta manera, el cuerpo no puede asimilar la glucosa.

La diabetes se caracteriza por niveles de azúcar alterados, las personas con diabetes tienen hiperglucemia, debido a que su cuerpo no puede movilizar el azúcar hasta los adipocitos, hepatocitos y células musculares, para que sea almacenado como energía.

Esta enfermedad parte de la mala alimentación y de diversos trastornos como la obesidad, hipertensión arterial según (Artemio Álvarez Cosmea, 2005) la OMS ha pronosticado el incremento de diabéticos a nivel mundial, debido a los estudios realizados, de acuerdo a la edad, síntomas y como se manifieste se clasifica en 4 tipos: diabetes de tipo 1, 2, Mody y Lada.

- ❖ Diabetes de tipo I: Ocurre cuando el páncreas no produce la insulina que necesita el organismo, es conocida como diabetes juvenil y que es frecuente en personas de 12 a 20 años.
- ❖ Diabetes de tipo II: Se da cuando el páncreas no produce la cantidad suficiente de insulina, o la que produce no es bien asimilada. Es frecuente en personas con sobrepeso mayor de 40 años.
- ❖ Diabetes tipo Mody: Es considerada una media, se da en personas de 30 – 40 años, se la llama también de 2,5 y ocurre cuando el cuerpo no produce la cantidad suficiente que necesita el organismo para asimilar la glucosa.

- ❖ Diabetes tipo Lada: Conocida como diabetes 1,5, se da en personas menores de 50 años, y con un índice de masa corporal de 25, es decir saludable.

Los factores que influyen a que las personas desarrollen la diabetes son:

- Inadecuada alimentación
- Obesidad
- Factores genéticos de la enfermedad
- Falta de ejercicio.
- Exceso de consumo de azúcares
- Las medidas de cintura no deben exceder de los 90 cm en mujeres y 102 cm en hombres. (Medicina interna Autores Ferreras- Rozman 16 edición 2009).

1.2.2. Dieta de los diabéticos.

Muy independiente del tipo de Diabetes que se dé en la persona, la alimentación se basa en los mismos alimentos, como el uso de azúcares sustitutos ejemplo edulcorantes, carbohidratos integrales, una dieta baja en sodio, lípidos y todos los tipos de grasas y carbohidratos.

Según (MarcadorDePosición1; Midlands, 2013) proporciona el siguiente cuadro referencial:

Tabla 1: Porciones de Frutas Recomendadas.

FRUTAS	GRAMOS EN CARBOHIDRATOS
Ciruela (mediana)	7.5
Mandarina (mediana)	10
Kiwi (unidad)	11
Sandía (1 taza en cubos)	12
Melón (1 taza en cubos)	12
Fresas (1 taza en trozos)	13
Melocotón (1 mediano/grande)	16
Manzana (1 mediana con cáscara)	23
Lechuga romana (1tz. Picada en juliana)	1.5
Pepino (1/2 taza en rodajas)	2
Lechuga americana (1tz. Picada en juliana)	2
Apio (2 tallos medianos)	2.5
Espárragos (1/2 taza cocidos)	3.5
Vainitas (1/2 taza cocida)	5
Brócoli (1 taza cocida, picadas)	8
Choclo (1 mediano)	26

Fuente: (MarcadorDePosición1)

Elaborado por: Fátima Zamora y Vanessa Flores

Tabla 2. Alimentos permitidos y no permitidos para el diabético.

GUPO DE ALIMENTOS	ALIMENTOS RECOMENDADOS	ALIMENTOS PROHIBIDOS
SOPAS	De verduras naturales sin sal ni Consomé	Instantáneas y de sobres
CARNES	Pollo sin piel Res magra Pescado fresco Queso cottage y requesón sin sal Si son embutidos de pavo o pollo con medida	Embutidos (Salchicha, jamón, salami) Carnes curadas o ahumadas. Quesos procesados. Chicharrones Tocino Huevo Mariscos.
FRUTAS	Frutas con cáscara (fibra), solo una porción por tiempo de comida	Banano Mango Papaya OCASIONALMENTE Y EN POCA CANTIDAD
BEBIDAS	Agua pura Leche Refrescos naturales (Limonada o rosa de Jamaica) sin azúcar. Leche de soya o descremada	Licuidos Refrescos preparados con azúcar normal o miel. Bebidas enlatadas para deportistas, energizantes, y agua mineral.
LECHE O DERIVADOS	Descremada, semidescremada, soya o almendra. Yogur bajo en grasa y con sustitutos de azúcar.(Edulcorantes)	Leche entera, endulzada o chocolatada, evaporada, y condensada. Yogur con azúcar.
GRASAS	Aceite de origen vegetal, de oliva, canola, girasol o soya.	Crema, margarina, incluyendo la dietética, mantequilla, manteca vegetal o de cerdo.
VERDURAS	Casi todas	Exceso de zanahoria y remolacha.
ALMIDÓN, GRANOS, CEREALES RAÍCES Y TUBERÍAS	Pan integral, tortilla, frijol, elote, arroz, pastas integrales, papa, yuca, plátano, ichintal o leguminosas (solo en las medidas aconsejadas y en combinaciones adecuadas con otros alimentos)	pan dulce, pasteles, galletas, donas, postres, pies, barras tipo granola u otras con azúcar, cereales con azúcar o glaseados.
CONDIMENTOS Y OTROS	Salsa de tomate hecha en casa. especias naturales como: laurel, tomillo, orégano, ajo, cebolla, vinagre limón, carne, hierbabuena, cilantro, perejil y canela.	Sal de mesa, consomé, sal de ajo, de cebolla, suavizador o sazónador de salsa de barbacoa, salsa inglesa, de soya, de pasta de tomate, comida rápida (hamburguesas, pizza, pollo frito, papas fritas) salsa de tomate

Fuente: Revista Amiga. Prensa Libre. Miércoles, 2013-04-03 01:37S
Elaborado por: Fátima Zamora y Vanessa Flores

Tabla 3: Porciones y Calorías Alimenticias.

GRUPO	ALIMENTOS	RELACIONES	CALORÍAS APROXIMADAS
LECHE	Descremada, yogur natural, y leche de soya sin azúcar	1 taza	75 cal.
VEGETALES	Apio, lechuga, tomate, macay, bledo, brócoli acelga, perulero, güisquil, rábano, y ejote	½ taza	30 cal.
FRUTAS	Manzana, pera, durazno, naranja, Papaya	1 unidad mediana 1 rodaja pequeña ½ taza	60 cal.
CEREALES	Pan, arroz, fideo integral, tortilla papa, frijoles cocidos	1 unidad mediana 1 rodaja pequeña ½ taza	75 cal.
CARNES	Pollo, res o pescado (todo magro, al vapor, al horno, o plancha) Jamón de pavo. Queso bajo en grasa. Huevo	1 onz. 1 rodaja 1 rodaja 1 unidad (huevo 3 veces por semana	65 cal.
GRASAS	Aceite vegetal (maíz, soya, canola, girasol, para cocinar, y oliva para las ensaladas) aguacate, crema, o Mayonesa light.	1 cucharita ¼ unidad	45 cal.

Fuente: Nancy Vásquez. Nutricionista.
Elaborado por: Fátima Zamora y Vanessa Flores.

1.2.3. Referencias de Modelos de Establecimientos de Comida para Diabéticos.

En Latinoamérica se pueden encontrar algunos delicatessen que brindan entre su menú productos para diabéticos, preparados con stevia, bajos en grasas y libres de gluten, como en la región de San Bernardo en Santiago de Chile se encuentra (Alnatura Delicatessen) , es una pastelería dietética que utiliza productos naturales, además comercializa sándwiches y empanadas.

Tienen como estrategia manejar sus productos sólo bajo pedidos, ofreciéndolos por categorías, tienen el certificado otorgado por el Instituto de Salud Pública de Chile, exhibidos en su página web quienes certifican que la empresa se dedica a fabricar productos sin gluten especializado para celíacos, diabéticos, postres preparados con productos orgánicos 100 % naturales determinando las porciones y su costo.

Otro lugar que se encuentra en Santiago de Chile es (Dbt's Sabores, 2011), los cuales son un delicatessen que ofrecen comida como postres, tortas, mermeladas y sándwiches para diabéticos y celíacos, sus productos están debidamente empacados, se entregan en envases plásticos, los cuales tienen el logo del establecimiento, son apetecibles a la vista. Cuentan con un local físico y también se manejan bajo pedido en sus líneas telefónicas y en las redes sociales de facebook y twitter.

En Argentina en la provincia de Córdoba se encuentra Pro Salud (2013). Este establecimiento brinda productos de dulces y panificación a personas que padecen de diabetes, los celíacos, sobrepeso y anemia.

Brindan como servicio adicional asesoría nutricional y recomiendan consumo de productos naturales que ayudarán a llevar un mejor estilo de vida del paciente. En la ciudad de Buenos Aires en el sector de Quilmes está ubicado D.C Platos dulces para Diabéticos y Celíacos (2013). Ellos ofrecen dulces, panes, galletas y pizza para personas diabéticas y celíacas.

En Perú se encuentran algunos delicatessen que ofrecen comida para diabéticos, entre ellos en la ciudad de Lima en el distrito de San Isidro (Food Fair Delicatessen, 1952) quienes brindan insumos y productos gourmet para diabéticos, celíacos y sin lactosa. El servicio que ofrecen es sólo por pedido y como estrategia de venta dan la opción en su página web de recetas prácticas de elaborar con sus productos.

En el distrito de San Miguel de la ciudad de Lima está ubicada (D' eSplendidas, 2010) quienes ofrecen postres sin azúcar, empanadas y panes bajos en grasa. La idea nace porque una de sus propietarias padeció esta enfermedad, sus productos también están direccionados a personas que deseen cuidar su salud y su figura.

Tienen su local ubicado en Pueblo Libre los pedidos para poder adquirir sus productos los manejan por medio de su página web, línea telefónica, redes sociales como facebook, twitter y google +. También tienen sus políticas de pedidos, los entregan a los otros distritos de la ciudad de Lima, todos los productos son naturales, por lo cual no utilizan preservantes en los mismos.

En el distrito de Miraflores y Surco de la ciudad de Lima se encuentra (La Mora Pastelería & Café, 1996), es una panadería pastelería que entra en el concepto de delicatessen con un estilo alemán debido a que su propietaria es de Alemania radicada en Lima, ofrece a sus clientes diabéticos y celíacos panes, tortas, empanadas, quish y bocaditos. Es una cafetería muy reconocida en Lima por mantener altos estándares de calidad, se puede adquirir sus productos tanto en el local, hacer los pedidos por teléfono ó en la página web.

En la provincia de Trujillo al norte de Perú se encuentra (Sana Tentación, 2010), sus productos están hechos para personas diabéticas y quienes cuidan su peso y salud, como estrategia realizan preguntas de satisfacción a sus clientes en su misma página de facebook, e indican que sus productos son elaborados a base de frutas. Manejan como estrategia hacer la recomendación de postres y bocaditos de acuerdo al estado de salud de la persona, luego realizan un seguimiento post venta. Sólo trabajan bajo pedido.

En México en el distrito de Puebla se encuentra (Yelao Deli Café Helados, 2011), el cual es un Restaurante- Café muy conocido allá, tiene una buena acogida, y si bien su menú es muy variado y no es totalmente especializado para diabéticos como los establecimientos antes descritos, si posee en su menú un segmento de platos elaborados para los diabéticos.

En Santo Domingo – Costa Rica se ubica (Geo's Deli, 2013) un delicatessen ubicado frente a uno de los centros comerciales más diversos del mundo el Multiplaza ofrece comida para diabéticos como dips, sándwiches, ensaladas postres y bebidas, elabora sus productos con materia prima orgánica, sin preservantes ni colorantes.

Encontramos en San José – Costa Rica (Paula's Sugar Free, 1999) quienes cuentan con algunas líneas de productos de repostería y panadería, nace de la idea de su propietaria quien padece la diabetes, tiene línea de sándwiches, tortas de dulce y sal, ensaladas, bebidas, café. Como servicio adicional dan periódicamente capacitaciones a sus clientes de diabetes y cómo manejar mejor la enfermedad con informaciones acerca de cómo alimentarse y las actividades deportivas que pueden realizar, las conferencias son dictadas por profesionales.

1.3. Antecedentes Históricos de la Stevia.

Según (Stevia Guarani S.A., 2001) la stevia, cuyo nombre científico es Stevia Rebaudiana Bertoni en homenaje a su descubridor, conocida como Ka'a Héê que significa hierba dulce, tiene sus orígenes en Paraguay al noreste en la zona de Amambay, es una planta herbácea cuyas hojas son dulces.

En 1887 llega a Paraguay el científico suizo Moisés Santiago Bertoni, quien residiría en este país, y se interesó por tener una buena relación con los nativos, lo que le diera trabajo, ya que los nativos eran muy recelosos con sus costumbres, en 1899 los nativos le dan a probar la yerba dulce, con esto empieza a hacer una profunda investigación.

Esta investigación realizada empieza a dar sus frutos, empezando a descubrir propiedades propias de la planta como el Steviósido y Rebaudiósido. En 1901 se hace la primera publicación acerca de la planta en el periódico Kew Bulletin de Inglaterra. En 1906 se realizó el primer cultivo a escala de la planta por el agrónomo Juan B. Jimenez en la región de Alto Paraná- Paraguay.

En 1940 científicos japoneses se llevan la planta a Japón, en 1954 se empiezan a realizar estudios científicos más profundos y a criarla en invernaderos, en 1988 ocupó el 41% del mercado de edulcorantes consumidos en Japón. La FAO y la OMS informa el 4 de Julio del 2008, que la stevia obtuvo la certificación de alimento inocuo,

(López Aguirre, 2012) Indica que la stevia, cuyas hojas molidas son 30 veces más dulces que el azúcar de caña y la hoja entera seca es 15 veces más dulce que el azúcar común y tiene propiedades extremadamente favorables para la salud humana.

Las condiciones que requiere esta planta es de regiones tropicales y subtropicales, se puede producir muy bien desde el nivel del mar hasta los 1,500 metros de altura, su consumo va en aumento en todos los países del mundo, siendo Brasil el país que más la consume seguido de otros países Japón, Korea, Paraguay, Colombia, y países europeos.

En Ecuador se muestra un aumento de consumo sobre todo por diabéticos y personas que consumen productos naturistas, se produce en la provincias de los Tsachilas, Pichincha, Manabí, Zamora, Francisco de Orellana, Loja, Sucumbíos, Carchi y Guayas (Cantón Cerecita)

Según (Asociación Española de la Stevia Rebaudiana) entre los beneficios de la stevia se encuentran:

- ❖ Cumplir la función de edulcorante, con el que se pueden endulzar bebidas como jugos, té, café, batidos, en infusiones, viene en la presentación de pastillas, polvo, líquida hoja natural y hoja seca.
- ❖ Beneficiosa para la hipertensión, actúa como hipotensor y cardiotónico regulando la presión arterial, los latidos del corazón
- ❖ Tiene función vasodilatadora.
- ❖ Es un antioxidante 7 veces más potente que el té verde.

- ❖ Tiene función Bactericida, previne las caries dentales, por su acción antifibiótica actúa contra la placa bacteriana.
- ❖ Combate ciertos hongos como el *Candida albicans* causante de la vaginitis.
- ❖ Es un suave diurético, disminuye los niveles de ácido úrico.
- ❖ Evita que las grasas se absorban en mayor cantidad por el cuerpo, es un antiácido y facilita la digestión.
- ❖ Disminuye la fatiga y la ansiedad.
- ❖ Mejora la resistencia frente a gripes y resfriados.
- ❖ Tiene acción cicatrizante y bactericida, puede aplicarse en quemaduras, heridas, etc.

1.4. Formulación del problema.

¿Sería conveniente la inversión de capital para la implementación de un delicatessen especializado en comida para diabéticos en el sector de Urdesa de la ciudad de Guayaquil?

1.4.1. Objetivo General.

Diseñar un proyecto de inversión para la empresa Diabefit, que evalúe la viabilidad de la creación de un Delicatessen especializado en comida para diabéticos.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Analizar la historia, enfoques, tendencias relacionadas a la implementación de locales especializados en la elaboración de comida para diabéticos, y el papel que desempeñan un plan de inversión en la viabilidad de las mismas.
- Diagnosticar el comportamiento de mercado, hacer el estudio técnico y el de factibilidad que permita valorar la viabilidad de la inversión.
- Demostrar si es factible o no el presente proyecto de inversión.

1.5. Teorías de la Administración.

Se ha tomado de (Ponce, 1995) puntos de las funciones del control dentro de un proceso administrativo, la importancia del control en ventas, producción, en el área financiera - contable, y en general, donde indica que el administrador debe tener:

- ❖ Seguridad en la continuidad de las acciones que realiza.
- ❖ Corregir defectos y mejorar el producto obtenido.
- ❖ Planeaciones generales y motivar al personal.

Según (Fyol, 1973) la utilización e implementación del “*Utilaje administrativo*” es importante en la organización de los negocios, las autoras hemos decidido acoplar este modelo de organización en el diseño del delicatessen para diabéticos.

Indica (Fayol, 1988) existen normas dentro de la administración, como la autoridad y responsabilidad, las cuales deben relacionarse entre sí, la unidad de mando, dice que los colaboradores reciben órdenes de un superior, la cadena escalar o jerarquía, dice que existe una cadena de superiores, y el espíritu de cuerpo, en donde la unión hace la fuerza.

Estos son principios que nos han parecido importantes y que las autoras lo analizan mediante la experiencia laboral y es lo que se aplica cuando se trabaja en sectores de restauración, se desea implementar estos factores en el modelo de negocio a presentar.

1.5.1. Artículos que Indican que los Diabéticos Necesitan Atención por Parte del Sector de Restauración.

Según Goldbaum, M. (1996). Indica que la mala alimentación y el consumo de drogas desarrollan enfermedades como la diabetes y el cáncer.

Pergola, G. (2007, Jan 12). Indica que ***"Nos dimos cuenta que se trataba un nicho al que debíamos prestar mucha atención"***.

Por, D. B. (2005, May 13). Hace referencia de la importancia de la alimentación de las porciones y tipos de alimentos que deben consumir, e indica que cada vez la enfermedad es más común en los habitantes a nivel mundial.

Ante esta problemática que se presenta en la actualidad, el descuido por parte del sector gastronómico a nivel mundial para este target debido a que no hay muchos establecimientos que se especialicen en comida para diabéticos, y los que hay la mayoría trabajan sólo bajo pedido y con los modelos de negocios presentados en este trabajo, y analizando que en la ciudad de Guayaquil no existe un establecimiento de estas características las autoras proponen la creación de un delicatessen para diabéticos en la ciudad de Guayaquil.

1.6. Objetivos del Plan para El Buen Vivir del Gobierno Nacional.

De acuerdo a la exigencia del Gobierno Nacional de la República del Ecuador, los proyectos de inversión y negocios existentes deben ir alineados al cumplimiento de los objetivos del Plan del Buen vivir propuesto por el Gobierno. Como indica (Senplades(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), 2009) .

De los 12 objetivos que se muestran, nuestro proyecto de inversión cumple el objetivo 3, como muestra (Senplades(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), 2009) “**Buscamos condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos**”.

El cual propone “**Mejorar la calidad de vida de la población**”, con el cual nosotros contribuiremos, ya que el producto que vamos a brindar a las personas cumple con los parámetros alimenticios aptos para los diabéticos, certificados por profesionales en la medicina y en el ámbito gastronómico.

También cumple con el objetivo número 6, el cual indica (Senplades(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), 2009) “**Garantizamos la estabilidad,**

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad”.

Es el que indica “***Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas***”, ya que nosotros contrataremos a personas con todos los beneficios de ley, que trabajando en conjunto, nos ayuden a cumplir los objetivos de la organización.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN DEL DELICATESSEN PARA DIABÉTICOS.

2.1. Justificación de la Elección del Método.

Para explicar cuáles serán las estrategias metodológicas que utilizaremos en la presente investigación, es necesario conocer a profundidad en qué consiste el proceso de **investigación**.

Según (Hernández Sampieri, 2012)

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno.

Partiendo de este concepto, la investigación es un proceso que encierra diferentes fases y secuencias específicas, las cuales se convierten en el camino seguro hacia la obtención de resultados favorables o desfavorables al momento de plantearnos un problema.

Es necesario, que los futuros profesionales, sea de cualquier especialidad, sepan a profundidad qué es investigar, estos conocimientos hacen que el estudiante se convierta en un ser más competitivo y preparado a enfrentar los desafíos que el mundo actual propone.

No es desconocido, que hoy en día es fundamental saber y conocer cuáles son las herramientas que existen para llegar a la resolución de tantos problemas de investigación que cotidianamente observamos y de los cuales somos partícipes. Por tanto, es indispensable hacer énfasis en este tema, ya que se convierte en el punto de partida para diseñar soluciones en todas las ramas a las cuales se aplica la investigación.

Toda investigación posee un propósito, en nuestro caso, la investigación científica consta de los siguientes:

- Producir conocimientos y teorías. (investigación básica).
- Resolver problemas. (investigación aplicada).

En la presente investigación se enfocará en el segundo propósito, ya que al querer convertir el Delicatessen en una opción de alimentación para las personas que padecen de diabetes y aquellos considerados “fitness”, se está dando una solución real y palpable dirigida a estos grupos, muchas veces olvidados por la sociedad.

Se desea poner énfasis al tratamiento de dicha enfermedad, así como a la conservación de la salud y estética de deportistas y personas que aman y se sienten identificados con la alimentación saludable y que gustan de los placeres que la Gastronomía puede ofrecer.

