

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS**  
**E INFORMATICA (F.A.F.I)**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**



**TESIS DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO**  
**COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE CREACIÓN DE RESTAURANT DE**  
**COMIDAS NUTRITIVAS, DIETÉTICAS, UNA APLICACIÓN**  
**DE ALIMENTOS SALUDABLES A LOS HABITANTES DE LA**  
**CIUDAD DE BABAHOYO”**

**EGRESADOS:**

**GUERRERO ICAZA ADELMO**  
**TAMAYO ARCINIEGAS JOHANNA**

**DIRECTORA DE TESIS**

**Mim. ZOILA MERINO ACOSTA**

**LECTOR DE TESIS**

**Mae. FABIAN TOSCANO RUIZ**

**AÑO: 2011**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos de corazón a Dios quien guía nuestros caminos, a todas las personas que hayan contribuido para que hagamos realidad este sueño y que estuvieron presentes especialmente en los momentos más difíciles.

Agradecemos a nuestra facultad, que nos ha brindado a lo largo de la carrera formación, personal y profesional.

A cada uno de los maestros que nos guiaron y fortalecieron con sus sabios consejos.

Y a todas las personas que directa o indirectamente hicieron posible la culminación de nuestra tesis.

**Tamayo Arciniegas Johanna.**

**Guerrero Icaza Adelmo.**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia especialmente a mis padres quienes con esfuerzo, sacrificio, trabajo e incondicional apoyo lograron darme los instrumentos necesarios para poder superarme y alcanzar la tan anhelada meta el ser Ingeniero, todo se los debo a ellos.

---

**Tamayo Arciniegas Johanna.**

## **DEDICATORIA**

A Dios mi creador, la luz de mi vida, al que le debo todos mis conocimientos y toda mi gratitud.

A mis padres por su incomparable e incondicional amor, que son la fuerza y la paciencia que me permitieron ver metas conquistadas.

Y a cada uno de mis familiares que de una u otra manera me apoyaron para alcanzar esta meta, y creyeron en mí, Gracias.

---

**Guerrero Icaza Adelmo.**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA TESIS**

Los autores de esta investigación declara que no existe investigación alguna del tema: **“PROYECTO DE CREACIÓN DE RESTAURANT DE COMIDAS NUTRITIVAS, DIETETICAS, UNA APLICACIÓN DE ALIMENTOS SALUDABLES A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO”**, en la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, ni en ninguna biblioteca de las otras universidades en el Ecuador.

### ***AUTORES:***

**GUERRERO ICAZA ADELMO**

**TAMAYO ARCINIEGAS JOHANNA**

# ÍNDICE

## CAPITULO I

	Pag.
TÍTULO DEL PROYECTO .....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Fundamentación.....	1
PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
Problema general.....	8
Problemas Derivados .....	8
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivo Especifico.....	9
Justificación de la Investigación.....	10

## CAPITULO II

Marco Teórico.....	11
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
Fundamentación Teórica.....	12
Una dieta saludable y placentera.....	13
La Palabra Light.....	14
Dietético Vende Mejor.....	15
Donde Encontrar la Verdad .....	16
Un comienzo Light y futuro Pesado.....	17
Mucho Light no es Light.....	18
En que se diferencian los productos light.....	20

La Publicidad Light.....	21
Mayonesa Light versus mayonesa tradicional.....	22
Marco Conceptual.....	24
HIPÓTESIS.....	29
Hipótesis General.....	29
Hipótesis Particular.....	29
VARIABLES.....	30
Variables Independientes.....	30
Variables Dependientes.....	30
Matriz Problema – Objetivo – Hipótesis .....	31

### **CAPITULO III**

Marco Metodológico.....	32
Metodología de la investigación.....	32
Tipo de Investigación.....	32
Métodos y Técnicas.....	32
Métodos.....	32
<i>Deductivo</i> .....	32
Técnicas.....	33
Instrumentos de la investigación.....	33
Población.....	33
Muestra.....	34
Encuestas.....	35
Informe Final.....	45

Conclusiones.....	46
Recomendaciones.....	48

## **CAPITULO IV**

PROPUESTA DE TESIS.....	49
Desarrollo de la propuesta.....	49
Estudio Administrativo.....	49
Planeación Estratégica.....	50
Misión.....	50
Visión.....	51
Valores.....	51
Principios.....	52
Direccionamiento estratégico.....	53
Análisis FODA.....	53
Estrategia FODA.....	55
Introducción.....	56
Justificación e importancia.....	58
Objetivos.....	59
Objetivo general.....	59
Objetivos específicos.....	59
Objetivos Financieros.....	59
Estrategias.....	60
Estrategias Comerciales.....	60
Estrategias financieras.....	60