Para cumplir con el objetivo general que se ha planteado en este proyecto, se utilizará el Método Exploratorio, puesto que en otros países ya existen este tipo de negocios, que tienen como finalidad mejorar la calidad de vida de los diabéticos y personas fitness, sin embargo en nuestro país y de manera particular en la ciudad de Guayaquil no existen estas empresas gastronómicas.

Continuando con el análisis de los objetivos específicos, se puede indicar que con referencia al primero, se utilizará el método explicativo, puesto que se analizará la historia, tendencia de estos locales especializados en la elaboración de comida para diabéticos, y la viabilidad los mismos.

Para cumplir con el segundo objetivo aplicaremos el método correlacional, porque nos permite analizar variables múltiples, o sea responderá a las interrogantes: ¿Cuál es el comportamiento del mercado?, ¿Cómo se realizará el estudio técnico y de factibilidad?, ¿Para qué se valorará la viabilidad de la inversión del negocio en mención? .

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

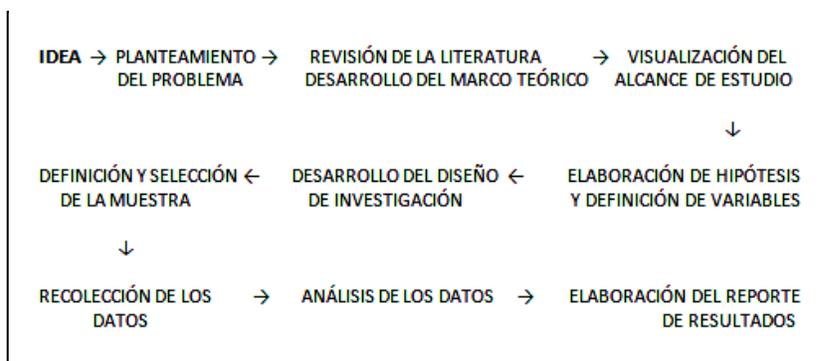
Para el tercer objetivo específico se utilizará el método empírico, (corresponde al hecho, la observación, medición y el experimento), de acuerdo al tema en estudio se usará la medición, pues es la que consiste en observar y registrar todo lo referente al tema, basándose en los registros de medición de datos, se aplicará las operaciones lógico-matemática, que pueden pertenecer a una escala, sintetizando la información obtenida en forma cualitativa y cuantitativa, de esta manera se podrá determinar si el proyecto es o no factible de inversión.

2.2. Enfoque de la Investigación.

Para definir el enfoque que se dará a la presente investigación, se debe conocer cuáles son los que se tiene a disposición, para realizar un análisis de los mismos y llegar finalmente a la elección de una de ellas que se aplique al presente trabajo de investigación.

Se empezará analizando el **enfoque cuantitativo**, este enfoque es secuencial y probatorio.

Tabla 4: Enfoque Cuantitativo de Procesos Empíricos Sistemáticos.



Fuente: <http://mariamotainvestigacioncuantitativa.blogspot.com/2013/03/la-investigacion-en-el-proceso.html> (Google académico)
Elaborado por: Vanesa Flores Quimi y Fátima Zamora

El enfoque cuantitativo partirá de una idea, la cual se irá acortando y concretando hasta llegar al planteamiento del problema. Luego, se revisará la literatura; que no es otra cosa que lo que se ha investigado anteriormente, a partir de ello se desarrolla el marco teórico, que es la teoría que va a fundamentar el proyecto y que está en relación al planteamiento del problema.

Del marco teórico se derivan una o varias hipótesis, las cuales se las lleva a prueba utilizando diseños de investigación apropiados. Una vez corroboradas las hipótesis, se recolectan los datos, los cuales deben ser reales para que la investigación sea creíble. Posteriormente los datos se analizan a partir de métodos estadísticos, para concluir con un reporte de los resultados.

En el trabajo de investigación se utilizará como referencia el dato obtenido por el INEC, 2012; el cual nos dice que en Guayaquil existen 360.000 personas que poseen diabetes, de las cuales, en su mayoría, son mujeres.

Según Sampieri, Cap. 1, Pág. 7

El enfoque de investigación cualitativo utiliza la recolección de dato sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de investigación.

En este enfoque, el investigador pone especial énfasis en describir situaciones, experiencias, eventos, conductas, etc. Aquí se utilizan métodos de recolección de datos, como la observación, entrevistas, focus group, historias de vida, etc.

Según (Corbetta, 2003)

El enfoque cualitativo evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad.

Se ha querido también utilizar algunas de las herramientas de la investigación cualitativa; tales como la observación y encuestas a los futuros consumidores y entrevistas a profesionales.

El estudio se encuentra orientado hacia la exploración, al conocimiento de las preferencias, gustos y tendencias de los posibles clientes. Sobretudo hacer especial énfasis a las experiencias que viven las personas que padecen de diabetes, profundizar en el conocimiento de sus hábitos, restricciones y expectativas que poseen en cuanto se refiere a la calidad de vida que desean mantener, más allá de sus propias limitaciones.

El enfoque de **investigación mixta**, se basa en combinar las diferentes herramientas de análisis de los enfoques cuantitativo y cualitativo respectivamente, se utilizan las técnicas separadamente, pues se realizan encuestas, entrevistas, trazando los parámetros a seguir de acuerdo a las personas que intervengan, se obtendrán rangos de valores a las respuestas, se observa las tendencias y las frecuencias, para posteriormente realizar los histogramas, se formula las hipótesis, para más tarde verificar las mismas.

Este enfoque ofrece diversos beneficios al momento de aplicarlo a esta investigación; ya que permite tener una perspectiva más amplia y profunda, da la facilidad de obtener una mayor variedad de datos.

2.2.1. Diseño de la Investigación.

La investigación **no experimental** es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto, para después analizarlos; se utiliza para proporcionar soluciones a los problemas.

En un estudio no experimental las situaciones que se observan son ya existentes y el investigador no ha aportado nada de manera intencional, pues las variables independientes ya ocurrieron y no se las puede manipular, influenciar, etc. pues esto ya sucedió, y ya existen sus efectos en conclusión los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

2.3. Tipo de Investigación.

En el presente proyecto se utilizó la investigación aplicada (práctica o empírica), porque con este tema de estudio se busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, además demostrar concienzudamente que esta tesis se ha desarrollado basándose en la realidad socioeconómica de la ciudad de Guayaquil, lo que llevará a obtener favorables resultados, al aplicar con seriedad y responsabilidad, lo que las autoras han aprendido a lo largo de la especialización.

Para certificar que la investigación realizada está basada en datos reales y genuinos, se hicieron encuestas en la clínica Kennedy, ubicada en la ciudadela del mismo nombre, en el parque Jerusalén ubicado en Circunvalación Sur en Urdesa, en el parque Zig- Zag y en el parque Keneddy.

También se realizaron entrevistas a especialistas como médicos de las especialidades: endocrinología, nutrición, diabetología y un Chef especializado en esta rama (Alimentación para diabéticos).

2.3.1. Cálculo de la Muestra.

Una parte fundamental en el estudio de mercado es determinar el tamaño de la muestra, por lo cual es necesario conocer el número de personas a la cual va a estar dirigida la investigación. Para lograrlo es obligatorio definir el universo, el cual es el grupo entero de individuos que se desea analizar.

Universo.

La población de diabéticos en la ciudad de Guayaquil es de 360.000 personas según (INEC, Población Guayaquileña, 2011), de las cuales nos centramos en todas las personas que viven en el Norte de la ciudad de Guayaquil sectores: Urdesa y Keneddy .

2.3.2. La Encuesta.

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.

El objetivo de realizar esta encuesta es determinar el nivel de aceptación y factibilidad que tenga la propuesta de la creación del delicatessen. (Ver encuesta en Anexo #1).

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

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

Dónde:

- $Z^2 = 1.96^2$ (ya que la seguridad es del 95%)
- $p =$ probabilidad de éxito (en este caso 50% = 0.5)
- $N =$ población (en este caso 360.000)
- $q =$ probabilidad de fracaso (en este caso deseamos un 50%)
- $e^2 =$ error (en este caso deseamos un 5%)

$$n = \frac{1.96^2 * 360000 * 50 * 50}{5^2 * (360000 - 1) + 1.96^2 * 50 * 50} = 384.82 = 385$$

$n = 385$

Para esta investigación se realizó una encuesta que consta de 13 preguntas a la muestra de 385 personas, la misma que fue realizada en la Clínica Kennedy en el Área de consulta de Endocrinología, nutrición, en el parque Zig- Zag, Jerusalén y Kennedy.

2.3.3. La Observación.

El método de la observación directa, es el más utilizado, pues se lo aplica a los trabajos manuales, que sean sencillos o repetitivos, porque pueden ser verificables con facilidad mediante la observación, sin embargo éstas van acompañadas de entrevistas y análisis del que realiza y supervisa.

La observación tiene como ventajas las siguientes:

- La veracidad de los datos obtenidos.
- No requiere que quien la realice deje de hacer sus labores.
- Es ideal para casos sencillos y repetitivos.

Para el presente trabajo, se consideró que el método de observación directa resulta viable y efectivo, ya que es de fácil aplicación, y se desea tener una idea de cuantas personas promedio visitan los lugares que se encuentran dentro de los 360 grados del sitio donde estaría ubicado el establecimiento.(Ver fotos Anexo#2).

2.3.4. La Entrevista.

La entrevista es un proceso de comunicación que se realiza por lo general entre dos personas, tiene como finalidad obtener la información del entrevistado en forma directa. (Ver entrevista en Anexo # 3).

La entrevista no se considera una conversación normal, sino más bien una conversación formal, con una intención determinada, en este caso entrevistamos a 5 profesionales:

-Dr. Daniel Roldós , endocrinólogo especializado en Bruselas, médico del Hospital Alcívar.

-Dr. Xavier Morales, endocrinólogo especializado en Bélgica médico del Hospital Clínica Keneddy.

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

-Dr Raúl Caicedo, diabetólogo máster en nutrición especializado en España, médico del Hospital Naval.

-Dra. Martha Montalván, nutricionista especializada en Argentina del Hospital Clínica Keneddy.

-Chef Diego Hermosa, chef ejecutivo del Hotel Sheraton de Guayaquil.

CAPÍTULO III

PROPUESTA.

3. DESARROLLO DE ESTRUCTURA Y ESTRATEGIA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN DELICATESSEN ESPECIALIZADO EN COMIDA PARA DIABÉTICOS.

3.1. Estudio de Mercado.

Como resultado del estudio de mercado, se conoció que:

Tabulación de Encuestas.

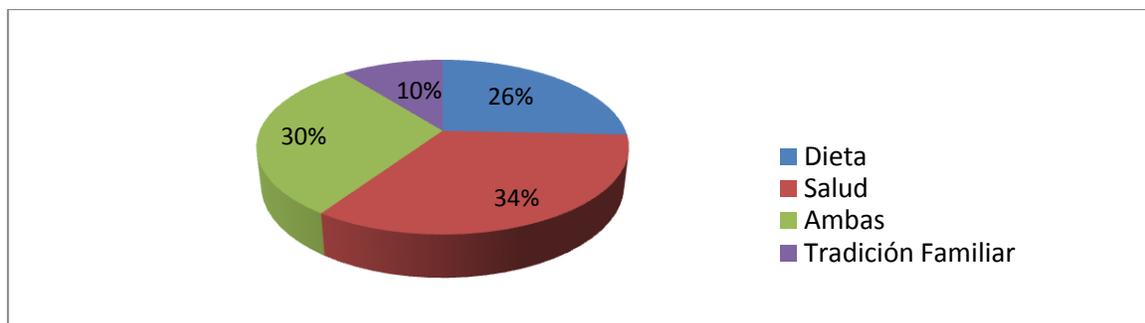
Los resultados de la encuesta están basados en porcentajes.

1) ¿Cuáles son los factores que usted toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?.

- Dieta
- Salud
- Ambas
- Tradición Familiar

99
130
115
41

Ilustración 9: ¿Cuáles son los factores que usted toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?



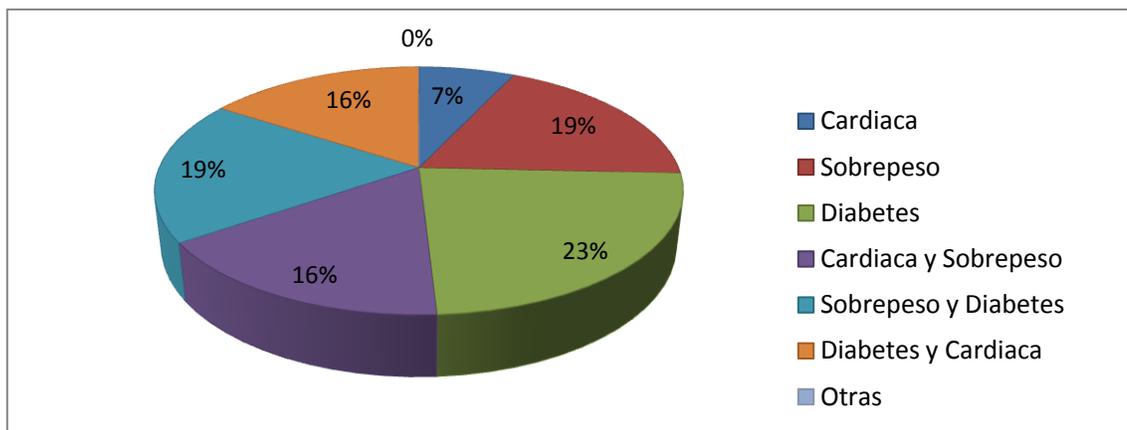
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Se puede observar que las tendencias actuales indican, que las personas buscan alimentarse, no tan solo saciar la necesidad de comer, por eso toman en cuenta que los alimentos que se expenden en el sitio sean lo más saludables posibles, y una minoría lo busca por tradición familiar.

2) Si es por salud, ¿Usted padece alguna enfermedad?.

-Cardiaca	<input type="checkbox"/>	27	-Cardiaca y Sobrepeso	<input type="checkbox"/>	63
-Sobrepeso	<input type="checkbox"/>	72	-Sobrepeso y Diabetes	<input type="checkbox"/>	72
-Diabetes	<input type="checkbox"/>	90	-Diabetes y Cardiaca	<input type="checkbox"/>	61
-Otras.....		0			

Ilustración 10: Si es por salud, ¿Usted padece alguna enfermedad?



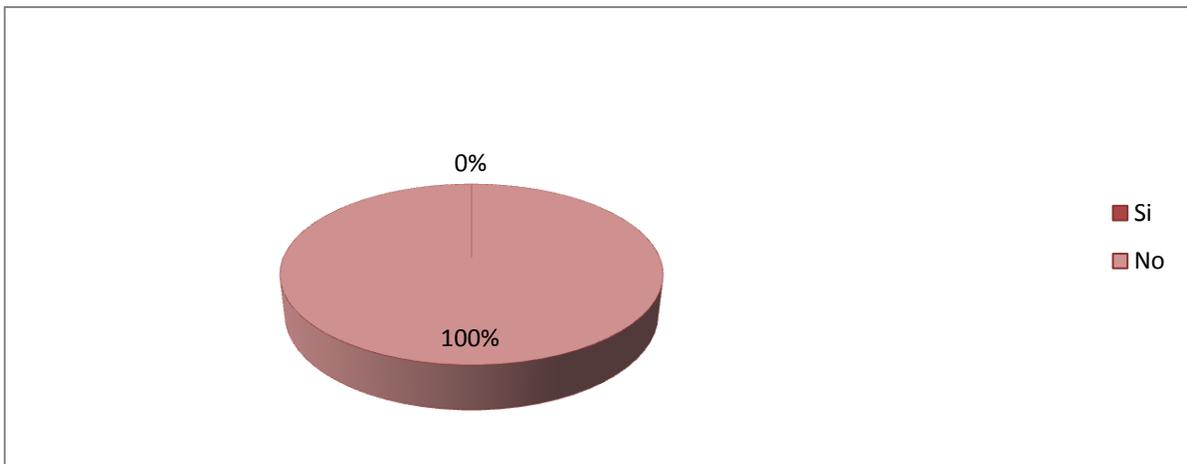
Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Análisis: Son preocupantes los resultados, ya que indican que todos encuestados poseen alguna enfermedad, de las bases a la cual se deriva la diabetes y otros tienen ambas, como se muestra en el gráfico, el 23% son diabéticos siendo el porcentaje más alto, seguido del sobrepeso, el cual es uno de los factores principales que dan indicios a una futura diabetes, y otros ambas.

3) Si es por diabetes ¿Conoce usted restaurantes para diabéticos?.

Si	<input type="checkbox"/>	0
No	<input type="checkbox"/>	385
Cuales.....		0

Ilustración 11: Si es por diabetes, ¿Conoce usted restaurantes para diabéticos?.



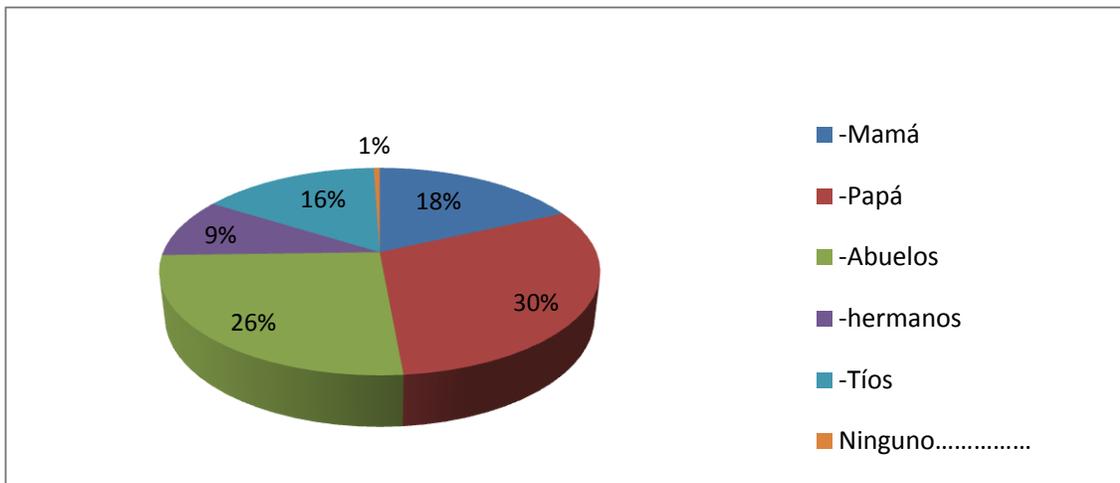
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Los encuestados responden a la hipótesis planteada por las investigadoras, de que no existe restaurantes especializados en comida para diabéticos , que no sean las que se manden a preparar por pedido especial, determinándose así en un 100% el no.

4) ¿Existen antecedentes de diabéticos en su familia?.

-Mamá	<input type="checkbox"/>	60
-Papá	<input type="checkbox"/>	117
-Abuelos	<input type="checkbox"/>	100
-hermanos	<input type="checkbox"/>	36
-Tíos	<input type="checkbox"/>	72

Ilustración 12: ¿Existen antecedentes de diabetes familiar?.



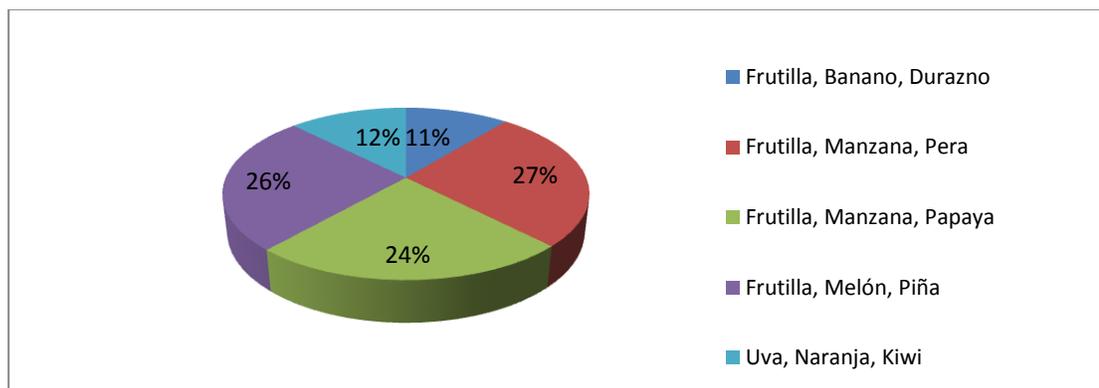
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Como se muestra en la gráfica el mayor índice de proveniencia de la diabetes es del padre y abuelos, incidencia media a mamá, tíos y hermanos ya que tendrían más vinculación directa sanguínea descendiente y un 1% que no tiene antecedentes diabéticos familiares, pero sin embargo han adquirido diabetes, mostrándonos que se da generalmente por antecedentes familiares, sería un indicio a que el número de diabéticos aumentarán cada vez más.

5) ¿Qué alimentos consume usted en su alimentación diaria?.

Frutas, nombre algunas.....	
Frutilla, Banano, Durazno	42
Frutilla, Manzana, Pera	103
Frutilla, Manzana, Papaya	92
Frutilla, Melón, Piña	100
Uva, Naranja, Kiwi	48

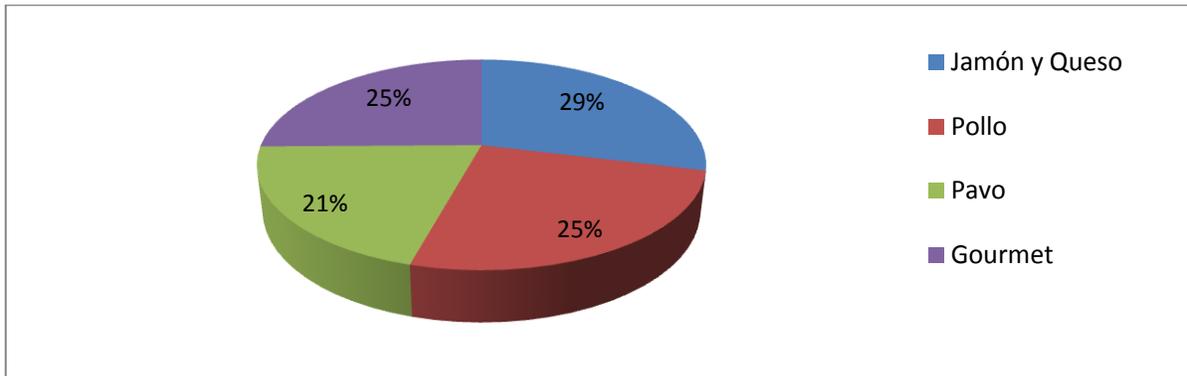
Ilustración 13: ¿Qué frutas consume usted en su alimentación diaria?.



**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Sándwiches, de que tipo.....	
Jamón y Queso	111
Pollo	98
Pavo	79
Gourmet	97

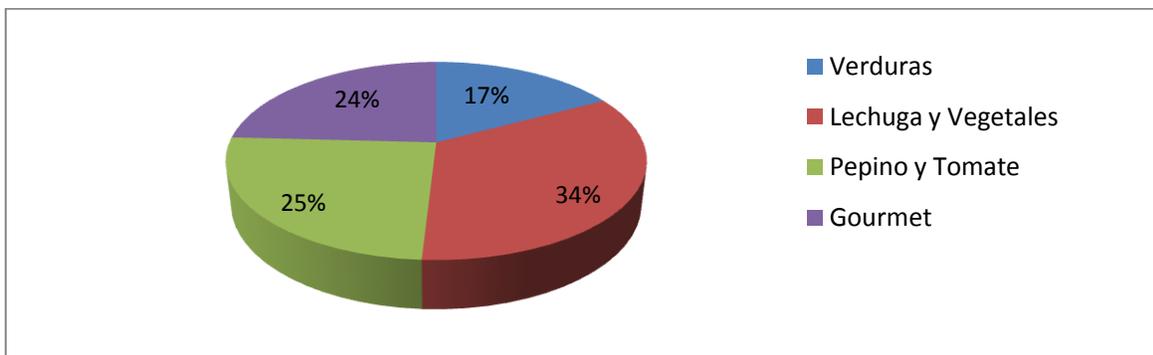
Ilustración 14: ¿Qué sándwiches consume usted en su alimentación diaria?.



Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Ensaladas, como cuales.....	
Verduras	66
Lechuga y Vegetales	130
Pepino y Tomate	96
Gourmet	93

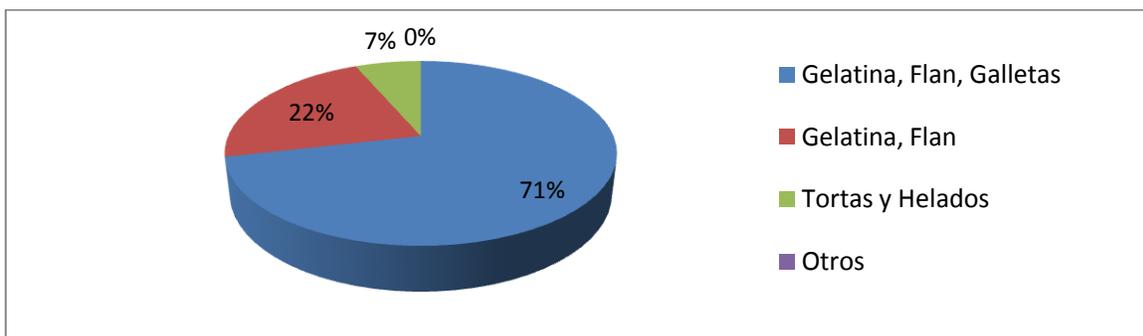
Ilustración 15: ¿Qué ensaladas consume usted en su alimentación diaria?.
Ensaladas.



Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Postres, como cuales.....	
Gelatina, Flan, Galletas	275
Gelatina, Flan	85
Tortas y Helados	25
Otros	0

Ilustración 16: ¿Qué postres consume usted en su alimentación diaria?.



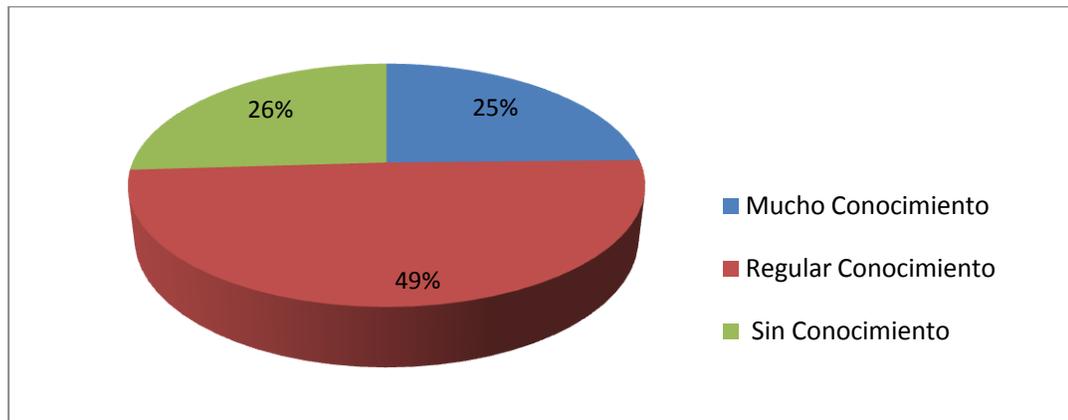
Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Análisis: Mediante estas respuestas, las cuales se han agrupado por preferencias de los encuestados, se determina que en frutas existe preferencia de frutilla, manzana, peras, melón, papaya, uva, naranja, kiwi, banana, durazno y piña. En sándwiches la preferencia es por el tradicional sándwich de jamón y queso, el sándwich de pollo, gourmet y el de pavo. En las ensaladas la mayoría consume ensaladas de lechuga y vegetales, ensalada de pepino y tomate, ensaladas gourmet y minoritariamente gustan de ensaladas de verduras. Entre los postres que consumen está la gelatina, flan y galletas debido a que son los que menos azúcares tienen, pocos el helado y las tortas, ya que el mercado no ofrece una variedad de postres especializados para que los diabéticos puedan consumirlos sin inconvenientes.

6) Si usted posee diabetes ¿Cuánto conocimiento tiene usted acerca de esta deficiencia?

Mucho Conocimiento	<input type="checkbox"/>	95
Regular Conocimiento	<input type="checkbox"/>	190
Sin Conocimiento	<input type="checkbox"/>	100

Ilustración 17: Si usted posee diabetes. ¿Cuánto conocimiento tiene usted acerca de esta deficiencia?.



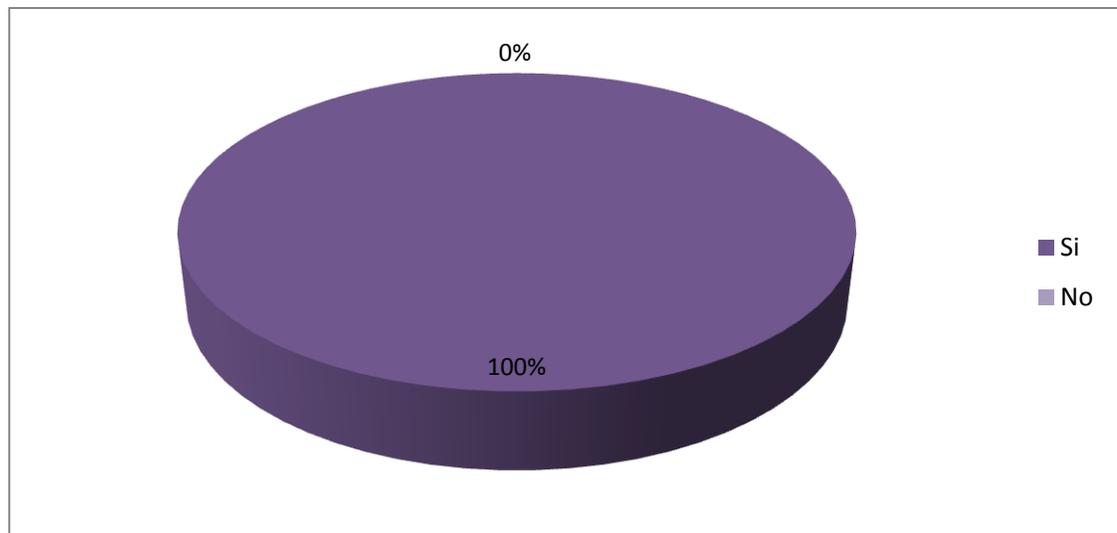
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Se puede observar, que en su mayoría tienen un regular conocimiento acerca de la diabetes, hay un porcentaje mínimo de diferencia entre las personas que conocen mucho y de los que no acerca de la diabetes, lo cual indica un descuido en su salud por falta de información.

7) Le gustaría a usted que exista un establecimiento que expenda alimentos saludables y deliciosos que lo ayuden a llevar un mejor estilo de vida alimentario?.

Si	<input type="checkbox"/>	385
No	<input type="checkbox"/>	0

Ilustración 18: Le gustaría a usted. ¿Qué exista un establecimiento que expenda alimentos saludables y deliciosos que lo ayuden a llevar un mejor estilo de vida alimentario?.



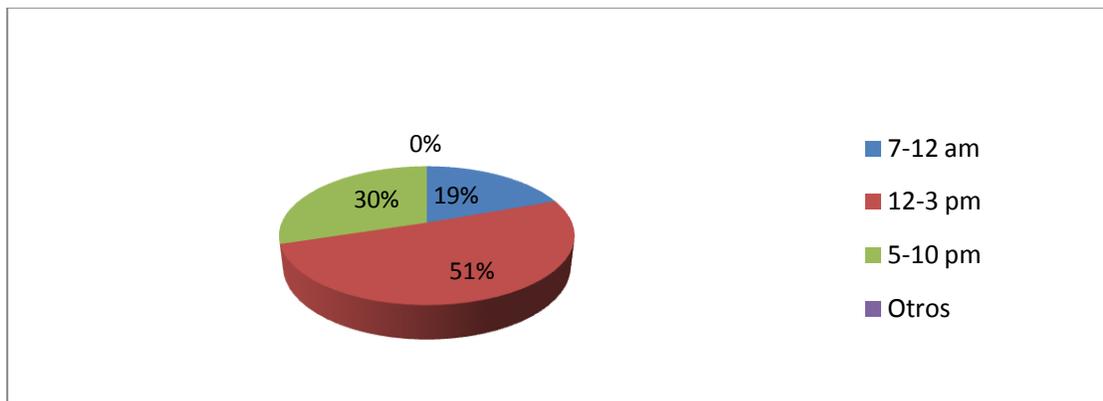
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: El resultado del 100% del si, indica que la propuesta de crear un establecimiento de este tipo tiene aceptabilidad, ya que las personas buscan un alimento saludable y delicioso.

8) ¿Si existiera un establecimiento de este tipo, dentro de que horas usted acudiría?

7-12 am	<input type="checkbox"/>	73
12-3 pm	<input type="checkbox"/>	190
5-10 pm	<input type="checkbox"/>	112
Otros.....	<input type="checkbox"/>	0

Ilustración 19: ¿Si existiera un establecimiento de este tipo, dentro de qué horas acudiría usted?



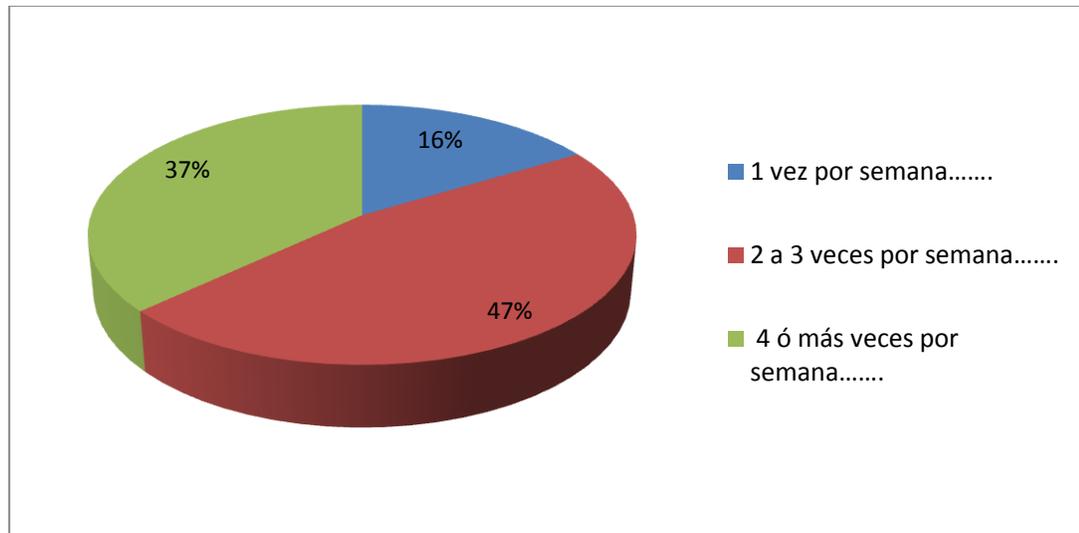
Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Análisis: El mayor porcentaje de los encuestados preferirían acudir al establecimiento entre las 12 a 3 pm, y de 5 a 10 pm y pocos acudir en la mañana de 7 a 12, indicando de que algunos tendrían la posibilidad de ir a desayunar, otros almorzar y otros a merendar.

9) ¿Con qué frecuencia usted visitaría el establecimiento?.

- 1 vez por semana..... 63
- 2 a 3 veces por semana..... 180
- 4 ó más veces por semana..... 142

Ilustración 20: ¿Con qué frecuencia usted visitaría el establecimiento?



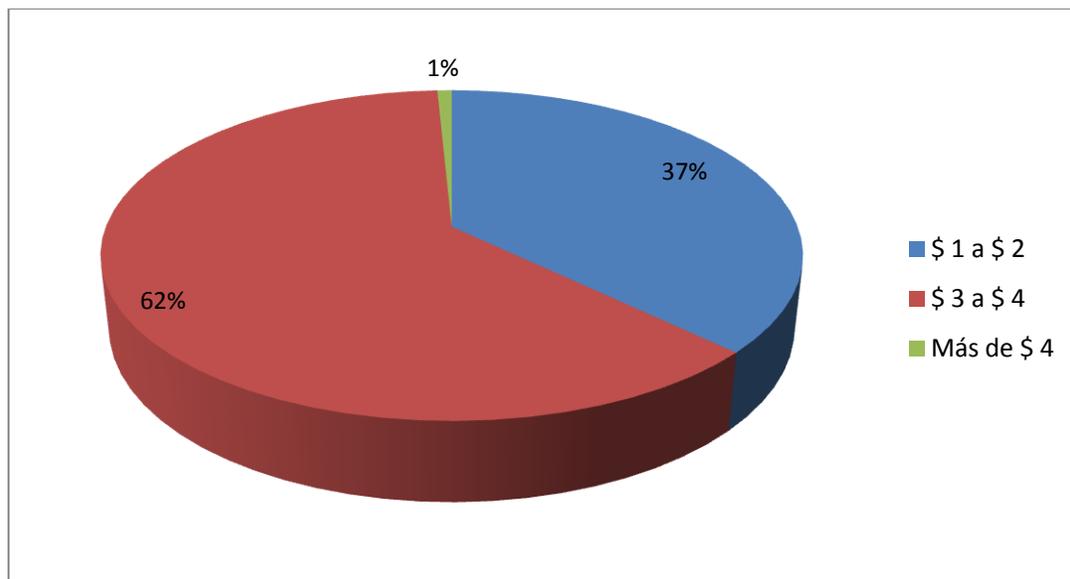
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Los resultados muestran que habría una buena afluencia de 2 a 3 veces por semana, y de 4 ó más veces por semana y minoritariamente lo visitarían sólo vez por semana.

10) 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, tomando de ejemplo una porción de torta mojada de chocolate?.

\$ 1 a \$ 2	<input type="checkbox"/>	143
\$ 3 a \$ 4	<input type="checkbox"/>	239
Más de \$ 4	<input type="checkbox"/>	3

Ilustración 21: 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 diabético, tomando de ejemplo una porción de torta mojada de chocolate?



**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Se toma en consideración cuanto promedio estarían dispuestos a pagar los futuros clientes, poniendo de ejemplo una porción de torta mojada de chocolate considerando que está sería totalmente apta para su consumo, es decir que la podrían comer sin cargo de conciencia, ni preocupación, por lo cual hay una aceptabilidad promedio en costos.

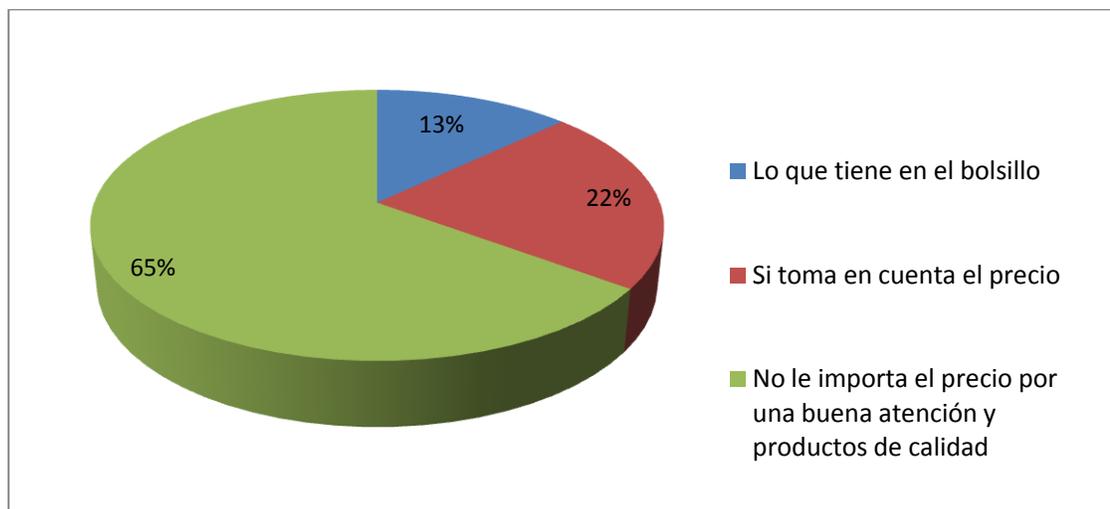
11) ¿Qué es lo que usted toma en cuenta en el momento de seleccionar el lugar para consumir un producto?.

Lo que tiene en el bolsillo 50

Si toma en cuenta el precio 85

No le importa el precio por una buena atención y productos de calidad 250

Ilustración 22: ¿Qué es lo que usted toma en cuenta en el momento de seleccionar el lugar para consumir un producto?.



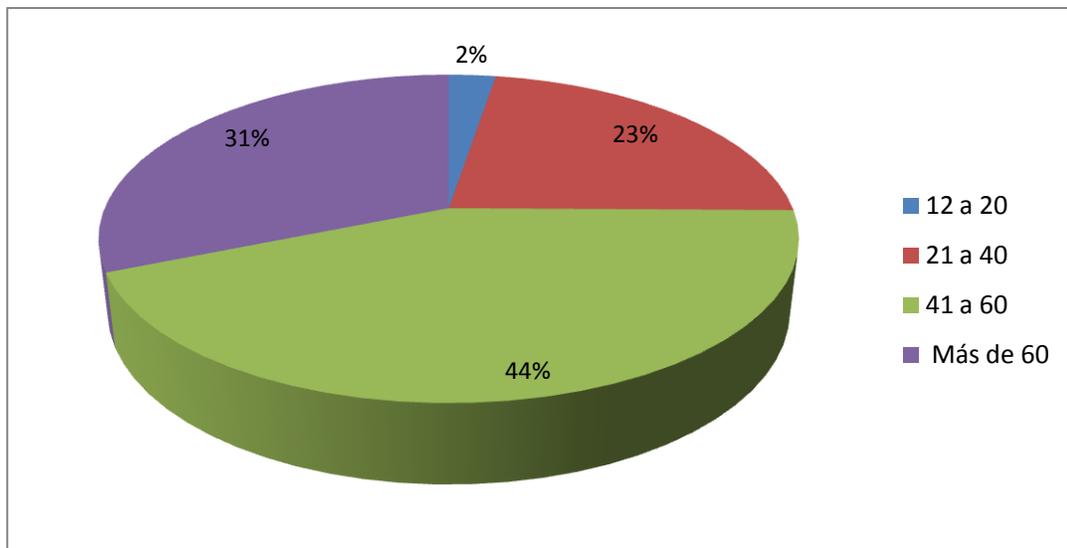
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Los resultados de esta pregunta generan mucha expectativa ya que en su mayoría a los encuestados no les importa el precio a pagar a cambio de obtener una buena atención productos de calidad.

12) ¿Entre Cuáles de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?.

- 12-20 10
- 21-40 87
- 41-60 168
- Más de 60..... 120

Ilustración 23: ¿Entre Cuáles de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?.