Organización estructural de la empresa.....	<b>61</b>
Organización funcional de la empresa.....	<b>62</b>
Estudio de mercado .....	<b>64</b>
	<b>65</b>
Definición del Producto.....	<b>68</b>
Logotipo de la empresa.....	<b>69</b>
Análisis de la Demanda.....	<b>71</b>
Análisis de la Oferta.....	<b>73</b>
Análisis de precios.....	<b>74</b>
Comercialización (marketing).....	<b>77</b>
El Mercado.....	<b>80</b>
Marco jurídico.....	<b>81</b>
Localización de la Empresa.....	<b>83</b>
Disponibilidad de Tecnología.....	<b>85</b>
Disponibilidad de Mano de Obra Capacitada.....	<b>87</b>
Disponibilidad de Insumos y Materias Primas.....	<b>89</b>
Ingeniería del proyecto.....	<b>92</b>
Principios básicos de la distribución en planta.....	<b>94</b>
Determinación del manejo de materiales.....	<b>95</b>
Planeamiento de espacio a considerar en el plan disponible.....	<b>100</b>
Tipos De Distribución.....	<b>102</b>
Proceso productivo.....	<b>105</b>
Diagrama de actividades.....	<b>107</b>
Análisis Financieros.....	

Presupuesto de costos e ingresos.....	109
Flujo de Efectivo.....	115
Valor Actual Neto.....	116
Tasa Interna de Retorno.....	117
Relación beneficio / costo.....	118
Conclusiones.....	120
Recomendaciones.....	121
Bibliografía.....	123
Linkografía.....	126
Cronograma.....	128
Anexos.....	129
Organigrama Estructural.....	130
Recetarios.....	131

## **INDICE DE GRÁFICO.**

**Pag.**

Cuál es su comida favorita .....	<b>35</b>
Si tuviera que elegir entre un programa alimenticio cuál de estos elegiría.....	<b>36</b>
Cuál de los siguientes servicios considera Usted, el más importante para su satisfacción en esta clase de negocios .....	<b>37</b>
Le Gustaría que haya un restaurant en el que se expendan comidas sanas y nutritivas que disminuyan la obesidad .....	<b>38</b>
Con que Frecuencia consume comida Light .....	<b>39</b>
Cómo le gustaría que le empaquen su pedido para llevar .....	<b>40</b>
Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida light .....	<b>41</b>
Cuál es su actividad diaria .....	<b>42</b>
Cuáles son sus ingresos mensuales .....	<b>43</b>
Dónde le gustaría servirse la comida light.....	<b>44</b>
Organigrama Estructural.....	<b>61</b>
Organigrama Funcional.....	<b>62</b>
Plan de Microlocalización .....	<b>82</b>
Flujo del proceso de producción .....	<b>104</b>

## ÍNDICE DE TABLAS.

	Pag.
Números de Restaurantes Tradicionales y Los Típicos Restaurantes. ....	11
Matriz que Relaciona: Problema - Objetivo – Hipótesis .....	31
Personas Obesas que Habitan en la ciudad de Babahoyo que acostumbran llevar una alimentación no tan sana ni nutritiva .....	33
Maquinarias y Equipos.....	107
Activos Fijos.....	108
Activos Diferidos.....	108
Suministros de Limpiezas.....	109
Servicios Básicos.....	110
Útiles de oficina.....	110
Materia Prima .....	111
Envases.....	111
Mano de obra directa.....	112
Personal administrativo.....	112
Ingresos.....	114
Flujo de Caja con Financiamiento.....	115
Estructura Financiera.....	116
Valor Actual Neto Con Financiamiento.....	117
Tasa Interno con retorno con Financiamiento.....	118
Relación Beneficio Costo con Financiamiento.....	119

## CAPITULO I

### El Problema

#### 1. TITULO DEL PROBLEMA.

PROYECTO DE CREACIÓN DE UN RESTAURANT DE COMIDAS NUTRITIVAS Y DIETETICAS, UNA APLICACIÓN DE ALIMENTOS SALUDABLES A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

##### 1.2.1 Fundamentación



Babahoyo es la capital de la provincia de Los Ríos, Ecuador. Fue fundada el 27 de mayo de 1869 (decreto legislativo). Es una de las ciudades más importantes del Ecuador y el puerto fluvial más importante del país por eso es considerada la Capital Fluvial del Ecuador. Es la Capital Provincial más cerca al Puerto Principal Guayaquil.

#### **Situación Geográfica**

La ciudad está situada en la margen izquierda del río San Pablo, que al unirse en su desembocadura con el río Catarama forman el río Babahoyo.