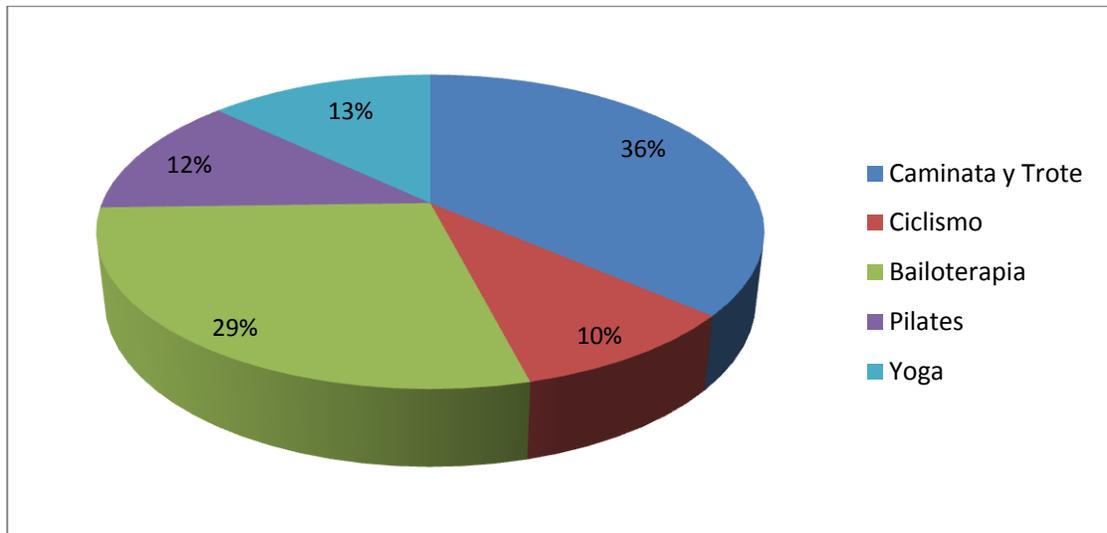
**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Se llega a la conclusión que en su mayoría, las personas con diabetes se encuentran en adultos mayores y adultos jóvenes con poca incidencia en el rango de 12 a 20 años, dándose así como consecuencia de una alimentación inadecuada desde jóvenes.

13) ¿Practica usted alguna actividad física?.

- Caminata y Trote 140 - Bailoterapia 110 Pilates 48
- Ciclismo 37 - Yoga 50

Ilustración 24: ¿Practica usted alguna actividad física?



**Fuente: Encuestas realizadas en la Ciudadela Urdesa.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

Análisis: Se determina que todas las personas están realizando una actividad física, en su mayoría caminar, trotar y bailoterapia, seguida del yoga y pilates por sus propiedades relajantes, y un poco de ciclismo, concluyendo con que practican en su mayoría ejercicios cardiovasculares y de relajación, ya que el estrés puede llevar a enfermedades como el sobrepeso y cardiovasculares.

Se realizó también un análisis de observación, (Ver detalles en Anexo # 2), con el cual se pudo determinar que existe una gran afluencia de personas a diario en los parques Kennedy, Zig- Zag y Jerusalén mayormente en los horarios de la mañana desde las 6 am hasta 12 pm el promedio de las personas que realizan actividades físicas a esta hora y en estos sitios son personas mayores y adultos se puede apreciar que trabajan en su mayoría y otros son jubilados, pocos son jóvenes. En la tarde desde las 5 pm hasta las 8 pm se puede observar a personas adultas y jóvenes que se ejercitan se asume que en su mayoría salen de sus trabajos y universidades, con escasa afluencia de personas mayores.

Para complementar la investigación se realizaron entrevistas a expertos, (Ver entrevista en Anexo # 4), quienes con su profesionalismo determinan que el principal factor para el desarrollo de cualquier enfermedad crónica son los excesos, de ahí se derivan enfermedades como la hipertensión, diabetes, cardiovasculares entre otras, la alimentación inadecuada por el apresurado estilo de vida que llevan las personas, han hecho que ocurra un incremento de las mismas. Una alimentación adecuada, con un balance emocional y físico, ayudarán a lograr un equilibrio en mejorar el estilo de vida de las personas, la dieta debe ser baja en azúcares y grasas, rica en carbohidratos integrales, fibra, proteína, vegetales y frutas, sin descuidar la importancia entre la calidad y cantidad de los alimentos que se ingieren, de los beneficios para la salud de la stevia y de la sal de potasio, lo cual indica que los productos que se utilizarán en la preparación de los alimentos el delicatessen tienen el aval de profesionales.

3.1.1 Perfil del Consumidor.

El target puede parecer muy amplio ya que abarca a consumidores de 12 a 60 años, pero eso es debido a que está dirigido a personas que padezcan diabetes, y a todas aquellas que se preocupen por su salud y figura, sin necesidad de padecer esta enfermedad. Se da el caso de que no hay una edad determinada para desarrollar la diabetes ya que esta puede ser de tipo juvenil o presentarse de tipo

dos en una edad avanzada. Se Determina que estos nuevos hábitos de consumo pueden coadyuvar a una creciente demanda de los productos que ofrecemos, teniendo como mercado meta personas de 30 a 60 años.

También está dirigido a todas aquellas personas, que les guste probar nuevas alternativas innovadoras, en la actualidad el medio se ha vuelto cada vez más exigente al momento de elegir y probar nuevas alternativas tanto en espacios físicos como en los sabores texturas y combinaciones de los platillos, generaremos expectativas en ambos puntos con la decoración de nuestro establecimiento y la variedad de alimentos. Se Está dirigido a un nivel socioeconómico medio – alto, alto.

Muchas de las personas que se someten a régimen de dieta se limitan al momento de salir a consumir alimentos debido a que no es muy usual encontrar en el mercado restaurantes que ofrezcan alternativas saludables y bajas en calorías, el delicatessen brinda la opción que buscan promoviendo la idea de que el producto lo podrán consumir dentro de su dieta alimenticia sin cargo de conciencia.

Según (Muñoz, 1998), indica que las personas pueden vivir tranquilamente sin consumir azúcares, los que se consumen que se encuentran en vegetales y carbohidratos son suficientes para el organismo, sin embargo el ser humano, tiene la necesidad de comer algo dulce, la cual en la dieta alimenticia diaria se consume como azúcar blanca, azúcar morena, miel, panela y edulcorantes.

Estas diversidades de azúcares que brinda el mercado varían en presentaciones y funcionabilidad en el organismo, pero estos excepto los edulcorantes artificiales suben los niveles de glucosa en la sangre, sin embargo son sintéticos y en determinado momento afectan a la salud.

Existen otros alimentos que al ingresar al organismo también se desdoblán en azúcares como por ejemplo los carbohidratos y azúcares refinadas como el pan blanco, la pasta, los dulces, bebidas industriales endulzadas con azúcar, es por

esto que debe mantenerse un adecuado balance nutricional, y la adecuada combinación de alimentos son los que harán que las personas puedan llevar un estilo de alimentación sana.

En los últimos años la alimentación se ha visto afectada por las tendencias del estilo de vida agitada que viven las personas, comen por comer más no se alimentan correctamente, la industria alimentaria produce bebidas y productos ricos en azúcares, sodio y grasas que en un alto consumo afectan la salud del consumidor, causando enfermedades como la obesidad, hipertensión y diabetes.

Por los conocimientos de las autoras en el área gastronómica determinan que se pueden sustituir ingredientes con alto contenido en carbohidratos y grasas, por unos que sean bajos en calorías y más saludables, de tal manera que aquellos que estén pasando por un proceso de dieta no tendrán que alterarla, garantizando así los resultados de la misma y la satisfacción del individuo.

Se tiene la convicción de que el delicatessen tendrá una buena acogida debido a la cantidad de información nutricional y acerca de la enfermedad, que se brindará dentro del establecimiento. Se desea ofrecer los servicios gastronómicos y adicionalmente brindar información necesaria del beneficio de la materia prima, con la cual están hechos los productos y el aporte favorable que tendría hacia la salud.

Se considera que lo que diferenciaría este ante los demás delicatessen ó cafeterías, es ofrecer productos bajos en azúcares y calorías, sin importar el estilo de vida que lleve el consumidor sea activo o sedentario debido a que contiene las calorías diarias necesarias. Lo cual permitirá su consumo a todo tipo de clientes que desean llevar una vida sana en especial aquellos que padecen de diabetes la misma que por ser una enfermedad degenerativa no les permite llevar un ritmo de vida normal, los limita, en especial al momento de comer, pero nuestra alternativa les brindará la oportunidad de consumir bocadillos, sin que esto perjudique su salud al contrario los beneficie por los componentes con los que están elaborados como por ejemplo la Stevia.

Se ha comprobado que esta clase de estímulos permite a los consumidores estar más tranquilos y a su vez felices lo que también coadyuva a la mejora de su salud. Sus gustos y preferencias gastronómicas pueden variar de acuerdo a la edad, al estilo de vida y de los ingresos que cuenten al momento de elegir que comer, pero eso sólo hará que varíe el lugar donde consumirán el alimento, más que el tipo de alimento a continuación presentamos una síntesis de lo que usualmente consumen las personas.

Tabla 5: Gustos y Preferencias Gastronómicas de Mujeres y Hombres Diabéticos de 12 a 25 años.

GUSTOS Y PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS			
EDAD	Diabetes Tipo I	Diabetes Tipo II	ALIMENTOS USUALMENTE CONSUMIDOS
12-15	X		Pescados, pocas carnes, pollo, sopas, sándwiches, lácteos bajos en grasa, frutas, ensaladas, cereales y carbohidratos de preferencia integrales, granos, productos hechos a base de soya, aderezos bajos en grasa.
15-20	X		Pescados, mariscos, pocas carnes, pollo, sopas, sándwiches, lácteos bajos en grasa, frutas, ensaladas, cereales y carbohidratos de preferencia integrales, granos, productos hechos a base de soya, aderezos bajos en grasa.
20-25		X	Pescados, mariscos, pocas carnes, pollo, sopas, sándwiches, lácteos bajos en grasa, frutas, ensaladas, cereales y carbohidratos de preferencia integrales, granos, frutos secos, productos hechos a base de soya, aderezos bajos en grasa.

**Fuente: Entrevista realizada a la Dr. Martha Montalván.
Elaborador por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.**

3.1.2 Competencias y Ofertas del Mercado.

Con el presente análisis realizado al entorno, se determina que existen modelos referentes a nivel Latinoamérica de la idea de negocio que se desea desarrollar, los cuales se han mencionado en el marco teórico del capítulo I del presente

trabajo de investigación, pero en el país no existe este modelo de negocio, y en la ciudad de Guayaquil específicamente en el sector de Urdesa no se encuentra un establecimiento que compita directamente con el que se propone.

Ilustración 25: Análisis de los Competidores.



Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Se determina que no existe en la actualidad un competidor directo, pero en los competidores indirectos se encuentran todos aquellos establecimientos que incluyen platos lights dentro de sus menús, como por ejemplo el restaurante "Paja Toquilla Light", el cual ofrece almuerzos normales y light- vegetarianos, ubicado en la calle Guayacanes y bálsamos, los locales libaneses que venden shawarmas, porque venden un sánduche bajo en grasa sus aderezos suelen contener altos contenidos de grasa.

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

Entre otros competidores indirectos están, aquellas empresas que venden dietas a domicilio, como todos los establecimientos que expenden helados de yogurt bajos en grasa, ubicados en el sector como Frogurt, el cual queda alado de nuestro establecimiento, GreenFrost, y Yogurt YooY ubicados en Víctor Emilio estrada entre Guayacanes e ILanes, Yomo Frozen Yogurt ubicado detrás de Plaza Triángulo.

El poder de negociación de los compradores sería bajo, debido a que el producto es una propuesta innovadora, y los competidores que se encuentran en el mercado no compiten al 100 % con nuestros productos. El poder de negociación del proveedor es baja, debido a que si existen proveedores que nos podrían abastecer de la materia prima para la elaboración de los bocadillos. Mediante el siguiente análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico) se van a identificar a dichos factores de la organización:

Tabla 6: Análisis PEST del Estudio de Mercado del Delicatessen para Diabéticos.



Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores

Las posibles competencias a futuro podrían ser en que la competencia viéndose amenazada por la acogida del establecimiento decida crear, o implementar productos similares al que se ofrece en esta propuesta.

3.1.3. Comercialización del Producto ó Servicio del Proyecto.

Se va a utilizar estrategias de comercialización como el Publicity a través de medios de comunicación (televisión y prensa escrita). Se auspiciarán programas que promuevan la salud, y la buena alimentación.

Se utilizará como herramienta publicitaria las cuponeras y tarjetas para incentivar al consumo, esta tarjeta se ponchará en cada compra, una vez completados los 5, el cliente recibirá una orden para retirar una porción del postre del mes gratis, el mismo que será elegido por las ventas que fluctúen en el mes.

Las cuponeras abarcarán descuentos del 10 al 20 % en productos seleccionados. Se podrán hacer pedidos de nuestros productos con mínimo 24 horas de anticipación a nuestro correo electrónico ó número telefónico.

Entregar en el establecimiento, informativos fitness de salud, boletines y folletos con información acerca de cómo llevar una adecuada alimentación con la diabetes y como alimentarse de una manera rica y saludable.

Destacar la importancia de la actividad física para las personas, el beneficio que tiene practicarla, las alternativas que pueden elegir al momento de optar por el ejercicio, ubicando puntos estratégicos o islas informativas en gimnasios, hospitales, clínicas para que conozcan el producto que ofrecemos.

Gracias a la alianza estratégica con como promoción, por cada \$20 de consumo gratis una clase de Pilates en el gimnasio de Rosa d´ Janon.

Se tendrá presencia dentro de las redes sociales como facebook, twitter, instagram, para de esta manera dar a conocer los productos, haciendo promociones y publicando el producto del día.

Los productos serán expendidos en envases de plástico descartables y fundas biodegradables, que contendrán serigrafías especificando el nombre y logo de la marca.

3.1.4. Proveedores y Disponibilidad de Insumos.

La disponibilidad de proveedores quienes brindarán la materia prima para poder elaborar los productos en el establecimiento, han sido seleccionados previos a un análisis tomando en cuenta variantes como calidad de los insumos que ofrecen, frescura de los alimentos, distancia del establecimiento al proveedor, y costo de transporte.

A continuación se presenta un cuadro con los precios y los proveedores que ofrecen estos productos:

Tabla 7: Insumos, Precios y Proveedores.

Precios y Proveedores						
Insumos	Proveedores					
	Mercado Mayorista	Mercado Central	Mi Comisariato V.E. Estrada	Andrés Córdova (Stevia)	Comercial Tapia	Pronaca
Stevia (gr.)				\$ 10 , 1.000 gr		
Frutilla (lb)	8 lb \$ 6	\$ 1,00	\$ 1,50			
Mora (lb)	8 lb \$ 6	\$ 1,00	\$ 1,50			
Tortilla de maíz integral 12 u			\$ 2,00			
Harina sin polvo de Hornear			\$ 2,12		\$ 1,76	
Pollo	7 lb (\$7,00)	\$ 7,25	\$ 9,00			\$ 7,20
Gelatina Sin Sabor 30 gr.			\$ 0,90		\$ 0,75	
Jamón de pavo			\$ 4,00			\$ 3,20
Yogurt descremado			\$ 4,55			
Queso Ricotta(500 gr.)			\$ 2,19			
Lechuga Crespa			\$ 0,74			
Atún en agua	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,43			
Queso Feta			\$ 2,50			
Naranjas	\$10 x 100 u	\$12 x 100 u	\$20 x 100 u			

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

Cebolla Paiteña (lb)	\$ 35 quintal	\$ 0, 50	\$ 0, 70			
Cebolla Perla	\$ 65 quintal	\$ 0, 80	\$ 0,90			
Cocoa sin azúcar			\$ 3,48		\$ 3,00	
Aceite Girasol	\$ 2,80	\$ 2,80	\$ 3,00			2,9

Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

En el ejemplo que se presenta, están los productos más utilizados en la producción del establecimiento, los proveedores escogidos son el Mi Comisariato ubicado en la Víctor Emilio Estrada, el Mercado Mayorista de Montebello, el Mercado central ubicado en Lorenzo de Garaicoa entre 10 de Agosto y Clemente Ballén, Comercial Tapia ubicado en Manabí y Coronel , el Proveedor de Stevia al igual que Pronaca dejarán la materia prima en el local .

3.2. Estudio Técnico.

Ilustración 26: Logo del Establecimiento.



Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

El Delicatessen se encuentra alrededor de un punto de encuentro de deportistas, personas que cuidan de su salud y del público en general. Diabefit, será sin duda la mejor opción en Gastronomía saludable y de servicio eficiente. Tiene un entorno de mucha calidez. Decoración acogedora, moderna y relajada.

Ambiente entrañable, el cual predispone a nuestros clientes a una buena plática y a las relaciones sociales. Trato afectuoso, amable y cordial. Excelente relación calidad-precio. Un lugar que atraerá a propios y extraños, porque ofrecemos la mejor opción en cocina saludable, sin renunciar al sabor, variedad y

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

calidad que sólo Diabefit Deli puede ofrecer. La combinación de colores cálidos y fríos, traen consigo una mezcla de vitalidad, motivación, calidez y aproximación al producto; así como sensaciones de reposo y tranquilidad.

Se utilizarán colores como verde, amarillo y naranja, los cuales transmiten naturaleza, bienestar general, juventud y equilibrio, sumados a las sensaciones que provocan los tonos amarillo-naranja, tales como, regocijo, placer y alegría.

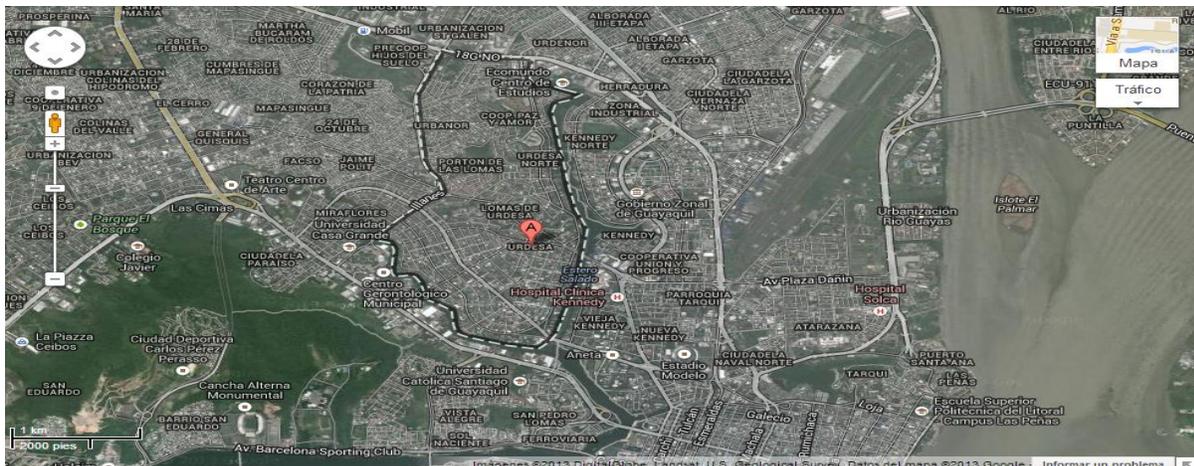
Por otra parte, en la iluminación se utilizará una iluminación generalista, ya que todo el salón es un área social; así como la utilización de lámparas artesanales, las cuales darán un aspecto de mayor comodidad y calidez al interior del local.

3.2.1. Localización.

Con un estudio previo de micro localización, en donde se han analizado variantes como la facilidad de acceso, la población que habita en el lugar, el tipo de actividades que se realizan cerca del sitio se ha podido determinar lo siguiente:

El sitio escogido es un local ubicado en la ciudadela de Urdesa Central Circunvalación Sur local 111 B.

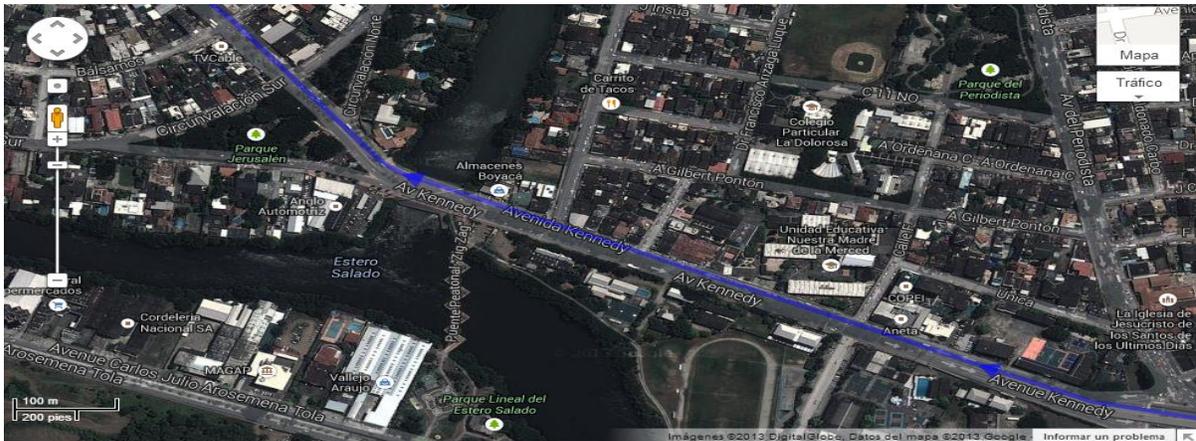
Ilustración 27: Vista Satelital de la Ciudadela Urdesa en Guayaquil.



Recuperado de:

<https://maps.google.com.ec/maps?q=mapa+de+urdesa+guayaquil&ie=UTF-8&hl=es-419>

Ilustración 28: Vista Satelital del lugar del establecimiento y sus alrededores.



Recuperado de:

<https://maps.google.com.ec/maps?q=mapa+de+urdesa+guayaquil&ie=UTF-8&hl=es-419>

Es un lugar de fácil acceso, está ubicado alado del colegio y considerada cercana a la zona de restaurantes del sector, en el frente tiene un parque (Parque Jerusalén) el cual posee máquinas de hacer ejercicios, en el cual van muchas personas a ejercitarse, otro punto cerca referente es el parque zig-zag, en el cual también existe mucha afluencia de personas que van a hacer actividades físicas tanto en la mañana como en la tarde.

En los exteriores del local cuenta con parqueo en la calle, y el local posee guardianía las 24 horas del día. Por el sitio transita muchas personas, muchas de ellas que luego de realizar su actividad física se dirigen a sus casas y se ha considerado que se brinda la oportunidad de negocio, puesto que se puede notar que ellos buscan llevar un estilo de vida saludable, con una correcta alimentación a la cual complementar con actividad física.

El otro motivo por el cual se decide que es un buen lugar para poner esta idea de negocio, es porque un alto porcentaje de los habitantes del sector de Urdesa, son adultos y adultos- mayores los cuales en su mayoría por su edad y

condiciones de vida busca cuidar su salud, debido a que muchos de ellos padecen de enfermedades como diabetes, hipertensión, etc.

Con estos antecedentes se llega a la síntesis que este es un lugar adecuado para la ubicación del negocio, puesto que el target de interés habita en sus alrededores, el sitio posee alcantarillado, agua potable, luz, acceso a teléfono, internet, está relativamente cerca a los puntos de los proveedores donde se adquirirá la materia prima y no se encuentra un competidor directo para nosotros.

Urdesa es un sector muy comercial, pero a su vez residencial, en el cual se pueden encontrar muchos restaurantes de varios tipos temáticos especializados en comida italiana, española, libanesa, e incluso cerca del lugar se encuentra el español delicatessen pero no es especializado en comida para diabéticos, con lo cual se ganaría una ventaja competitiva por ser pioneros en un establecimiento así.

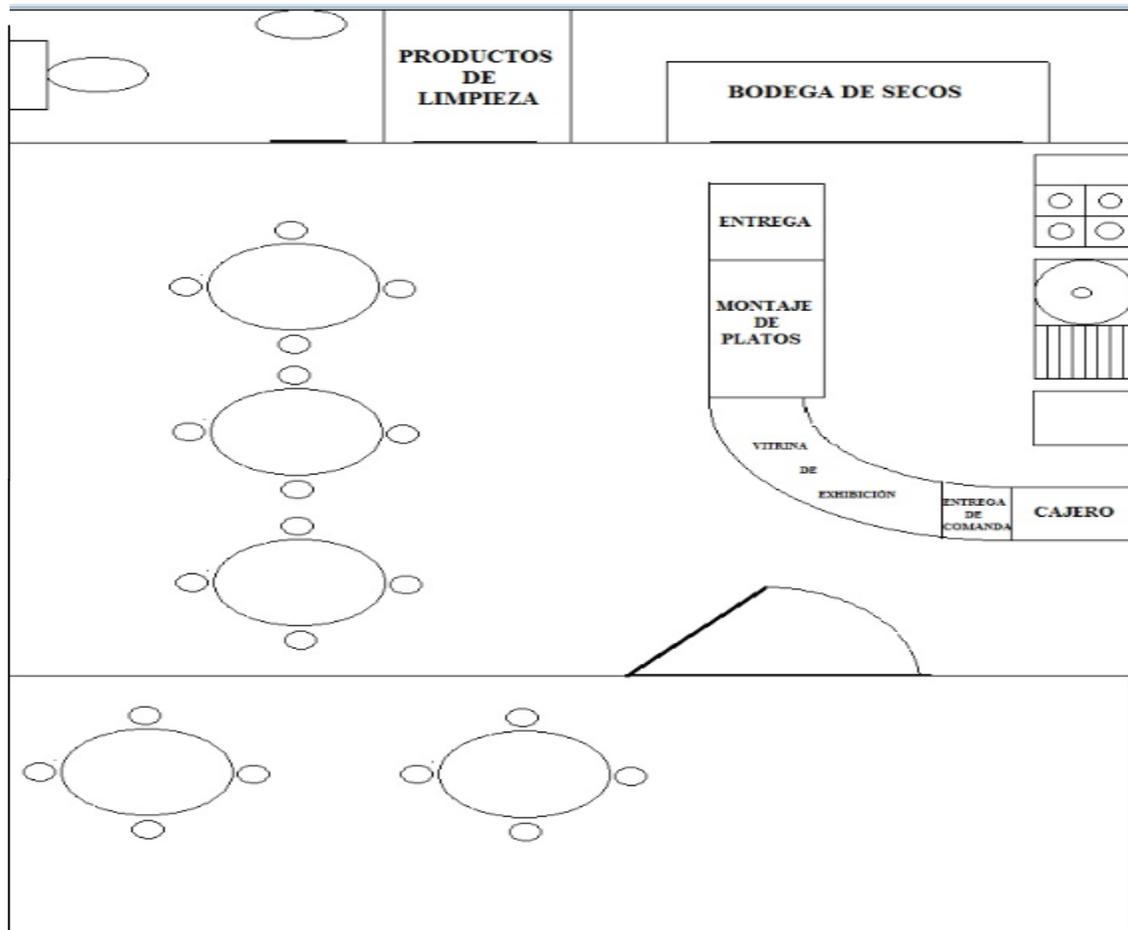
Se realizará una adecuada recolección de desechos sólidos y líquidos, en los tachos, en los horarios establecidos de puerto limpio de 18h00 - 18h30 de martes a domingo, y como se utilizarán recipientes descartables se reciclarán de manera responsable y se incentivará a los consumidores con mensajes en los envases para ayudar así a la conservación del ecosistema.

Las fundas serán biodegradables y se proyecta aplicar a una norma ISO 14000 de Gestión Ambiental.

3.2.2. Ingeniería del Proyecto.

El local en el cual funcionará el establecimiento consta con 42 m², de dimensiones de 7 m de fondo y 6 m de ancho, con la siguiente distribución:

Ilustración 29: Diseño del Delicatessen.



Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Entre las áreas se tiene:

- ❖ Baño: 2,40 m²
- ❖ Bodega de productos de limpieza: 1,20 m²
- ❖ Bodega de Secos: 3,60 m², en donde se encontraran todos los recipientes, y materia prima no perecible a utilizarse.

- ❖ La zona de producción consta con un área de 13 m² y se divide en: recepción de comanda, cocina caliente de 4 hornillas con plancha, un refrigerador- congelador, un lavadero con escurridor , vitrina de exhibición, mesa de trabajo/ montaje de platos, entrega de pedidos.
- ❖ Zona de servicio al cliente: Cuenta con 21,80 m² en la parte interna con tres mesas una capacidad de 12 personas y en el exterior con 2 mesas más con capacidad para 8 personas.

El equipamiento del establecimiento constará de:

Tabla 8: Equipos de Cocina.

Equipamiento	
Equipo	N. Equipos
Cocina Industrial con plancha	1
Campana	1
Vitrina de frío exhibidora	1
Refrigeradora	1
batidora	1
balanza digital	1
mesa de trabajo	6
Licuadora	1
Sanduchera	1
Trampa de grasa	1
Horno	1
Lavadero	1
Grifería	1

Elaborado por : Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Los cuales son de alta tecnología y acero inoxidable, el horno cuenta con la tecnología de limpieza continua lo cual indicaría un mejor aprovechamiento del producto, y todos cuentan con 2 años de garantía. Se cumplirá con la normativa municipal de la trampa de grasa.

Tabla 9: Batería de Cocina y Utensilios.

Baterías de Cocina y Utensilios	
	Cantidad
Bowls grandes	5
Bowls medianos	5
Bowls pequeños	5
Ollas pequeñas	2
moldes para horno	5
Sartenes de teflón pequeños	2
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
varillas metálicas	2
Pinzas	2
Brochas	2
Batidores de alambre	4
tablas de plástico	2
Cucharones	2
cucharetas de servicio	6
Espátula de goma	2
Puntilla	2
Moldes de torta	2
Latas de horno	3
juego de cucharas medidoras	2
Moldes cuadrados	2
Moldes redondos	2
boquilla para decorar	2
manga pastelera	2

Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

No se necesita obra de ingeniería civil como tal, pero si se realizaran acabados de primera en cuanto a la adecuación del baño, bodegas y de la zona de servicio, se

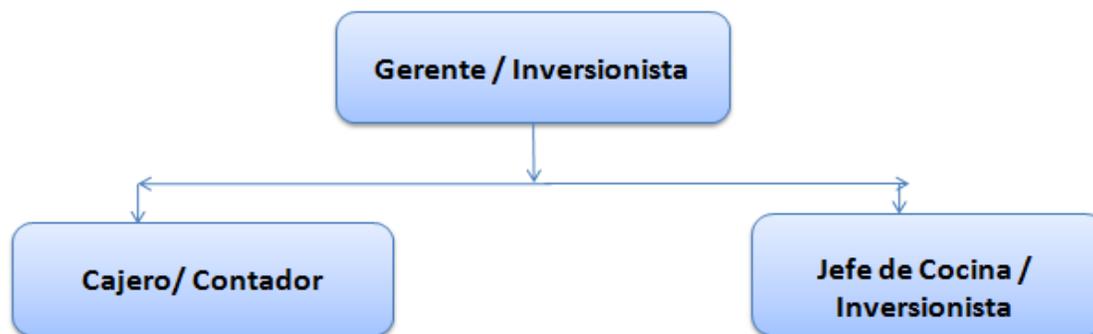
Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

implementarán 5 mesas y 20 sillas para que los clientes puedan servirse el producto también en el local.

Entre el recurso humano con el que se contará es con:

- ❖ cajero/contador: El cual se desenvolverá en las funciones de facturar las órdenes a los clientes, y llevar la contabilidad del establecimiento.
- ❖ Dos auxiliares de cocina: Cuyas funciones serán cumplir con la producción establecida, limpieza del establecimiento y servicio al cliente.
- ❖ Gerente/ administrador : Llevará la administración, figura como representante legal del establecimiento, se encargará de las compras previa a una requisición, tendrá liderazgo y creará y promoverá que se cumplan los objetivos institucionales, establecerá horarios de trabajo y gestionará días libres.
- ❖ Jefe de Cocina: Se encargará de crear los menú, variantes de recetas requisiciones de insumos para la compra, y de los auxiliares de cocina.

Ilustración 30: Organigrama Organizacional.



Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Al personal se les capacitará mediante un curso de inducción, y se les darán capacitaciones 2 veces al año acerca de servicio al cliente, BPM, y de nuevos productos que se vayan integrando al menú, etc. Se manejará en el establecimiento un manual de política de procesos para el manejo y preparación de productos, de cómo se debe recibir la mercadería, políticas de compra. (Véase Anexo #5).

3.3. El Estudio Económico-Financiero.

Para el desarrollo del presente proyecto, previo a las cotizaciones de equipamientos, gastos legales, costo de recurso humano y materia prima (Véase en Anexo #6), se requiere una inversión total de \$ 43.875,89 en la cual se cuenta con un capital propio de los inversionistas del 50 %, 25 % por cada uno de ellos, los cuales son 2, es decir \$ 21.937,95 y el otro 50 % financiable con el banco del pacífico a una tasa del 9,76% en un periodo de 5 años.(Véase Anexo#7).

Tabla 10: Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2014.

Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso por ventas	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890	10.890
Costo de ventas	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533	3.533
Utilidad Bruta	7.357											
Gasto de nomina	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662	3.662
Gastos de operación	152	152	152	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Gasto de marketing	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675
Depreciación	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
Total Gastos Operacionales	5.340											
Utilidad antes de intereses e impuestos	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018	2.018
intereses préstamo	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Utilidad antes de impuestos	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901	1.901
Participación de trabajadores	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Utilidad antes de impuestos	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844	1.844
Impuesto a la renta	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Utilidad Neta	1.768											

Elaborado por : Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Las ventas han sido calculadas, con base en el análisis de mercado se determinó la composición y se la combinó con el precio proyectado. Se realizó el

Proyecto de Inversión para la Creación de un Delicatessen Especializado en Comida para Diabéticos en la Ciudad de Guayaquil.

debido costeo de las recetas, (Véase en Anexo#8), ya tomando en consideración los costos de fabricación de la materia prima. En los gastos de administración y sueldos, se considera los sueldos (Véase Anexo # 9) con todos los beneficios de ley.

Tabla 11: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado a 5 años.

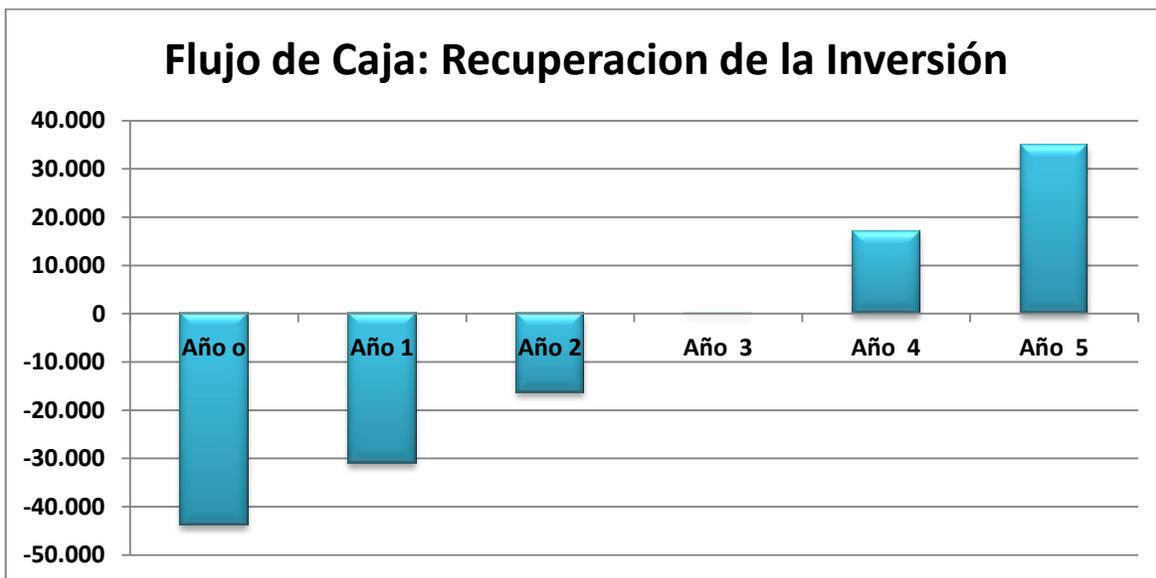
Estado de Pérdidas y Ganancias						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas		108.495	119.345	131.279	144.407	158.848
Costo de ventas		31.539	34.693	38.163	41.979	46.177
Utilidad Bruta		76.956	84.652	93.117	102.428	112.671
Gasto de nómina		31.248	32.810	34.451	36.173	37.982
Gastos de operación		18.262	17.800	17.800	17.800	17.800
Gasto de marketing		8.100	8.100	8.100	8.100	8.100
Depreciación		9.095	9.095	9.095	8.295	8.295
Total Gastos Operacionales		66.706	67.806	69.446	70.369	72.177
Utilidad antes de intereses e impuestos		10.250	16.846	23.671	32.060	40.494
intereses préstamo		1.984	1.619	1.216	772	283
Utilidad antes de impuestos		8.267	15.227	22.455	31.287	40.211
Participación de trabajadores		1.240	2.284	3.368	4.693	6.032
Utilidad antes de impuestos		7.027	12.943	19.086	26.594	34.179
Impuesto a la renta		1.616	2.977	4.390	6.117	7.861
Utilidad Neta		5.410	9.966	14.697	20.478	26.318
Inversión	-43.875,89					
Mas: depreciación		9.095	9.095	9.095	8.295	8.295
Free cash flow	-43.875,89	14.506	19.062	23.792	28.773	34.613
VAN	34.587,02					
TIR	39%					

Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

Con esta proyección a 5 años se puede determinar que en el primer año se obtendrá una utilidad neta de \$ 5.410, ya cubriendo todos los gastos operativos, de insumos y de nómina, se ha tomado en cuenta la inflación anual en costos de

insumos con un incremento del 5% anual, pero los precio de venta al público se han conservado igual, la utilidad se incrementa en 3% anual (Ver detalles en Anexo # 10).

Ilustración 31: Recuperación de la Inversión.



Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

La inversión se recuperará, con los estimados de venta previos a estudios realizados con el método de observación, en un escenario siendo drásticos del 74 % de credibilidad en 2 años 9 meses.

El valor actual neto, predice el análisis presente de los flujos futuros, que genere el negocio y se basa en el valor del dinero en el tiempo, si dicho valor es igual o menor a cero, el proyecto no es rentable, si es mayor a cero es rentable. El porcentaje de costo de oportunidad considerado en este cálculo es del 14%, dónde el 10% lo pone el mercado y el 4% es el riesgo, con todos los datos se logró determinar el valor del VAN en \$ 34.587,02, por lo cual se determina que el negocio si es rentable.

La tasa interna de retorno ó conocida como TIR, es la tasa de rendimiento generada por los flujos propios del negocio, la cual debe ser mayor a la tasa de

descuento aplicada que en este caso es del 39%, que es mayor al 14% concluyendo que para un negocio debe fluctuar entre 25% - 40% . En ambos casos se encuentra dentro de los parámetros indicando que el proyecto es económicamente rentable.

Tabla 12: Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Volumen	VAN	TIR
100%	107.546	84%
90%	79.656	67%
80%	51.766	50%
70%	23.876	31%
65%	9.930	21%
64%	7.141	19%
61%	0	14%
menor	negativo	< 14%

Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

El punto de equilibrio en ventas, es aquel en el cual 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 se debería tener en el proyecto para no incurrir en pérdidas, el cual en el presente cuadro debe ser del 64% de ventas.

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:

$$P. E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}\right)}$$

Tabla 13: Balance General

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
Activos Corriente		Pasivo Corriente	
Caja	\$ 0,00	Préstamo	\$ 21. 937
Inventario de Materia Prima	\$ 543, 23	Impuestos por pagar	\$0,00
Otros activos.			
Gastos Pagados por adelantado	\$ 262,40		
Total A. corriente+ Otros activos	\$ 805.63	TOTAL PASIVOS	\$ 21. 937
Activos Fijos		<u>PATRIMONIO</u>	
Equipos de Cocina y Utensilios	\$ 6.348, 37	Capital Social	\$ 21. 937
Muebles y Enseres	\$ 1.120,00	Utilidad del ejercicio	\$ 0,00
Equipos de Computación	\$ 2.400,00	Utilidad acumulada	\$ 0,00
Vehículo	\$ 33.200,00		
Total A. Fijo	\$ 43068.37	TOTAL PATRIMONIO	\$ 21. 937
TOTAL ACTIVOS	\$ 43.874	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 43.874

Elaborado por: Fátima Zamora, Vanessa Flores.

El balance general muestra, los bienes y obligaciones que poseería el establecimiento, todos sus activos fijos en los que se incluiría el vehículo, los equipos de computación, de cocina, gastos de puesta en marcha, entre los pasivos el préstamos a realizarse y en patrimonio el capital de los accionistas con los que se emprenderá el negocio.

CONCLUSIONES.

Mediante el presente proyecto se llegan a las siguientes conclusiones:

- ❖ Se diseñó un proyecto de inversión, evaluándose de manera aceptable la viabilidad de un delicatessen especializado en comida para diabéticos.
- ❖ Debido a la falta de locales de esta especialidad, es favorable implementar un plan de inversión, para la creación del delicatessen.
- ❖ Según los estudios realizados en el mercado, existe una potencial aceptación hacia el producto, tanto en precio como en calidad. Por lo tanto el proyecto es realizable.
- ❖ Con los resultados obtenidos del estudio de mercado, la tendencia de los Guayaquileños a comer de una manera más sana, el incremento de índice de diabéticos en la ciudad y los cálculos realizados para recuperar la inversión en corto tiempo y tener una buena utilidad, el presente proyecto es factible.

RECOMENDACIONES.

Luego de las conclusiones llegadas se recomienda para el presente proyecto:

- ❖ Innovar constantemente con nuevas líneas de productos, para diabéticos para lograr la calidad total.
- ❖ Se debe implementar más locales de este tipo, puesto que se comprobó que las personas que padecen de diabetes, sufren por no tener un sitio donde servirse, alimentos sanos, pero a su vez gustosos.
- ❖ Realizar campañas publicitarias referente al Delicatessen, para dar a conocer esta nueva alternativa a pacientes con diabetes y personas fitness, de esta forma asegurar la clientela necesaria, que dará el impulso necesario a este negocio.
- ❖ Los estudios realizados muestran, que el proyecto es factible y debería realizarse.