Una de las más interesantes excursiones en la zona es el descenso en bote por el río Babahoyo. Babahoyo se encuentra en el Litoral y es paso

obligado para ir hacia la Sierra por las carreteras Babahoyo - Quito (Vía Panamericana), Babahoyo - Ambato (Vía Flores) y también por la Babahoyo - Riobamba. Babahoyo se encuentra al Sur de la Provincia de Los Ríos las vías que la unen con las demás ciudades y pueblos de la costa son la Babahoyo - Baba, la Babahoyo - Guayaquil y la Babahoyo - Milagro - Machala. Su situación geográfica es una de las más privilegiadas por Babahoyo pasan cada día más de 25000 carros (entre buses, trailers y autos). Es un punto comercial entre la Costa y la Sierra. Dentro de la red vial urbana, la ciudad cuenta con dos puentes peatonales que permiten la comunicación con Barreiro y El Salto. Existen cuatro puentes vehiculares: los dos primeros que cruzan los ríos Catarama y San pablo al norte de la ciudad (carretera Babahoyo - Quito); el tercero que cruza el estero Lagarto al Sur de la urbe (carretera Babahoyo - Guayaquil); y el cuarto que está ubicado en el sector La Ventura (carretera Babahoyo - Ambato).

---

1. [www. Babahoyo.gov.ec](http://www.Babahoyo.gov.ec)

## Historia

La ciudad de Babahoyo, fundada el 27 de mayo de 1861, en los terrenos cedidos por la familia Flores, frente a la confluencia de los ríos Babahoyo y Caracol, se estableció en la margen derecha del río San Pablo. Por mucho tiempo se llamó Bodegas, por haber estado allí ubicadas la Aduana y los Almacenes Reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la Sierra ecuatoriana. Azotada por muchos incendios, el de mayor magnitud ocurrió el 30 de marzo de 1867, que arrasó con todos los bienes de la población, motivos suficientes para que el gobierno de Gabriel García Moreno resolviera el traslado al lugar que ocupa actualmente. El arquitecto Thomas Reed fue comisionado para desplazarse a inspeccionar y realizar el diseño de la nueva ciudad.

La capital fluminense se llenó de gloria al otro lado del río San Pablo, donde hoy se encuentra asentada la Parroquia Urbana Barreiro, pudiendo afirmarse que el Babahoyo de antaño es el Barreiro de hoy.

Babahoyo, la tradicional e histórica Bodegas de la época Floreana, pertenece a los pueblos francamente progresistas, ostensiblemente fuertes en su actual imperativo de colectividades que producen, crean e incrementan riqueza.

Es el prototipo de la actividad y apogeo de los distintos órdenes de la vida nacional, y lo seguirá siendo siempre, porque tiene fuentes propias; haber sido y ser la vértebra vital de las dos regiones: Costa y Sierra; por ser el

punto de influencia arterial entre una y otra, en donde se vinculan íntimamente los esfuerzos de muchos pueblos emprendedores; por que aquí se funden las aspiraciones de agricultores y comerciantes.

### **Demografía**

Tiene una población de 180.000 habitantes su centro es uno de los más vastos de la región y se encuentra entre las 10 ciudades más grandes del País y una de las más largas. Gran parte de su población se encuentra en el casco urbano y las periferias de la ciudad que se encuentran alrededor del By-Pass (Vía E25 carretera Babahoyo - Quito) que pasa por toda la ciudad de sur a noroeste. El centro de la ciudad comprende desde el Malecón 9 de octubre, las calles Juan x Marcos, Isaías Chopitea hasta la calle Primero de mayo. En el sector se concentran las actividades comerciales y se desarrollan las acciones administrativas públicas. Cuenta con todos los servicios de infraestructura y la mayor parte del equipamiento comunitario de la ciudad; las edificaciones del sector están construidas con materiales perdurables. Las calzadas de las calles se encuentran en buen estado, todos con pavimento rígido y algunas sobrepuestas con una capa de pavimento flexible.

### **Economía**

La población en su gran mayoría se dedica al cultivo, principalmente de arroz y banano. Diferentes industrias tienen sede en esta ciudad como Industrias Facundo ubicada a las afueras de la ciudad, así como el



Ingenio Isabel María el 4 ingenio más grande del país, y diferentes piladoras; gran parte de la ciudad tiene un gran movimiento económico sobre todo su centro que es el polo económico más grande de la Provincia. En Babahoyo existen diferentes entidades bancarias y cooperativas de ahorro haciéndola una ciudad con todos los servicios si de economía se habla.

### **Cultura**

La fiesta patronal de la ciudad es el 24 de septiembre. Cada año se rinde un justo homenaje a la Virgen de la Merced de la manera siguiente: Desde el 15 hasta el 23 de septiembre diferentes grupos de seguidores cargan a la Virgen paseando por las calles de la ciudad. El 24 se celebra el día de la Merced. Se muestra y se vende artesanía de las regiones sierra y costa del Ecuador y siempre hay una gran feria de juegos infantiles.

### **Clima**

La ciudad tiene un clima cálido húmedo. En el invierno existían tiempos atrás inundaciones en el casco urbano pero ahora gracias a un sistema de alcantarillado de primera la ciudad no se inunda siendo así con Cuenca las ciudades con el mejor sistema de utilidad del agua del país. La gente es pacífica y humanitaria.

## **Transporte**

Cuenta con dos Empresas de Transportes "Fluminense" y la Coop. Santa Rita ambas con 4 líneas de buses cada una que van del noroeste a sur pasando por el centro. También existe el transporte mediante las canoas que colindan las parroquias urbanas Barreiro y El Salto y las parroquias rurales Pimocha y Caracol.

## **Información de la ciudad de Babahoyo**

Babahoyo la Capital Provincial más cerca al Puerto Principal Guayaquil. Es una ciudad pujante y trabajadora con la amabilidad de su gente y su productiva Agro Industria tierras fértiles donde se produce, arroz, soya, maíz, banano, cacao, etc.

En Babahoyo se puede observar varias especies de animales, gracias al clima cálido o tórrido que goza la región. Por ello la ganadería se encuentra bien desarrollada ya que existe gran cantidad de ganado porcino caprino, extensa variedad de aves de corral y animales acuáticos como: pescado, camarón, concha, etc...

Babahoyo se encuentra en el Litoral y es paso obligado para ir hacia la Sierra. Fue fundada el 27 de mayo de 1869, en los terrenos cedidos, frente a la confluencia de los ríos Babahoyo y Caracol, se estableció en la margen derecha del río San Pablo.

Por mucho tiempo se llamó Bodegas, por haber estado allí ubicadas la Aduana y los Almacenes Reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la Sierra ecuatoriana.

El 30 de marzo de 1867 la ciudad de Babahoyo fue azotada por muchos incendios, que arrasó con todos los bienes de la población, por lo que el gobernador de la ciudad resolvió el traslado al lugar que ocupa actualmente. Actualmente está ubicado al otro lado del río San Pablo.

Babahoyo cuenta con todos los servicios de infraestructura y la mayor parte del equipamiento comunitario de la ciudad. Babahoyo se ha convertido en los últimos tiempos en el centro para la cristalización de importantes negocios y apertura de grandes empresas.

La ciudad cuenta con varios atractivos turísticos, uno de ellos es navegar por las aguas del río Babahoyo, admirando la riqueza agrícola de la región. Además se puede observar las antiguas casas flotantes que asombran a los visitantes. En el margen derecho del río se encuentra la Casa la hacienda, donde el escritor José Joaquín de Olmedo escribió los versos del conocido Canto a Bolívar.

---

2. [www.Travelocity.com/la](http://www.Travelocity.com/la)

### **1.3 Problema de la Investigación.**

#### **1.3.1 Problema Central**

¿Por qué se da en Babahoyo la falta de locales donde expendan un tipo de comida especial para personas con sobre peso que desean alimentarse de manera saludable?



### **1.3.2 Problemas Derivados**

1. ¿Cuál será el impacto de expectativa social que tendría la implementación de un plan de marketing para posicionarnos en el mercado de consumos de alimentos en Babahoyo?
2. ¿Por qué se da la poca competitividad y gestión empresarial para crear restaurantes que expendan comidas saludables para personas con sobrepeso en Babahoyo?
3. ¿Cuán importante será realizar una evaluación a la idea del proyecto de creación de un restaurant de comidas saludables mediante proyecciones financieras para evidenciar la viabilidad del negocio por medio de cálculos de índices financieros, Van y Tir?

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Implementar un proyecto de creación de un restaurant de comidas saludables en la ciudad de Babahoyo, con aplicación a personas con obesidad.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

1. Evaluar cuál será el impacto de expectativa social que tendría la implementación de un plan de marketing para posicionarnos en el mercado de consumos de alimentos en Babahoyo.
2. Conocer por qué se da la poca competitividad y gestión empresarial para crear restaurantes que expendan comidas saludables para personas con sobrepeso en Babahoyo.
3. Determinar cuán importante será realizar una evaluación a la idea del proyecto de creación de un restaurant de comidas saludables mediante proyecciones financieras para evidenciar la viabilidad del negocio por medio de cálculos de índices financieros, van y tir

### **1.5 JUSTIFICACIÓN**

“DELI LIGHT” es una propuesta para los habitantes de Babahoyo que desean disfrutar de una comida saludable en un ambiente agradable y acogedor.