GLOSARIO

- ❖ Abstenerse: Ab que significa lejos de y temun que significa vino, indica privarse de algo.
- ❖ Adipocitos: Células del tejido adiposo
- ❖ Azúcares: Son glúcidos de sabor dulce que proporcionan energía al organismo.
- ❖ Bibliografía: Dar a conocer una referencia de información.
- ❖ Bledo: Planta comestible de tallo rastrero, hojas de color verde oscuro y flores rojas, muy pequeñas y en racimos auxiliares.
- ❖ Calidad: Conjunto de características buenas o malas que califican a un producto o servicio.
- ❖ Canales de distribución: Medio por el cual va a distribuirse el producto y llegar al consumidor final.
- ❖ Carbohidratos: Hidratos de carbono, cada una de las sustancias orgánicas formadas por carbono, hidrógeno y oxígeno, que contienen los 2 últimos elementos en la misma proporción que el agua.
- ❖ Carencia: No poseer algo
- ❖ Cereales Integrales: Son todos aquellos cereales que poseen fibra integral, y están fabricados a base de granos integrales.
- ❖ Comprador: Persona que compra un bien o servicio.
- ❖ Cronograma: Instrumento de organización que ayuda a planificar por fechas las actividades a ejecutar.
- ❖ Cualitativa: Técnica de investigación que permite conocer con mayor profundidad de un tema en específico, a través del dialogo, conversación o encuesta.
- ❖ Diabéticos: Persona que posee la enfermedad diabetes.
- ❖ Dieta alimenticia: Tipo de alimentación, es decir alimentos que ingiere una persona diariamente.
- ❖ Edulcorantes: Sustitutos artificiales del azúcar.
- ❖ Elote: Mazorca de maíz tierno. (Choclo)
- ❖ Encuesta: Método de investigación con un determinado fin que dan como resultados cifras estadísticas, se realizan a través de preguntas a personas.
- ❖ Epidemiología: Enfermedad.
- ❖ Establecimiento: Lugar en el que se desarrolla una actividad determina.
- ❖ Estrategia: Determinación de la forma de actuar ante una situación
- ❖ Evaluación: Método de calificación
- ❖ Expendio: Dar, servir, vender
- ❖ Excesos: Sobrepasar los parámetros normales.

- ❖ Factores: Término que hace referencia a artículos o motivos que inciden en algo.
- ❖ Fenotípicas: Características físicas, fisiológicas y de comportamiento que están determinadas por el ADN.
- ❖ Formato: Guía establecida
- ❖ Gastrónomo: Persona estudiada de gastronomía.
- ❖ Grasas: Sustancia untuosa de origen animal o vegetal, que forma parte de la energía de los seres vivos.
- ❖ Hepatocitos: Célula del hígado cuya membrana configura un espacio tubular que recoge la bilis.
- ❖ Hiperglucemia: Nivel de glucosa en la sangre superior a lo normal.
- ❖ Hipertensión: Enfermedad de presión arterial alta
- ❖ Insulina: Hormona producida por el páncreas que ayuda a la asimilación y desdoble de glucosa y alimentos.
- ❖ Inversión: Término generalmente económico que hace referencia a un ingreso aplicados a una entidad o proyecto.
- ❖ Investigación de mercado: Técnica utilizada para obtención de conocimientos, o para conocer datos específicos o necesidades.
- ❖ Leyes Gubernamentales: Políticas que impone el gobierno para realizar una determinada actividad.
- ❖ Líder: Persona que guía un grupo y los ayuda a cumplir objetivos y metas.
- ❖ Lípidos: Son grasas que se encuentran en la sangre del organismo y que han sido ingeridas a través de los alimentos consumidos
- ❖ Macay: Es una planta silvestre, conocida como quilete o hiebamora
- ❖ Marca: Título que concede el derecho exclusivo de un nombre, frase, o logo.
- ❖ Marketing: Estrategias para promocionar un producto.
- ❖ Materia prima: Son los productos que se transforman a través de procesos para la elaboración de un producto final.
- ❖ Mercado: Conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios.
- ❖ Metabolismo: Procesos que realiza el organismo.
- ❖ Muestra: Segmento de mercado, proyecto piloto
- ❖ Negociación: Procesos y acuerdos a las cuales llegan 2 ó más partes interesadas en un mismo fin.
- ❖ Obesidad: Exceso de grasa en el cuerpo.
- ❖ OMS: Organización Mundial de la salud
- ❖ Páncreas: Órgano del cuerpo humano que segrega insulina.

- ❖ Perulero2: Conocido como chayota, cidra, guatilla, guatila, güisquil, papa del pobre, papa del moro, papa japonesa, cidra papa, pataste, tayota, chuchú.
- ❖ Procedimiento: Pasos a seguir para la elaboración de algo.
- ❖ Profesional: Persona capacitada y estudiada en una determinada área.
- ❖ Proveedor: Persona o entidad que brinda un producto o servicio.
- ❖ Receta: Listado que me indica ingredientes y preparación de un determinado plato.
- ❖ Salud: Es el estado de bienestar físico, mental y social del individuo.
- ❖ Saludable: Estar en armonía con la salud.
- ❖ Tabulación: Recopilación de datos y estadística de una información.
- ❖ Target: Cliente objetivo
- ❖ Trastornos: Alteraciones ocurridas por algún daño.

BIBLIOGRAFÍA.

Artemio Álvarez Cosmea, V. L. (2005). Diferencias en la prevalencia del síndrome metabólico según las definiciones del ATP-III y la OMS. *Medicina clinica* , 124, 368-370.

Ecuador inmediato.com. (11 de Noviembre de 2012). Diabetes en Ecuador es la cuarta causa de muerte. *Diabetes en Ecuador es la cuarta causa de muerte* .

escofier, a. (2005). *fundamentos de cocina*. paris: lns.

Fayol, H. (1988). Fayol, padre de la teoría moderna de la administración operacional. En H. W. Harold Koontz, *Administración una perspectiva global* (págs. 19-20). México: McGrawHill.

Fyol, H. (1973). Procedimientos de la administración. En H. F. Frederick Winslow Taylor, *Principios de la administración Científica , Administración Industrial y General* (pág. 288). Buenos Aires: El Ateneo.

1987). Necesidad de una teoría y una práctica administrativa. En C. O. Harold Koontz, *Administración* (pág. 88). Mexico: McGRAW-HILL.

Midlands, D. e. (2013). *Las frutas y verduras con menor cantidad de carbohidratos*. Midlands- Inglaterra.

Ponce, A. R. (1995). El control y Clasificación y los medios de control. En A. R. Ponce, *Administración Moderna* (págs. 448- 449). Mexico: Limusa Noriega Editores.

Ferreras-Rozman (2009) *Medicina Interna*. Décimo sexta edición.

Epoca *Libro Platillos y postres para diabéticos*. RTM Ediciones.

Sampieri Hernandez (1999). *Métodos de la Investigación*. Mc Graw Hill. (4ta ed.)Mexico.pág 86

Villarreal Martínez, H. F. (2001). *Importancia de la aplicación de los métodos inductivo-hipotético y deductivo-inferencial como generadores de conocimientos*

en el nivel medio superior [por] Homero Fernando Villarreal Martínez (Doctoral dissertation, UANL).

Diccionario Universidad de Salamanca- España (2007-211), Ediciones Salamanca

Zavala Sylvia, MIS (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association* (6ta ed). Washington, DC: Autor

Perca Falcón, Julio Paz Frassino, Mora Teresa Brito González, Ana Iris(2009) *La diabetes: Nutrición y diet. Ciencia y tecnología de alimentos* (Vol. 16 No 2,2006). Editorial Instituto de Investigadores para la industria alimentaria.

Ortiz Parada, Manuel (2009) *Estrés, estilo de afrontamiento y adherencia al tratamiento de adolescentes diabéticos tipo 1*. Editorial Red Terapia Psicológica.

Moreno C. Francisco Marthe, Norma (2010) *Cómo escribir textos académicos según normas internacionales APA, IEEE, MLA, Vancouver e Icontec*. Editor Universidad del Norte.

Tesina. (n.d.). "*Lineamientos para la definición y organización de la Actividad de Tesina del Plan de Estudios*". Retrieved 12 4, 2011.

Doris Fritzsche (2011) *Tabla de alimentos para diabéticos*. Hispana Europea Editorial.

WEBGRAFÍA.

(s.f.).

Alnatura Delicatessen. (s.f.). *Alnatura Delicatessen*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de <http://www.dulcelia.cl>

Arqhys Arquitectura. (22 de Mayo de 2004). *Arqhys Arquitectura*. Recuperado el 28 de Julio de 2013, de <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>

Asociación Española de la Stevia Rebaudiana. (s.f.). *Asociación Española de la Stevia Rebaudiana*. Recuperado el 1 de Agosto de 2013, de <http://www.stevia-asociacion.com/index.php/beneficios>

Barcia Burgassí, M. S. (22 de Enero de 2013). *google académico*. Recuperado el 28 de Julio de 2013, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/292>

comercio, e. (1 de enero de 2012). *diabetes. Llamado de atención para prevenir diabetes*, pág. 12.

D´eSplendidas. (Julio de 2010). *D´eSplendidas*. Recuperado el 25 de Julio de 2013, de <http://www.dulcessinazucar.com>

Dbt´s Sabores. (14 de Noviembre de 2011). *Dbt´s Sabores*. Recuperado el 31 de Julio de 2013, de <https://www.facebook.com/dbt.sabores>

Ecuador inmediato.com. (11 de Noviembre de 2012). *Diabetes en Ecuador es la cuarta causa de muerte. Diabetes en Ecuador es la cuarta causa de muerte*, pág. http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=185220&umt=diabetes_en_ecuador_es_cuarta_causa_muerte.

Food Fair Delicatessen. (1952). *Food Fair Delicatessen*. Recuperado el 25 de Julio de 2013, de <http://www.foodfairperu.com/>

Formatel e-learning. (s.f.). *Formatel e-learning*. Recuperado el 28 de Julio de 2013, de http://formacion.desarrollando.net/cursosFiles/Formacion/Curso_600/GAT-03-01-04.swf

Garza, J. P. (6 de Enero de 2009). *estudiabetes.org*. Recuperado el 2 de Agosto de 2013, de <http://www.estudiabetes.org/forum/topics/historia-de-la-diabetes-desde>

Geo's Deli. (15 de Febrero de 2013). *Geo's Deli*. Recuperado el 31 de Julio de 2013, de <https://www.facebook.com/GeosDeli>

(2010). *INEC. GUAYAQUIL*.

INEC. (2011). *Población Guayaquileña*. Guayaquil.

INEC. (2011). *Población Guayaquileña*. Guayaquil.

La Mora Pastelería & Café. (1996). *La Mora Pastelería y Café*. Recuperado el 25 de Julio de 2013, de <http://www.lamorapasteleria.com>

López Aguirre, E. P. (10 de Julio de 2012). *Repositorio Digital ESPE*. Recuperado el 1 de Agosto de 2013, de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/6651>

Muñoz, D. V. (1998). *Alimentación Sana*. Recuperado el 12 de Agosto de 2013, de <http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/novedades/entrevista.htm>

Paula's Sugar Free. (1999). *Sweet Treats*. Recuperado el 31 de Julio de 2013, de <http://www.sweettreatscr.com>

Punto, S. y. (8 de Febrero de 2012). *Telemundo Miami*. Recuperado el 29 de Julio de 2013, de <http://www.telemundo51.com/noticias/salud/Cual-es-el-verdadero-significado-de-gourmet-138890014.html>

Rivero, G. S. (2007). *Gaceta Médica Boliviana*. Recuperado el 4 de Agosto de 2013, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-29662007000200016&lng=es

Rojo, J. A. (2004). *Panacea@*. Recuperado el 2 de Agosto de 2013, de http://www.tremedica.org/panacea/PanaceaPDFs/Panacea15_marzo2004.pdf

Sana Tentación. (14 de noviembre de 2010). *Sana Tentación* . Recuperado el 25 de Julio de 2013 , de <http://www.sanatentacion.net>

Senplades(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir* . Recuperado el 26 de Agosto de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-6>

Senplades(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Recuperado el 26 de Agosto de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/objetivos-nacionales-de-desarrollo-humano>

Senplades(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Recuperado el 26 de Agosto de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/web/guest/objetivo-3>

Stevia Guarani S.A. (15 de Octubre de 2001). *Stevia guarani*. Recuperado el 1 de Agosto de 2013, de <http://www.steviaguarani.com.py/historia.html>

Univisión, F. (2 de Diciembre de 2008). *Foro Univisión*. Recuperado el 2 de Agosto de 2013, de <http://foro.univision.com/t5/Diabetes/Significado-de-la-palabra-diabetes/td-p/232576895>

Vive Gourmet. (9 de Abril de 2012). *Vive Gourmet*. Recuperado el 30 de Julio de 2013, de <http://vivegourmet.mx/2012/04/09/que-significa-comida-gourmet/>

Wuth, H. (2013). *ImChef*. Recuperado el 29 de Julio de 2013, de <http://www.imchef.org/que-es-gourmet/>

Yelao Deli Café Helados. (18 de Octubre de 2011). *Yelao Deli Café Helados*. Recuperado el 31 de Julio de 2013, de <https://www.facebook.com/pages/YELAO/278089362222693>

Pergola, G. (2007, Jan 12). Alimentos para diabéticos y celíacos crecen como nicho de mercado; source: El país].*NoticiasFinancieras*. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/465713095?accountid=130066>

Goldbaum, M. (1996). Estilos de vida y modernidad. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC).[Access 12 June 2006]. Available in http://www.idrc.ca/lacro/ev-23071-201-1-DO_TOPIC.html.

Por, D. B. (2005, May 13). Para los diabéticos la dieta marca la diferencia // especialistas de la clínica comunitaria laguna beach enfatizan la importancia del ejercicio y del tamaño de la porción servida Series: Saludclínicacomunitaria. Orange Country Register. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/273741569?accountid=130066>

Sanchez Rivero Germán. HISTORIA DE LA DIABETES. Gac Med Bol [revista en la Internet]. 2007 [citado 2013 Ago 04] ; 30(2): 74-78. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-29662007000200016&lng=es.

En Facebook (grupo social). Recuperado el Julio, 26, 2013, de <https://www.facebook.com/pages/Pro-Salud-Alimentos-para-diab%C3%A9ticos-cel%C3%ADacos-y-dietas/428859480536460>.

En Facebook (grupo social). Recuperado el Julio, 26, 2013, de <https://www.facebook.com/pages/Platos-dulces-para-Diab%C3%A9ticos-y-Cel%C3%ADacos/148586638638005>.

Goldbaum, M. (1996). Estilos de vida y modernidad. *Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC)*.[Access 12 June 2006]. Available in http://www.idrc.ca/lacro/ev-23071-201-1-DO_TOPIC.html.

Pergola, G. (2007, Jan 12). Alimentos para diabeticos y celíacos crecen como nicho de mercado; source: El país].*NoticiasFinancieras*. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/465713095?accountid=130066>.

D. B. (2005, May 13). Para los diabéticos la dieta marca la diferencia // especialistas de la clínica comunitaria laguna beach enfatizan la importancia del ejercicio y del tamaño de la porción servida Series: Saludclínicacomunitaria. Orange Country Register. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/273741569?accountid=130066>

ANEXOS # 1.



Encuesta

Sr.(a) un cordial saludo por este medio, estamos realizando este estudio con el objetivo de conocer las preferencias de los diabéticos. Solicitamos su colaboración y que nos responda con su máxima sinceridad, de ante mano Gracias.

- 1) ¿Cuáles son los factores que usted toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?
- Dieta
 - Salud
 - Ambas
 - Tradición Familiar
- 2) Si es por salud, ¿Usted padece alguna enfermedad?
- | | | | |
|-------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| -Cardiaca | <input type="checkbox"/> | -Cardiaca y Sobrepeso | <input type="checkbox"/> |
| -Sobrepeso | <input type="checkbox"/> | -Sobrepeso y Diabetes | <input type="checkbox"/> |
| -Diabetes | <input type="checkbox"/> | -Diabetes y Cardiaca | <input type="checkbox"/> |
| -Otras..... | | | |
- 3) Si es por diabetes ¿Conoce usted restaurantes para diabéticos?
- Si
- No
- Cuales.....
- 4) ¿Existen antecedentes de diabetes familiar?
- Mamá
 - Papá
 - Abuelos
 - hermanos
 - Tíos
 - Ninguno
- 5) ¿Qué alimentos consume usted en su alimentación diaria?
- Frutas, nombre algunas.....
 - Sándwiches, de que tipo.....
 - Ensaladas, como cuales.....
 - Postres, como cuales.....
 - Otros.....

6) Si usted posee diabetes ¿Cuánto conocimiento tiene usted acerca de esta deficiencia?

- Mucho Conocimiento
- Regular Conocimiento
- Sin Conocimiento

7) Le gustaría a usted que exista un establecimiento que expenda alimentos saludables y deliciosos que lo ayuden a llevar un mejor estilo de vida alimentario?

- Si
- No

8) ¿Si existiera un establecimiento de este tipo, dentro de que horas usted acudiría?

- 7-12 am
- 12-3 pm
- 5-10 pm
- Otros.....

9) ¿Con qué frecuencia usted visitaría el establecimiento?

- 1 vez por semana.....
- 2 a 3 veces por semana.....
- 4 ó más veces por semana.....

10) 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, tomando de ejemplo una porción de torta mojada de chocolate?

- \$ 1 a \$ 2
- \$ 3 a \$ 4
- Más de \$ 4

11) ¿Qué es lo que usted toma en cuenta en el momento de seleccionar el lugar para consumir un producto?

- Lo que tiene en el bolsillo
- Si toma en cuenta el precio
- No le importa el precio por una buena atención y productos de calidad

12) ¿Entre Cuáles de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

- 12-20
- 21-40
- 41-60
- Más de 60.....

13) ¿Practica usted alguna actividad física?

- Caminata y Trote - Bailoterapia Pilates
- Ciclismo - Yoga

ANEXO # 2

Fotos de la Observación.



OBSERVACIÓN DE MERCADO				
MES	SEMANA	HORA	LUGAR	OBSERVACIONES
	1	7-9 AM	Parque Zig- Zag Parque Jerusalén	Afluencia promedio de 60 personas diarias, son adultos en un 20 % y adultos mayores en un 80 % que van a caminar- correr y en el parque Jerusalén caminan a sus alrededores, y en su interior se ejercitan con las máquinas de ejercicios
	2	7-11 AM	Parque Kennedy	Acuden promedio de 200 personas diarias, un 10 % jóvenes, 20% adultos y 70 % adultos mayores quienes van a ejercitarse haciendo aeróbicos, bailoterapia, máquinas, caminar y correr
	3	9-12 AM	Parque Zig- Zag Parque Jerusalén	Se encuentra un promedio de 35 personas realizando caminata, corriendo y máquinas que en un 10 % son adultos y en 90% adultos mayores.
	JUNIO	4	9-12 AM	Parque Kennedy
	5	1-3 PM	Parque Zig- Zag Parque Jerusalén	Acuden un promedio de 20 personas, 50 % jóvenes, y 50 % adultos, caminando, corriendo o haciendo máquinas.
	6	1-3 PM	Parque Kennedy	Se encuentra un promedio de 35 personas realizando caminata y corriendo que en un 60 % son adultos y en 40% adultos mayores.
	7	4-7 PM	Parque Zig- Zag Parque Jerusalén	Acuden un promedio de 55 personas, 70 % jóvenes, y 30 % adultos, caminando, corriendo o haciendo máquinas.
	JULIO	8	4-7 PM	Parque Kennedy

AGOSTO	9	8-10 PM	Parque Zig- Zag Parque Jerusalén	Acuden un promedio de 15 personas diariamente, de las cuales en un 100 % son adultos, realizan caminata, corren y máquinas
	10	8-10 PM	Parque Keneddy	Se encuentra un promedio de 70 personas diariamente de las cuales el 40 % son jóvenes y el 60 % adultos quienes caminan, corren y hacen máquinas
	11	6-8 AM	Parque Zig- Zag Parque Jerusalén	Acuden un promedio de 50 personas diariamente de las cuales el 50% son adultos y 50% adultos mayores, caminan, corren y hacen máquinas.
	12	6-8 AM	Parque Keneddy	Se encuentra un promedio de 150 personas de las cuales el 10 % son jóvenes, el 50% adultos y el 40 % adultos mayores, que caminan, corren y hacen máquinas.

ANEXO # 3



Entrevista

- 1) ¿Por qué cree usted que en la actualidad existen muchas enfermedades crónicas como la diabetes?

- 2) ¿Cómo sería el plan nutricional idóneo para una persona diabética?

- 3) ¿Cuáles de los siguientes factores piensa usted que es más importante, la cantidad ó la calidad al momento de alimentarse?

- 4) ¿Qué opina usted acerca de los edulcorantes artificiales vs la stevia?

- 5) ¿Considera usted que la sal de potasio debe ser más utilizada en lugar de la sal común para las personas que padecen de hipertensión , obesidad o diabetes?

ANEXO # 4



1.) ¿Por qué cree usted que en la actualidad existen muchas enfermedades crónicas como la diabetes?

Dr. Daniel Roldós: Porque las personas cuando son jóvenes no se cuidan en la alimentación, sin tomar en cuenta los antecedentes familiares que tengan y el ritmo acelerado de vida que llevan, falta de actividad física y exceso de azúcares.

Dr. Xavier Morales: Considero que la falta de concientización de las personas al momento de alimentarse, es un factor clave, el estilo de vida, el alcohol pueden inducir a una serie de enfermedades , si los excesos no son prevenidos ni controlados en épocas tempranas de la vida del ser humano.

Dr. Raúl Caicedo: En la actualidad, ya no se habla sólo de sobrepeso y obesidad, si no de mala nutrición por exceso, son la base de todas las enfermedades crónicas, las personas comen de más y no hacen ningún desgaste físico, eso se va acumulando en el cuerpo produciendo así alteraciones en el funcionamiento del organismo.