La ubicación de “DELI LIGHT” fue escogida en base a la cercanía del sector comercial de la ciudad de Babahoyo, “DELI LIGHT” estará ubicado en las calles Martin Icaza y General Barona esquina.

La idea de crear este restaurant surgió de la necesidad de ofrecerles a los habitantes de Babahoyo y de las Ciudades aledañas la posibilidad de alimentarse Sanamente de una manera rápida y económica.

“DELI LIGHT” causara un gran impacto a nivel económico y social en el Cantón Babahoyo ya que fomentara la inversión y creara plazas de empleos a sus habitantes.

Actualmente en Babahoyo solo existe un restaurant que expenden este tipo de comidas, por este motivo nuestro restaurant es una excelente alternativa para los habitantes de Babahoyo y para las personas que visiten nuestra ciudad.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.**

Nuestro país, se encuentra catalogado como uno de los países más pobres del mundo. Tal situación repercute en todos los aspectos del desarrollo de la sociedad. Uno de los aspectos más relevantes, es el relacionado con la situación alimentaría.

En la ciudad de Babahoyo no se tiene registro alguno sobre restaurantes de comidas saludable para personas con sobrepeso, por esta es la realización de la presente tesis.

Es de esta óptica que debe plantearse una respuesta efectiva y contundente que brinde soluciones nutricionales que deberán tener bajo costo económico y un elevado aporte proteico.

El siguiente cuadro el número de restaurantes tradicionales y los de tipo saludable.

**Tabla 1.1 Numero de Restaurantes Tradicionales y los Típicos restaurantes.**

<b>CIUDADES</b>	<b>RESTAURANTE TRADICIONALES.</b>	<b>RESTAURANTE SALUDABLE.</b>
MILAGRO	280	8
VENTANAS	160	0
VINCES	40	0
QUEVEDO	360	2
BABAHOYO	260	1

**Fuente: Dirección Provincial de salud de los Ríos.**

## **2.2 Fundamentación Teórica.**

La palabra vegetariano paso de moda, en la actualidad se escucha a las personas hablar de alimentos light (light o livianos se refiere a los

alimentos que contengan 50% menos grasa o menos calorías que el producto que se encuentran en gran variedad en los principales supermercados de la ciudad.

Existe tres tipos de consumidores de los productos light “primero, aquellos que por orden medica tienen que reducir grasas o azúcar y deben seguir una estricta dieta, segundo, los que quieren bajar de peso, tercero, los que estando sanos, quieren mantenerse saludables el resto de su vida”.

En las sociedades económicamente avanzadas la esperanza de vida aumenta año tras año, pero al mismo tiempo se han incrementado algunas enfermedades típicamente asociadas a la «cultura del bienestar». Podemos empezar por la obesidad, que se está convirtiendo en uno de los principales problemas en algunos países modernos, e ir sumando a las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, el deterioro de los huesos, la demencia senil y el cáncer.

Vivimos en una época de grandes contradicciones, caemos en extremos hasta ahora impensables. Por un lado, nuestra sociedad fomenta y facilita la existencia de obesos. Al mismo tiempo, en países donde sobran los alimentos vemos a gente joven y sana capaz de morir por desnutrición a causa de la anorexia.

Toda la comunidad científica mundial se alza con una sola voz para alertar a la gente de que, practicando una dieta correcta, se consigue



prevenir la mayor parte de estos deterioros orgánicos e incluso se tendrá la posibilidad de vivir con plenitud la vida.

Es muy recomendable reflexionar sobre nuestra actitud frente a la comida, sobre el tiempo que nos permitimos dedicarle en nuestras aceleradas vidas, y empezar a tomar decisiones más razonables y razonadas. Seguro que así comenzaremos a comer mejor.

Podemos aprender a comer muy bien y con una buena formación e información en nutrición y dietética, podemos sentar las bases de la medicina preventiva.

### **Una dieta saludable y placentera**

El reto es comer bien a pesar de la falta de tiempo, el ritmo acelerado de vida en la sociedad moderna y las diversas situaciones de estrés que se presentan a diario. La solución está en conocer las claves de una buena dieta y aprovechar todas las facilidades que el mercado nos ofrece para obtener los buenos alimentos necesarios.

Hay que comer para conseguir un desarrollo correcto, para mantener el organismo en pleno estado de salud y para conseguir un perfecto funcionamiento del cerebro, y no tan sólo para saciar el hambre o satisfacer el capricho por algunos alimentos. El cuerpo humano es una gran fábrica que necesita «materias primas» para trabajar a pleno

rendimiento físico e intelectual. Estas materias nos llegan a través de los alimentos.

Los estudios sobre nutrición han llegado a la conclusión de que la carencia de cualquiera de estos nutrientes repercute de manera negativa en el equilibrio, la plenitud y la salud del organismo, y por ello debemos asegurarnos una dieta que incluya todas esas sustancias necesarias, y siempre en su justa medida.

Es alarmante conocer los datos estadísticos de carencias nutricionales en la población de países económicamente avanzados. La falta de hierro, de calcio o de ácido fólico es algo ya habitual en nuestra sociedad. Estamos cayendo en malos hábitos alimentarios que conducen irremediablemente a estos estados de carencia.

### **La Palabra Light**

Ningún paquete de cigarrillos light nos aclara qué tan light será el enfisema que contraeremos. Quienes beben leche light no suelen preguntarse qué le falta a esa leche para ser muy leche. Cuando nos recomiendan un libro light, podemos suponer que será menos libro que otros libros, y a lo mejor acabaremos concluyendo que ese casi-libro es casi-casi una revista. O sea que medio fumo un medio cigarrillo, medio bebo una medio leche, medio leo un medio libro y encima espero un premio por tantas medias tintas.

## **Dietético Vende Mejor**

Antiguamente se decía “dietético”. Así, quien consumía productos con esta etiqueta daba a entender que estaba bajo un régimen estricto que limitaba grasas y calorías. El producto no era ligero; era de dieta. Una especie de penitencia que terminaba definiendo la dinámica moral de los gorditos: tantos waffles, tanta culpa. Ya había, claro, quienes prácticamente vivían a dieta, pero sus vidas estaban muy lejos de lucir preferibles, pues el sobrevivir a dieta suponía la constante traición de los propios propósitos: hoy estamos a dieta porque ayer nos empachamos. (Por mi gula, por mi gula, por mi grande gula.) Hasta que un día vino la moda light.

El mercado ofrece muchas alternativas de productos dietéticos, y para elegir las más adecuadas a las necesidades nutricionales de cada persona es necesario estar atento. Sin duda que el rótulo “dietético” no significa nada, aparte de un buen gancho comercial.

Para que un alimento sea dietético debe contener menos calorías que su símil normal, pero éstas pueden reducirse de las grasas o de los azúcares presentes; por lo tanto, es distinto un producto hipograso de uno hipoglucídico. Por ejemplo, un chocolate hipoglucídico puede tener menos azúcar (e incluso nada), pero la misma cantidad de grasa que uno normal, lo que en muchos casos suma las mismas calorías.

## **Donde Encontrar la Verdad**

Como el objetivo es consumir menos calorías en una dieta balanceada, hay que buscar los alimentos que sean reducidos en azúcar y grasa. Para cerciorarse de esto, la clave no está en la parte delantera del envoltorio, sino en la trasera, en la información nutricional. Si un producto se jacta de ser hipocalórico y no tiene este dato, no se le puede creer, porque no informa sobre su calidad de tal.

Hay que fijarse en el primer ítem, donde se describe la cantidad de calorías por gramo. Por lo general se detalla en una porción y en 100 gramos. Habitualmente también se compara con su similar no dietético para entusiasmar a los compradores. Éste también es un dato útil, porque si un yogurt light tiene 100 calorías, no es tan light, ya que uno normal tiene 170. Los más dietéticos llegan a las 78 u 80 calorías, por lo tanto, conviene comparar entre las distintas ofertas.

Otra información importante es verificar qué porcentaje de energía corresponde a grasas, porque si éste es muy alto y se ingiere en abundancia, la persona estará creando un desbalance nutricional de otras sustancias, y si tiene problemas de colesterol, no estará realizando lo adecuado para su organismo. Por último, algunos productos utilizan sólo sustitutos para endulzar (aspartame por ejemplo) y otros agregan un poco de azúcar o fructosa para lograr un mejor sabor, por lo que tienen más calorías. Este detalle es especialmente importante en los diabéticos.

### **Un comienzo Light y futuro Pesado**

Los alimentos "light" se introdujeron en el mercado como un auténtico descubrimiento que permitía gozar de los placeres gastronómicos más pecaminosos y calóricos, incluso a aquellas personas sometidas a los absolutistas dictados de la dieta hipocalórica. Pero, no se engañen, los alimentos light no adelgazan por solo consumirlos; en el mejor de los casos, engorda menos. Lo light es ligero. Las bebidas, los aperitivos, los postres, los dulces que se etiquetan bajo este epígrafe anglosajón contienen, teóricamente, un 30 por ciento menos de calorías que sus correspondientes normales. La cultura de lo "light" ha generado una especie de confusión universal. Es completamente incorrecto relacionar directamente este tipo de productos con la dieta.