Dra. Martha Montalván: Debe existir un equilibrio en el ser humano mente, cuerpo y alma, somos el reflejo de lo que consumimos y el cuerpo con el pasar del tiempo nos pasa factura, si tratamos de llevar una vida equilibrada, con una alimentación adecuada, actividad física y controlar el stress, se podrían prevenir muchas enfermedades.

Chef Diego Hermosa: Particularmente creo que está enfermedad parte desde un punto muy importante que es la mala alimentación diaria que nosotros establecemos, así como también por los malos planteamientos en los menús diarios y en la cantidad muy mal proporcionada dentro de una dieta normal.

En la actualidad, el ritmo de vida que llevamos es otro punto importante, ya que no nos alimentamos correctamente sino que solo saciamos la necesidad de comer.

2.) ¿Cómo sería el plan nutricional idóneo para una persona diabética?

Dr. Daniel Roldós: Es importante controlar los niveles de glucosa, recordar que el azúcar también se encuentra en las frutas y que los carbohidratos al ingresar al cuerpo se transforman en azúcares, pero ese cuidado se debe tener con los llamados azúcares refinados, pienso que los grupos de alimentos indispensables en su dieta son los carbohidratos integrales, ya que ayudan a absorber los azúcares y las grasas que se encuentran en el organismo, frutas bajas en fructosa como pera, manzana, lácteos bajos en grasa y proteínas magras.

Dr. Xavier Morales: Se deben seguir planes nutricionales, sustentados por guías nutricionales documentados, limitarse con los alimentos de alto contenido de azúcares, controlar los carbohidratos que consume, entre esos los almidones como la papa, la yuca, limitar el consumo de alcohol, grasas y la sal. Debería comerse porciones pequeñas a lo largo del día y no querer reemplazar luego lo que no se ha comido.

Dr. Raúl Caicedo: Tiene que controlarse el índice glicémico, que es la cantidad de azúcar que hay en cada alimento con relación a la densidad nutrimental, deben evitarse las frutas que contengan semillas como sandía, piña y uvas, recomiendo elegir 5 frutas de las cuales comer tres pedacitos de cada una y esa es la porción ideal en el día, especialmente con el estómago vacío, ya que así se dará una absorción del 100% de nutrientes, fibras y propiedades beneficiosas para el organismo, no consumir frituras ni azúcares refinadas.

Dra. Martha Montalván: La importancia de mantener un equilibrio entre las calorías de los productos que se ingiere, por ejemplo 1 g de hidratos de carbono equivale a 4 Kcal, y lo que requiere cada persona dependerá de las actividades que desarrolle en el día pero tomando como base 2.500 kcal para un adulto hombre que realice por lo menos caminata y sus actividades cotidianas, 2.000 a 2.200 Kcal para una mujer, la dieta debe basarse en 55% Hidratos de carbono, 30% de grasas divididas en 10 % de grasas saturadas, 10% de grasas monoinsaturadas, 10% de grasas poliinsaturadas, y 15% proteínas por lo cual no pueden suprimirse los hidratos de carbono, el secreto está en saber elegir.

Chef Diego Hermosa: En la alimentación empezaría por carbohidratos en forma proporcional, como pan, galletas de soda, cereales, también incorporaría verduras como la espinaca, champiñón, berenjenas, pepino, frutas, carnes blancas de preferencia al vapor o al grill, así como también lácteos y derivados pero especiales o naturales.

3.) ¿Cuáles de los siguientes factores piensa usted que es más importante, la cantidad ó la calidad al momento de alimentarse?

Dr. Daniel Roldós: La calidad de los productos que se consumen, juegan un factor importante en el momento que se ingiere un producto, puedo comer la porción adecuada pero si el producto no es bueno no beneficiará a la persona.

Dr. Xavier Morales: Las personas no deben excederse en lo que comen, aunque muchas buscan sólo saciar la necesidad de comer, debe existir un equilibrio entre estos 2 puntos cantidad + calidad= buena salud.

Dr. Raúl Caicedo: Sin duda alguna es una ecuación, si una de las 2 variantes falta no se realiza una alimentación adecuada, a eso se debe sumar la variedad de productos, y no consumir siempre lo mismo para evitar monotonía.

Dra. Martha Montalván: Pienso que los 2 son importantes se puede conseguir un equilibrio entre los grupos alimenticios siempre y cuando sean en las porciones adecuadas y obviamente se aprovecharán mejor los nutrientes si son de calidad.

Chef Diego Hermosa: Bueno como ya lo había mencionado, en la actualidad las personas no se alimentan sanamente si no que solamente comen por cumplir una necesidad, por diversas razones para el ser humano es indispensable alimentarse correctamente y es aquí que uno como gastrónomo y profesional puede aportar mucho con conocimientos en la práctica diaria.

4.) ¿Qué opina usted acerca de los edulcorantes artificiales vs la stevia?

Dr. Daniel Roldós: La función de un edulcorante es endulzar, al igual que la stevia, en mi opinión cualquiera de los 2 que se consuma está bien, si no tiene calorías mejor.

Dr. Xavier Morales: Los edulcorantes artificiales no son malos, endulzan y en su mayoría no contienen calorías, pero la stevia tiene propiedades naturales que son beneficiosas para los diabéticos ya que ellos con el tiempo empiezan a tener otras afecciones, ya que debido a su deficiencia su organismo no funciona al 100%, y la stevia contribuye a que lleven mejor su deficiencia.

Dr. Raúl Caicedo: Existen muchas marcas de edulcorantes en el mercado, en distintas presentaciones, pero siempre debe considerarse el mecanismo de acción que tenga en el cuerpo cualquier cosa que se ingiera, a mis pacientes siempre les recomiendo esplenda por la marca comercial más conocida, pero la stevia a más de endulzar sus propiedades son ideales para una persona que padece de diabetes.

Dra. Martha Montalván: Se puede utilizar cualquier edulcorante, si esta diagnosticado por la Organización Mundial de la Salud que no afecta al organismo, pero si tengo 2 productos de propiedades semejantes y uno de ellos me da un plus y es natural elijo ese.

Chef Diego Hermosa: Stevia, sin duda alguna es mucho mejor, partiendo que es un producto natural y muy beneficioso para la salud a comparación de un producto artificial que nos aporta el sabor pero que de igual manera se incorporan componentes que no necesariamente deberían entrar en una dieta sana y equilibrada.

5.) ¿Considera usted que la sal de potasio debe ser más utilizada en lugar de la sal común para las personas que padecen de hipertensión, obesidad o diabetes?

Dr. Daniel Roldós: Es recomendable que la persona reduzca su consumo de sal, pero la sal de potasio es menos dañina que la sal común, sin embargo todo en exceso es malo y en el caso de los diabéticos es beneficioso ya que ellos siempre tienen tendencia a que se bajen sus niveles de potasio.

Dr. Xavier Morales: Sí, puede utilizarse en cualquiera de los tres casos siempre y cuando la persona no tenga problemas renales.

Dr. Raúl Caicedo: Pienso que es mejor que la sal común, sin utilizarse en exceso y no debe administrarse en personas que padezcan de nefropatías (Problemas renales), ya que elevan más los niveles de potasio, pero en el caso de los diabéticos y es beneficioso.

Dra. Martha Montalván: Una persona que hace dieta lleva absolutamente igual una alimentación, que cualquiera de las personas que tenga alguna enfermedad cardiaca o diabetes, de por sí la alimentación del ser humano, puede ser mejor sin consumir sal en exceso, a mis pacientes recomiendo siempre el uso de la sal de potasio , si no poseen alteraciones renales, porque ahí sí suprimiría la sal.

Chef Diego Hermosa: En este punto, para mi forma de pensar es bajar totalmente el uso de sal común, ya que está mal utilizada, por ejemplo el pan tiene sal, la mantequilla tiene sal, el jamón, etc. La pregunta es ¿necesitamos toda esa cantidad de sal para nuestro organismo? Por supuesto que no, pero obviamente la sal de potasio se encuentra en los alimentos en estado natural y esto ayudara a que no se necesite adicionar un extra.

En Argentina se ha dictado en la Ley Nacional la disminución del uso de sal ya que por las mismas causas las personas estaban aumentando el índice de enfermedades alimenticias.

ANEXO # 5



MANUAL DE PERFILES Y PROCESOS DIABEFIT.

Perfil y Funciones de los Colaboradores

❖ Administrador.-

Perfil Profesional.-

Educación

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

Experiencia

- Experiencia en el ejercicio de su especialidad.
- 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 cliente interno y externo.

Funciones básicas

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

Funciones específicas

- Establecer comunicación oral y escrita con clientes, proveedores.
- Se encarga de todo lo relacionado con RRHH de la selección, contratación, nomina, prestamos, descuentos, organización de horarios, 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.
- Registro de los colaboradores al IESS.
- 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.

❖ **Cajero/ Contador.-**

Perfil Profesional.-

- Contador autorizado

Experiencia.

- En la realización de trabajos contables.

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.

Función básica

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

Funciones específica

- Recopilar, clasificar, registrar, tramitar y archivarlos documentos del departamento.
- Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, con previa autorización del administrador.
- Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos).
- 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.
- 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.
- 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.

❖ **Jefe de Cocina**

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 de personal.

Conocimientos mínimos y deseables

- Creatividad e innovación de menús.
- Uso, 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
- Eficiencia y Eficacia.

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, relacionadas con la preparación, presentación y costo de los alimentos.

Funciones específicas

- Supervisar el trabajo realizado por el personal a su cargo
- Vigilar que los sistemas y procedimientos se lleven a cabo según están establecidos.
- Crear nuevos menús con balance nutricional adecuado al target dirigido.
- 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.
- 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).
- Realiza las requisiciones, 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.
- 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.
- Recibir y porcionar la mercadería.

❖ Auxiliar de Cocina

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.

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 pollos, huevos, etc.
- 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, y del establecimiento.
- 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.

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, con intervalo.
- Horario de cierre 9:00 de la tarde.
- Los días de atención al público serán de martes a domingo.
- 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 15 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, malla para cabello, gorra con el logo del establecimiento, calzado adecuado para la cocina, llevar siempre sus herramientas de trabajo.
- Los días que el personal tendrá libres serán los lunes
- Los montos de los salarios serán establecidos por el administrador.
- Los pagos de salarios a los empleados serán mensuales, se efectuará el día 28 de cada mes, 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 y en los tachos establecidos.

5.7 POLÍTICAS DE COMPRA Y RECEPCIÓN.

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

- Toda 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 solicitante y entregarla al administrador para su procesamiento.
- Para realizar una compra será necesario dos cotizaciones, de las cuales se seleccionará la mejor opción.
- Para toda compra a realizarse 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 el establecimiento.
- Los enlatados deben tener buen aspecto, rechazar latas hundidas.
- La harina no debe tener bichos, ni mal olor, debe percibirse fresca.
- Los vegetales deben estar con colores fuertes y texturas firmes sin malos olores.

Cuadro N° 1

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

Fuente: Higiene en el Servicio de Alimentos, SER SAFE

CONDICIONES ACEPTABLES E INACEPTABLES PARA RECIBIR VERDURAS		
ALIMENTO	ACEPTAR	RECHAZAR
Verduras Vegetales	Olor: Sin olores fuertes Color: Brillantes, claros y resaltantes. Textura: Firmes	Color: Pálidos, negros y de mal aspecto Olor: Fuerte o a amonio Textura: Mala textura, aguachentas

Fuente: Higiene en el Servicio de Alimentos, SER SAFE

CADENA DE VALOR



ANEXO # 6

EQUIPAMIENTO					
Equipo	Base	IVA	P. UNIT.	N. EQUIPOS	V. FINAL
Cocina Industrial con plancha	\$ 650,00	\$ 78,00	\$ 728,00	1	\$ 728,00
Campana	\$ 300,00	\$ 36,00	\$ 336,00	1	\$ 336,00
Vitrina de frío exhibidora	\$ 998,14	\$ 119,78	\$ 1.117,92	1	\$ 1.117,92
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	\$ 15,00	\$ 1,80	\$ 16,80	1	\$ 16,80
mesa de trabajo	\$ 1.200,00	\$ 144,00	\$ 1.344,00	6	\$ 1.344,00
Licuada	\$ 85,00	\$ 10,20	\$ 95,20	1	\$ 95,20
sanduchera	\$ 120,00	\$ 14,40	\$ 134,40	1	\$ 134,40
Trampa de grasa	\$ 150,00	\$ 18,00	\$ 168,00	1	\$ 168,00
Horno	\$ 400,00	\$ 48,00	\$ 448,00	1	\$ 448,00
Lavadero	\$ 90,00	\$ 10,80	100,8	1	100,8
Griferia	\$ 17,00	\$ 2,04	19,04	1	19,04
Total					\$ 5.740,16

OTROS					
	Base	IVA	P. UNIT.	N. EQUIPOS	V. FINAL
Sillas	\$ 12,00	\$ 1,44	\$ 13,44	20	\$ 268,80
Mesas	\$ 35,00	\$ 4,20	\$ 39,20	5	\$ 196,00
Acabados	\$ 535,00	\$ 64,20			\$ 599,20
servilleteros	\$ 1,00	\$ 0,12	\$ 1,12	6	\$ 6,72
Caja registradora	\$ 625,00	\$ 75,00	\$ 700,00		\$ 700,00
Facturas	\$ 90,00	\$ 10,80	\$ 100,80		\$ 100,80
silla cajero	\$ 50,00	\$ 6,00	\$ 56,00	1	\$ 56,00
Total					\$ 1.927,52

BATERIAS DE COCINAS Y UTENSILIOS					
	Base	IVA	P. UNIT.	N. EQUIPOS	V. FINAL
Bowls grandes	\$ 4,50	\$ 0,54	\$ 5,04	5	\$ 25,20
Bowls medianos	\$ 3,50	\$ 0,42	\$ 3,92	5	\$ 19,60
Bowls pequeños	\$ 2,00	\$ 0,24	\$ 2,24	5	\$ 11,20
Ollas pequeñas	\$ 20,00	\$ 2,40	\$ 22,40	2	\$ 44,80
moldes para horno	\$ 25,00	\$ 3,00	\$ 28,00	5	\$ 140,00
Sartenes de teflón pequeños	\$ 11,00	\$ 1,32	\$ 12,32	2	\$ 24,64
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	\$ 41,49
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
varillas metálicas	\$ 2,80	\$ 0,34	\$ 3,14	2	\$ 6,28
Pinzas	\$ 2,10	\$ 0,25	\$ 2,35	2	\$ 4,70
Brochas	\$ 1,50	\$ 0,18	\$ 1,68	2	\$ 3,36
Batidores de alambre	\$ 7,00	\$ 0,84	\$ 7,84	4	\$ 31,36
tablas de plástico	\$ 11,35	\$ 1,36	\$ 12,71	2	\$ 25,42
Cucharones	\$ 4,00	\$ 0,48	\$ 4,48	2	\$ 8,96
cucharetas de servicio	\$ 2,75	\$ 0,33	\$ 3,08	6	\$ 18,48
Espátula de goma	\$ 1,50	\$ 0,18	\$ 1,68	2	\$ 3,36
Puntilla	\$ 4,50	\$ 0,54	\$ 5,04	2	\$ 10,08
Moldes de torta	\$ 6,00	\$ 0,72	\$ 6,72	2	\$ 13,44
Latas de horno	\$ 13,00	\$ 1,56	\$ 14,56	3	\$ 43,68
juego de cucharas medidoras	\$ 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
boquilla para decorar	\$ 2,00	\$ 0,24	\$ 2,24	2	\$ 4,48
manga pastelera	\$ 5,00	\$ 0,60	\$ 5,60	2	\$ 11,20
Total					\$ 608,21

Costos Fijos		
Servicios Básicos	Agua	\$ 30,00
	Luz	\$ 120,00
	Teléfono+ Internet	\$ 50,00
Alquiler del Local+ Guardianía 24 horas		\$ 1.275,00

OTROS ACTIVOS	
	TOTAL
Equipo de Computación	2.400,00
Certificado de Funcionamiento y Permisos	262,4
hyundai H-1	33.200,00
TOTAL. \$ 35.862,40	

MEDIO	TIPO DE PUBLICIDAD	COSTO
Radio La Prensa	110 cuñas	1200
Flyers IMPRESUM	1000 volantes	500
Prensa escrita	La Revista	1000
Internet	Blog	
Total		2700

Mantenimiento de Equipos		
	Mensual	Anual
Equipos de Cocina + Gas	\$ 32,00	\$ 384,00
Equipos de Computación	\$ 10,00	\$ 120,00
Total	\$ 42,00	\$ 504,00

Detalle de Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor de Crecimiento de Gastos		5%	5%	5%	5%
Servicios basicos					
Luz	360	360	360	360	360
Agua	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Telefono	600	600	600	600	600
Total Servicios basicos	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Arriendo	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300
Gasto de Nómina					
Administrativa	22.176	23.285	24.449	25.671	26.955
Operativa	9.072	9.526	10.002	10.502	11.027
Combustible de vehiculo	960	960	960	960	960
Mantenimiento de vehiculo	1.790	1.790	1.790	1.790	1.790
Mantenimientos	504	504	504	504	504
Permisos municipales	262	100	100	100	100
Depreciación					
Vehiculo	6.640	6.640	6.640	6.640	6.640
Equipo de computacion	800	800	800	0	0
Equipos de cocina	1.655	1.655	1.655	1.655	1.655
total depreciacion	9.095	9.095	9.095	8.295	8.295

Mantenimiento del Vehículo		
	Mensual	Anual
Gasolina	\$ 80,00	\$ 960,00
Varios(Matricula, Llantas, Cambio de aceite, Batería, Filtros etc)	\$ 149,17	\$ 1.789,99
Total	\$ 229,17	\$ 2.749,99

Wrap de Pavo y Espinaca					
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.				Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
				Factor Ganancia Deseado(3-7)	4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario		
Tortilla de Trigo Integral	1	Unidad	0,2		
Clara de Huevo	1	Unidad	0,3		
Espinaca	10	GR.	0,05		
Jamón de Pavo Light	30	GR.	0,3		
Queso Ricotta	30	GR.	0,2		
Tomate	20	GR.	0,1		
Frutilla	0,05	GR.	0,08		
Frambuesa	0,05	GR.	0,08		
Mora	0,05	GR.	0,08		
Stevia	0,03	GR.	0,00004		
Subtotal			1,39		
PVP			5,69		
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,03		
Costo Total			1,42		
Factor Ganancia Deseado(3-7)			5,69		

Wrap de Pollo y Aguacate			
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6) 2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7) 3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario
Tortilla de Trigo Integral	1	Unidad	0,2
Lechuga	20	GR.	0,03
Tomate	10	GR.	0,06
Pollo	160	GR.	1,4
Queso Ricotta	30	GR.	0,2
Aguacate	35	GR.	0,17
Subtotal			2,06
PVP			7,17
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,05
Costo Total			2,11
Factor Ganancia Deseado(3-7)			7,17

Sánduche de Atún Mediterráneo			
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6) 2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7) 3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario
Pan Integral	2	Rebanadas	0,17
Atún en Agua	90	GR.	1
Cebolla Paiteña	0,05	GR.	0,04
Aceituna Verde	0,03	GR.	0,3
Alacachofa	0,03	GR.	0,15
Alcaparra	0,03	GR.	0,15
Limón	0,05	GR.	0,08
Queso Feta	0,12	GR.	0,18
Subtotal			2,07
PVP			7,21
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,05
Costo Total			2,12
Factor Ganancia Deseado(3-7)			7,21

Sánduche de Vegetales Grillados y Miel de Balsámico					
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.				Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
				Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario		
Pan Integral	1	Unidad	0,2		
Zucchini	60	GR.	0,12		
Berenjena	60	GR.	0,15		
Champiñón	25	GR.	0,14		
Cebolla Perla	20	GR.	0,1		
Tomate	20	GR.	0,12		
Albahaca	0,05	GR.	0,05		
Vinagre Balsámico	0,05	GR.	0,12		
Stevia	1	GR.	0,01		
Subtotal			1,01		
PVP			3,52		
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02		
Costo Total			1,03		
Factor Ganancia Deseado(3-7)			3,52		

Sánduche de Pollo y Champiñones					
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.				Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
				Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario		
Pan Integral	1	Unidad	0,2		
Pollo	120	GR.	1,3		
Apio	0,03	GR.	0,02		
Yogurt Natural	30	GR.	0,2		
Cebolla Perla	0,05	GR.	0,04		
Champiñón	0,05	GR.	0,08		
Lechuga	0,1	GR.	0,03		
Subtotal			1,87		
PVP			6,51		
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,04		
Costo Total			1,91		
Factor Ganancia Deseado(3-7)			6,51		

Submarino Especial de la Casa			
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.		Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
		Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario
Pan Integral	1	Unidad	0,35
Jamón de Pavo Ahumado	30	GR.	0,32
Jamón de Pollo Light	30	GR.	0,28
Queso Ricotta	30	GR.	0,2
Lechuga	20	GR.	0,05
Tomate	20	GR.	0,1
Yogurt	20	GR.	0,15
Mostaza Dijón	0,05	GR.	0,08
Subtotal			1,53
PVP			5,33
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,04
Costo Total			1,57
Factor Ganancia Deseado(3-7)			5,33

Ensalada Fresca de Pollo y Manzanas Grilladas			
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.		Variable C.O. E Insumos(2- 6)	3
		Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario
Lechuga Batavia	40	GR.	0,3
Lechuga Seda Verde	40	GR.	0,28
Pollo	170	GR.	1,5
Nueces	0.05	GR.	0,1
Pasas	0,05	GR.	0,07
Almendras	0,05	GR.	0,08
Manzana Verde	50	GR.	0,08
Miel	30	GR.	0,05
Mostaza	40	GR.	0,03
Subtotal			2,49
PVP			8,72
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,07
Costo Total			2,56
Factor Ganancia Deseado(3-7)			8,72