Los alimentos "bajo en calorías" o "sin azúcar" no solucionan los problemas de obesidad. Según la normativa existente al respecto, un producto light debe tener un valor energético de un 30% inferior al del alimento de referencia. En la etiqueta deben aparecer las kilocalorías que aporta y el porcentaje concreto de ellas que se ha rebajado. Es básico leer estas indicaciones, ya que son la única referencia para conocer si merece la pena consumir un producto de estas características u optar, por ejemplo, por la versión normal y tomar menos cantidad. Nadie se puede llevar a engaño: los alimentos adelgazantes no existen. Todo lo que se come aporta alguna caloría al organismo.

La denominación light indica que los alimentos así llamados tienen un número de kilocalorías inferior a los de su misma clase. Esta definición es

fundamental, ya que cuando compramos un chocolate light no estamos adquiriendo un producto que no engorde, sino uno cuyo aporte calórico es menor al de un chocolate normal. Esto mismo ocurre con patés, margarinas y mayonesas, por ejemplo, los cuales son ligeros porque cuentan con un mayor contenido de agua o carne magra.

En el caso de los refrescos y bebidas gaseosas, la denominación light sí suele hacer referencia a un aporte casi nulo de kilocalorías, y por tanto, se podría hablar de un producto dietético en el sentido estricto. En cuanto a los dulces, el elemento que se retira es el azúcar, sustituyéndolo por edulcorantes, como el sorbitol (muy común en los chicles sin azúcar), la sacarina y el aspartamo.

### **Mucho Light no es Light**

La idea que mucha gente tiene es que los productos "Light" adelgazan o, a lo sumo, no engordan prácticamente nada, y llevados de esta creencia los consumen en cantidades excesivas. El resultado de ello es frecuentemente un incremento de peso mayor que si hubiesen optado por las versiones no ligeras de cada producto.

Crear que al eliminar el azúcar se elimina el problema, además de un error, puede contribuir a adoptar conductas incluso contraproducentes. Los alimentos con la denominación "Light" tienen un número de calorías por unidad de peso inferior a los de su clase, "pero en ningún caso significa que no engordan, confusión que hace que estos alimentos sean

consumidos sin límite ni control, olvidando que no son adelgazantes". Los productos "Light" tendrían algún efecto positivo para reducir el sobrepeso únicamente si se consumiesen en las mismas cantidades que los equivalentes sin esa calificación, circunstancia que generalmente no se da. La introducción en el mercado de más de 5.000 alimentos bajos en grasas, o sin grasas, en la última década ha contribuido a la epidemia de obesidad en Estados Unidos, según la Asociación Estadounidense del Corazón (AHA).

El problema comienza cuando las personas creen que pueden comer cantidades ilimitadas de galletas con poca grasa, yogures congelados y dulces. Aunque estos alimentos contienen menos grasa que las versiones originales, suelen tener más azúcar e incluso más calorías. A menudo nos olvidamos de limitar la cantidad cuando un producto se anuncia como bajo en grasa. El escoger productos alimenticios frescos y ricos en fibra permite a una persona consumir grandes cantidades con pocas calorías, relativamente, porque produce una sensación de saciedad. Los alimentos bajos en grasa que ofrecen más cantidad y fibra pueden reducir la sensación de hambre por un período más largo.

### **En que se diferencian los Productos Light**

Los alimentos Light se caracterizan por sustituir en su composición determinados ingredientes por otros que aportan menos calorías sin embargo lo importante es la ingesta calórica total global en un período de

tiempo no inferior a 15 días. La efectividad del consumo de alimentos Light, para el control de peso no está suficiente demostrada porque, además, en muchas ocasiones, la reducción calórica es insignificante.

Por otra parte, hay suficiente información que relaciona una mayor ingesta de grasa y un mayor peso corporal con los consumidores habituales de productos Light. El factor psicológico puede influir también en que los consumidores de estos productos piensen que pueden consumir una cantidad superior de ellos, lo que produce es un efecto contrario de mayor ingesta de energía. El consejo de los especialistas en salud llega en una época en que los índices de obesidad no tienen precedente en Estados Unidos y Europa. Aunque las personas han seguido el consejo de sus gobiernos y reducido el aporte de grasas durante los últimos 50 años, continúan engordando.