Ensalada Griega				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	3
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Huevo	1	Unidad	0,15	
Cebolla Perla	0,1	GR.	0,14	
Pepino	0,1	GR.	0,05	
Pimiento Verde	0,1	GR.	0,35	
Pimiento Rojo	0,1	GR.	0,4	
Pimiento Amarillo	0,1	GR.	0,4	
Queso Feta	0,2	GR.	0,2	
Aceituna Verde	0,05	GR.	0,08	
Aceituna Negra	0,05	GR.	0,08	
Aceite de Oliva	30	GR.	0,09	
Vinagre Blanco	10	GR.	0,05	
Subtotal			1,99	
PVP			6,97	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,06	
Costo Total			2,05	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			6,97	

Ensalada Panzanella				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	3
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantida d	Unida d	Precio Unitario	
Pan Focaccia Integral	80	GR.	0,35	
Cebolla Perla	0,1	GR.	0,14	
Berenjena	0,1	GR.	0,15	
Pimiento Verde	0,1	GR.	0,35	
Pimiento Amarillo	0,1	GR.	0,4	
Pimiento Rojo	0,1	GR.	0,4	
Albahaca	0,05	GR.	0,03	
Tomate	0,1	GR.	0,06	
Zucchini	0,1	GR.	0,08	
Vinagre Balsámico	30	GR.	0,09	
Aceite de Oliva	10	GR.	0,05	
Subtotal			2,10	
PVP			7,35	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,06	
Costo Total			2,16	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			7,35	

Ensalada César Tradicional			
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2-6) 3
			Factor Ganancia Deseado(3-7) 3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidades	Precio Unitario
Lechuga Romana	120	GR.	0,74
Pan Molde Integral	2	Unidades	0,14
Queso Parmesano	10	GR.	0,15
Yogurt	60	GR.	0,3
Vinagre de Manzana	0,03	GR.	0,05
Mostaza Dijón	0,05	GR.	0,04
Subtotal			1,42
PVP			4,97
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,04
Costo Total			1,46
Factor Ganancia Deseado(3-7)			4,97

Natilla de Vainilla y Ron Pasas			
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6) 2,8
			Factor Ganancia Deseado(3-7) 3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario
Leche Semidescremada	250	ML	0,4
Stevia	1	GR.	0,01
Fécula de Maíz	10	GR.	0,02
Estracto de Vainilla	5	ML	0,06
Esencia de Ron Pasas	5	ML	0,07
Canela en Rama	0,2	GR.	0,01
Cereza	1	Unidad	0,1
Subtotal			0,67
PVP			2,34
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02
Costo Total			0,69
Factor Ganancia Deseado(3-7)			2,34

Torta Mojada de Chocolate				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,8
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Harina Sin Polvo de Hornear	23,44	GR.	0,04	
Harina Integral	23,44	GR.	0,04	
Stevia	16	GR.	0,16	
Cocoa Sin Azúcar	15,63	GR.	0,45	
Bicarbonato	0,63	GR.	0,02	
Aceite de Girasol	7,81	ML	0,02	
Vinagre Blanco	0,63	ML	0,02	
Estracto de Vainilla	0,63	ML	0,008	
Agua	250	ML	0,13	
Leche Semidescremada	500	ML	0,5	
Canela en Rama	0,05	GR.	0,00003	
Subtotal			1,39	
PVP			4,85	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,04	
Costo Total			1,43	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			4,85	

Torta Mojada de Naranja				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,8
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Harina sin Polvo de Hornear	12,5	GR.	0,02	
Stevia	13,75	GR.	0,12	
Clara de Huevo	30	ML	0,15	
Zumo de Naranja	62,5	ML	0,8	
Estracto de Vainilla	0,63	ML	0,008	
Polvo de Hornear	0,63	GR.	0,006	
Agua	250	ML	0,13	
Leche Semidescremada	500	ML	0,5	
Subtotal			1,73	
PVP			6,06	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,05	
Costo Total			1,78	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			6,06	

Espuma de Gelatina de Piña				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,8
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Cereal Integral	62,5	GR.	0,85	
Stevia	5	GR.	0,006	
Clara de Huevo	30	ML	0,15	
Margarina Sin Sal	7,81	GR.	0,06	
Gelatina Dietética de Piña	2,5	GR	0,2	
Agua	0,63	ML	0,008	
Yogurt de Vainilla Descremado	31,25	ML	0,071	
Piña	250	ML	0,33	
Subtotal			1,675	
PVP			5,85	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,05	
Costo Total			1,72	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			5,85	

Pie de Ricotta en Salsa de Frutos Rojos y Nueces				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,8
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Queso Ricotta	100	GR.	0,28	
Stevia	3,6	GR.	0,031	
Clara de Huevo	30	ML	0,15	
Fécula de Maíz	6	GR.	0,02	
Nueces	30	GR	0,4	
Aceite de Canola	30	ML	0,9	
Agua	20	ML	0,018	
Moras	70	GR	0,09	
Frutillas	70	GR	0,09	
Subtotal			1,70	
PVP			5,94	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,05	
Costo Total			1,75	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			5,94	

Jugos de Frutilla / Mora con Leche				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Frutilla / Mora	120	GR.	0,75	
Stevia	1	GR.	0,01	
Hielo	150	GR.	0,036	
Leche	100	ML	0,1	
Subtotal			0,896	
PVP			3,12	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02	
Costo Total			0,92	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			3,12	

Jugos de Frutilla / Mora con Agua				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Frutilla / Mora	120	GR.	0,75	
Stevia	1	GR.	0,01	
Hielo	170	GR.	0,036	
Agua	80	ML	0,04	
Subtotal			0,836	
PVP			2,91	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02	
Costo Total			0,86	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			2,91	

Jugos de Maracuyá/ Papaya / Naranja con Leche				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Maracuyá/ Papaya/ Naranja	120	GR.	0,7	
Stevia	1	GR.	0,01	
Hielo	150	GR.	0,036	
Leche	100	ML	0,1	
Subtotal			0,846	
PVP			2,95	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02	
Costo Total			0,87	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			2,95	

Jugos de Maracuyá/ Papaya/ Naranja con Agua				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Maracuyá/ Papaya/ Naranja	120	GR.	0,7	
Stevia	1	GR.	0,01	
Hielo	150	GR.	0,036	
Agua	100	ML	0,06	
Subtotal			0,806	
PVP			2,81	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02	
Costo Total			0,83	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			2,81	

Jugos de Naranja con Agua				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Naranja	120	GR.	0,75	
Stevia	1	GR.	0,01	
Hielo	150	GR.	0,036	
Agua	100	ML	0,06	
Subtotal			0,856	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02	
Costo Total			0,88	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			2,98	
PVP			2,98	

Jugos de Piña / Sandía con Agua				
NÚMERO DE PORCIONES: 1 PAX.			Variable C.O. E Insumos(2- 6)	2,4
			Factor Ganancia Deseado(3-7)	3,4
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	
Piña/ Sandía	120	GR.	0,85	
Stevia	1	GR.	0,01	
Hielo	150	GR.	0,036	
Agua	100	ML	0,06	
Subtotal			0,956	
Variable C.O. E Insumos(2- 6)			0,02	
Costo Total			0,98	
Factor Ganancia Deseado(3-7)			3,33	
PVP			3,33	

ANEXO # 7

Préstamo Banco del Pacífico

MONTO	21.937	DOLARES
TIEMPO	60	MESES
TASA	9,76%	

MES	DIVIDENDO	ABONO DEL CAPITAL	INTERESES		SALDO DE CAPITAL
			9,76%	2%	
1	464	285	178	0	21.652
2	464	287	176	0	21.365
3	464	290	174	0	21.075
4	464	292	171	0	20.783
5	464	294	169	0	20.489
6	464	297	167	0	20.192
7	464	299	164	0	19.892
8	464	302	162	0	19.591
9	464	304	159	0	19.287
10	464	307	157	0	18.980
11	464	309	154	0	18.671
12	464	312	152	0	18.359
13	464	314	149	0	18.045
14	464	317	147	0	17.728
15	464	319	144	0	17.409
16	464	322	142	0	17.087
17	464	325	139	0	16.762
18	464	327	136	0	16.435
19	464	330	134	0	16.105
20	464	333	131	0	15.773
21	464	335	128	0	15.437
22	464	338	126	0	15.100
23	464	341	123	0	14.759
24	464	343	120	0	14.415
25	464	346	117	0	14.069
26	464	349	114	0	13.720
27	464	352	112	0	13.368
28	464	355	109	0	13.013
29	464	358	106	0	12.656
30	464	361	103	0	12.295
31	464	364	100	0	11.931
32	464	366	97	0	11.565
33	464	369	94	0	11.196
34	464	372	91	0	10.823
35	464	375	88	0	10.448
36	464	379	85	0	10.069
37	464	382	82	0	9.687

38	464	385	79	0	9.303
39	464	388	76	0	8.915
40	464	391	73	0	8.524
41	464	394	69	0	8.130
42	464	397	66	0	7.732
43	464	401	63	0	7.332
44	464	404	60	0	6.928
45	464	407	56	0	6.521
46	464	410	53	0	6.110
47	464	414	50	0	5.696
48	464	417	46	0	5.279
49	464	421	43	0	4.858
50	464	424	40	0	4.434
51	464	427	36	0	4.007
52	464	431	33	0	3.576
53	464	434	29	0	3.142
54	464	438	26	0	2.704
55	464	442	22	0	2.262
56	464	445	18	0	1.817
57	464	449	15	0	1.368
58	464	452	11	0	916
59	464	456	7	0	460
60	464	460	4	0	0
	-----	-----	-----	-----	
TOTAL	27.811	21.937	5.874	0	
	=====	=====	=====	=====	

ANEXO # 8

Precios de Venta					
USD / Und	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor de incremento de precios		0%	0%	0%	0%
Wrap de Pavo y espinaca	5,69	5,69	5,69	5,69	5,69
Wrap de Pollo y aguacate	7,17	7,17	7,17	7,17	7,17
Sánduche de atun	7,21	7,21	7,21	7,21	7,21
Sánduche de vegetales	3,52	3,52	3,52	3,52	3,52
Sánduche de Pollo y champiñones	6,51	6,51	6,51	6,51	6,51
Submarino de la casa	5,33	5,33	5,33	5,33	5,33
Ensalada fresca de pollo	8,72	8,72	8,72	8,72	8,72
Ensalada Griega	6,97	6,97	6,97	6,97	6,97
Ensalada Panzanella	7,35	7,35	7,35	7,35	7,35
Ensalada César	4,97	4,97	4,97	4,97	4,97
Natilla de vainilla	2,34	2,34	2,34	2,34	2,34
torta mojada de chocolate	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85
torta mojada de naranja	6,06	6,06	6,06	6,06	6,06
Espuma de gelatina de pina	5,85	5,85	5,85	5,85	5,85
Pie de Ricotta	5,94	5,94	5,94	5,94	5,94
Jugo de frutilla/ Mora con agua	2,91	2,91	2,91	2,91	2,91
Jugo de frutilla / Mora con leche	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12
Jugo de Maracuyá/Papaya/Naranja con leche	2,95	2,95	2,95	2,95	2,95
Jugo de Maracuyá/Papaya/Naranja con agua	2,81	2,81	2,81	2,81	2,81
Jugo de Piña	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
Jugo de naranja	2,98	2,98	2,98	2,98	2,98

Volumen de Ventas (en unidades/año)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Wrap de Pavo y espinaca	1.350	1.485	1.633	1.797	1.976
Wrap de Pollo y aguacate	604	664	731	804	884
Sánduche de atun	1.066	1.172	1.289	1.418	1.560
Sánduche de vegetales	746	821	903	993	1.092
Sánduche de Pollo y champiñones	1.172	1.289	1.418	1.560	1.716
Submarino de la casa	1.030	1.133	1.246	1.371	1.508
Ensalada fresca de pollo	1.279	1.407	1.547	1.702	1.872
Ensalada Griega	710	781	860	946	1.040
Ensalada Panzanella	746	821	903	993	1.092
Ensalada César	1.101	1.211	1.332	1.466	1.612
Natilla de vainilla	924	1.016	1.117	1.229	1.352
torta mojada de chocolate	1.137	1.250	1.375	1.513	1.664
torta mojada de naranja	1.101	1.211	1.332	1.466	1.612
Espuma de gelatina de pina	1.421	1.563	1.719	1.891	2.080
Pie de Ricotta	639	703	774	851	936
Jugo de frutilla/ Mora con agua	1.314	1.446	1.590	1.749	1.924
Jugo de frutilla / Mora con leche	1.137	1.250	1.375	1.513	1.664
Jugo de Maracuyá/Papaya/Naranja con leche	675	742	817	898	988
Jugo de Maracuyá/Papaya/Naranja con agua	781	860	946	1.040	1.144
Jugo de Piña	1.030	1.133	1.246	1.371	1.508
Jugo de naranja	1.527	1.680	1.848	2.033	2.236

<u>COSTOS DE VENTAS</u>					
USD / Und	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor de incremento de precios		5%	5%	5%	5%
Wrap de Pavo y espinaca	1,42	1,42	1,42	1,42	1,42
Wrap de Pollo y aguacate	2,11	2,11	2,11	2,11	2,11
Sánduche de atun	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12
Sánduche de vegetales	1,03	1,03	1,03	1,03	1,03
Sánduche de Pollo y champiñones	1,91	1,91	1,91	1,91	1,91
Submarino de la casa	1,57	1,57	1,57	1,57	1,57
Ensalada fresca de pollo	2,56	2,56	2,56	2,56	2,56
Ensalada Griega	2,05	2,05	2,05	2,05	2,05
Ensalada Panzanella	2,16	2,16	2,16	2,16	2,16
Ensalada César	1,46	1,46	1,46	1,46	1,46
Natilla de vainilla	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67
torta mojada de chocolate	1,43	1,43	1,43	1,43	1,43
torta mojada de naranja	1,78	1,78	1,78	1,78	1,78
Espuma de gelatina de pina	1,72	1,72	1,72	1,72	1,72
Pie de Ricotta	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75
Jugo de frutilla/ Mora con agua	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86
Jugo de frutilla / Mora con leche	0,92	0,92	0,92	0,92	0,92
Jugo de Maracuyá/Papaya/Naranja con leche	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87
Jugo de Maracuyá/Papaya/Naranja con agua	0,81	0,81	0,81	0,81	0,81
Jugo de Piña	0,98	0,98	0,98	0,98	0,98
Jugo de naranja	0,88	0,88	0,88	0,88	0,88

ANEXO # 9

SUELDOS ADMINISTRATIVO	CARGO	SALARIO BAS	DECIMO IV	DECIMO III	FONDO DE RESERVA	APORTE PAT.	IECE	SECAP	TOTAL	APORTE TRABAJADO	IESS	VACACIONES
Vanessa Flores	Gerente General	450	37,5	37,5	37,5	0,1115	0,005	0,005	617,175	0,0935		450
Carolina Bravo	Cajero/ Contador	650	54,17	54,17	54,17	50,175	2,25	2,25	891,475	42,075	139,75	650
subtotal adm .		1100	91,67	91,67	91,67	122,65	5,5	5,5	1508,65	102,85	236,5	1100

SUELDOS OPERATIVOS												
Patricia Zamora	Jefe de Cocina	450	37,5	37,5	37,5	50,175	2,25	2,25	617,175	42,075	96,75	450
subtotal Operativos		450	37,5	37,5	37,5	50,175	2,25	2,25	617,175	42,075	96,75	450

ANEXO # 10

	Estado de Pérdidas y Ganancias						Estado de Pérdidas y Ganancias Porcentual				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas		108.495	119.345	131.279	144.407	158.848	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Costo de ventas		31.539	34.693	38.163	41.979	46.177	29,1%	29,1%	29,1%	29,1%	29,1%
Utilidad Bruta		76.956	84.652	93.117	102.428	112.671	70,9%	70,9%	70,9%	70,9%	70,9%
Gasto de nómina		31.248	32.810	34.451	36.173	37.982	28,8%	27,5%	26,2%	25,0%	23,9%
Gastos de operación		18.262	17.800	17.800	17.800	17.800	16,8%	14,9%	13,6%	12,3%	11,2%
Gasto de marketing		8.100	8.100	8.100	8.100	8.100	7,5%	6,8%	6,2%	5,6%	5,1%
Depreciación		9.095	9.095	9.095	8.295	8.295	8,4%	7,6%	6,9%	5,7%	5,2%
Total Gastos Operacionales		66.706	67.806	69.446	70.369	72.177	61,5%	56,8%	52,9%	48,7%	45,4%
Utilidad antes de intereses e impuestos		10.250	16.846	23.671	32.060	40.494	9,4%	14,1%	18,0%	22,2%	25,5%
intereses préstamo		1.984	1.619	1.216	772	283	1,8%	1,4%	0,9%	0,5%	0,2%
Utilidad antes de impuestos		8.267	15.227	22.455	31.287	40.211	7,6%	12,8%	17,1%	21,7%	25,3%
Participación de trabajadores		1.240	2.284	3.368	4.693	6.032	1,1%	1,9%	2,6%	3,2%	3,8%
Utilidad antes de impuestos		7.027	12.943	19.086	26.594	34.179	6,5%	10,8%	14,5%	18,4%	21,5%
Impuesto a la renta		1.616	2.977	4.390	6.117	7.861	1,5%	2,5%	3,3%	4,2%	4,9%
Utilidad Neta		5.410	9.966	14.697	20.478	26.318	5,0%	8,4%	11,2%	14,2%	16,6%

ANEXO # 11

Misión

Somos un delicatessen especializado en la elaboración y expendio de alimentos saludables, dirigido a personas que padecen de diabetes y aquellos denominados "Fitness", que son quienes buscan conservar su salud, sin dejar de degustar los mejores platillos preparados por expertos en un ambiente acogedor.

Visión

Convertirnos en el 2015 como la empresa pionera en el cuidado de la salud del diabético, a través de la alimentación sana y balanceada, posesionando nuestra marca en la mente de los consumidores, logrando así extendernos en el mercado.

ANÁLISIS FODA			
ASPECTOS POSITIVOS			
A M B I E N T E	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	A M B I E N T E
	<ol style="list-style-type: none"> Ser pioneros en el negocio en esta ciudad. Contar con un personal altamente capacitado. Dar una atención al cliente de la mejor calidad. Capacidad de innovación de productos. Productos de buena calidad y saludables. Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso. 	<ol style="list-style-type: none"> 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. Alianzas con empresas que tengan cobertura en otros mercados. Ampliar líneas de productos. 	
I N T E R N O	DEBILIDADES	AMENAZAS	E X T E R N O
	<ol style="list-style-type: none"> Es un establecimientos nuevo Escasez de recursos para financiar inidativas estratégicas. Local pequeño No se posee variedad de proveedores Falta de convenios con empresas de prestigios Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio. 	<ol style="list-style-type: none"> Probable ingreso de competidores potenciales. Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades. Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación. Creciente poder de negociación del cliente o proveedor. Exagerado cobro de impuestos Inflación 	
ASPECTOS NEGATIVOS			

ESTRATEGIA FODA

		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		ANÁLISIS EXTERNO	Al ser los pioneros se podrá captar gran parte del mercado en crecimiento
ANÁLISIS INTERNO	Crear posicionamiento en el mercado mediante estrategias publicitarias	Dificultad para crear una cultura de prevención de enfermedades.	
	La apertura de sucursales en diferentes zonas de la ciudad	Elevado costo de publicidad en los medios de comunicación	
	Aumentar la oferta de servicios	Crecente poder de negociación del cliente o proveedor.	
	Allanzas con empresas que tengan cobertura en otros mercados.	Exagerado cobro de impuestos	
	Ampliar líneas de productos	Inflación	
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS F.A.	
Ser pioneros en el negocio en esta ciudad.	Ampliar nuestro margen de clientes	Llevar y mantener una cartera de cliente	
Contar con un personal altamente capacitado.	Posesionarnos en la mente del consumidor	Llegar a otros mercados con promociones	
Dar una atención al cliente de la mejor calidad.	Crear nuevos servicios	Campaña publicitaria moderada	
Capacidad de Innovación de productos.	Buscar proveedores de prestigio	Crear nuevas técnicas en la fabricación de los productos	
Productos de buena calidad y saludables	Producir productos de calidad	Demostrarle al cliente la calidad del producto.	
Estar localizados en una zona estratégica, muy comercial y de fácil acceso.	Ofrecer promociones a los clientes, promocionales por introducción de productos.	Crear una cultura de fidelidad en los clientes	
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS D.O.	ESTRATEGIAS D.A.	
Es un establecimientos nuevo	Realizar un logotipo y slogan que impacten	Atraer a los clientes por medio de la Variedad y buen servicio	
Escasez de recursos para financiar iniciativas estratégicas.	Realizar vínculos con empresas publicitarias	Desarrollar alianzas estratégicas.	
Local pequeño	Adecuada distribución en el espacio del local.	Aplicar estrategias de ventas	
No se posee variedad de proveedores	Realizar un estudio de presupuesto y revisar preformas de diversos distribuidores	Negociar con los proveedores el precio de la materia prima	
Falta de convenios con empresas de prestigios	Desarrollar buen poder de negociación con posibles empresas aliadas.	Afiliación a asociaciones de restaurantes.	
Carencia de experiencia al ser nuevos en el negocio	Realizar un buen proceso administrativo	Preparación académica debilita la inexperiencia, busca desarrollar la estrategia que no le genere tanto impacto la inflación	