¿Por Qué?, básicamente, porque la oferta de alimentos ricos en hidratos de carbono ha aumentado junto con los alimentos Light, cuyo consumo aumenta día a día debido a la publicidad engañosa. Algunos niños de sólo 10 años están siendo diagnosticados ahora de diabetes de tipo II, conocida con anterioridad como diabetes del adulto, ya que afectaba a las personas en la década de los 40 años y mayores. Es una paradoja que requiere explicación: muy probablemente el número total de calorías en los alimentos ha aumentado a medida que disminuye la grasa.

### **La Publicidad Light**



Cada día la televisión bombardea a los consumidores ofreciendo una enorme cantidad de productos bajos en calorías, denominados light. La influencia de la sociedad, notablemente preocupada por el mantenimiento de la silueta y por la posibilidad de llevar una alimentación sana, es la culpable de este aumento de la oferta “ligera”.

Lo malo de esta especie de boom es que puede provocar una cierta confusión en el consumidor. Lo primero que éste debe tener muy claro es qué es exactamente un alimento light. Los productos así llamados son bajos en calorías porque han sido desgrasados o porque se les ha reducido o quitado una cantidad de azúcares. Es decir, han sufrido una reducción o sustitución de algunos de los componentes de los productos tradicionales para conseguir que tengan un menor aporte calórico.

### **Mayonesa Light versus Mayonesa Tradicional**

Los productos ligeros colman de sabor y variedad la dieta de quienes están a régimen y de aquellos que por razones de salud deben cuidar especialmente el consumo de ciertos alimentos. En este sentido, tras contar con la correcta información sobre las propiedades de estos alimentos, consumir productos ligeros puede resultar una experiencia gastronómica saludable.

En el mercado hay gran cantidad de productos Light o ligeros que vienen preparados y listos para comer, que también pueden combinarse con los productos naturales para reducir la ingesta calórica. Y como los productos

ligeros siempre han despertado suspicacias, encontramos que uno de los factores que van en contra de los mismos es la falta de información en las etiquetas. En este sentido, resulta de interés que se indique por qué el producto es ligero, a expensas de qué nutrientes, ya que un producto puede ser ligero debido a la disminución de uno solo o más nutrientes – básicamente carbohidratos, proteínas y lípidos—. Es indispensable conocer con exactitud su composición para indicarlo apropiadamente en la dieta de una persona que está a régimen. Otro factor en contra es el costo, ya que el precio de la mayoría de estos productos es un 20 ó 30 por ciento más caro que el de las presentaciones originales.

La mayonesa es una emulsión espesa formada básicamente por aceite vegetal, huevo entero o yema de huevo, vinagre o zumo de limón y sal. El hecho de que su base sea el aceite la convierte en una de las salsas con un contenido energético muy elevado. La mayonesa comercial contiene aproximadamente un 65 % de aceite por peso. Aporta alrededor de 175 calorías por cucharada sopera de unos 25 gramos, y además de su aporte graso destaca por su elevado contenido en colesterol, puesto que el huevo es uno de sus ingredientes.

La mayonesa ligera, por su parte, es un producto con menos calorías que la mayonesa tradicional, porque en su preparación utilizan menos cantidad de aceite (entre un 25% y un 50% menos) y con menos colesterol ya que contiene menos huevo, y en cambio, le agregan fécula de maíz (maicena) para espesarla. Una de sus grandes ventajas es

aportar prácticamente la mitad de calorías y hasta 5 veces menos colesterol por cucharada con respecto a la mayonesa tradicional. No obstante, la mayonesa, incluida la versión Light, está desaconsejada siempre que se tenga que reducir el aporte de grasas a través de la dieta, como ocurre en caso de obesidad o de trastornos hepáticos, biliares y así mismo, se vigilará el consumo en caso de seguir una alimentación baja en colesterol.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1 ¿Qué es el término Light?**

Alimentos que contienen menos calorías que los demás de su especie.

#### **Régimen para alimentos light**

Los alimentos light para personas obesas deben tener en cuenta valores que deben respetarse al momento de combinar los alimentos. Estos son los que hacen a la fórmula calórica en la distribución de hidratos de carbono, proteínas y lípidos

#### **Alimentación para personas con sobrepeso**

El control del sobrepeso está estrechamente relacionado con la alimentación. Por lo general, cuando una persona es diagnosticada con esta enfermedad, se enfrenta ante al problema de cambiar sus hábitos alimenticios.

### **2.3.2 Proyecto de inversión privado.**

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

#### **Estudio de la Prefactibilidad.**

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de prefactibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal

#### **Estudio de factibilidad**

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Además de

profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

### **Dislipidemias.**

Las Dislipidemias son un conjunto de patologías caracterizadas por alteraciones en la concentración de lípidos sanguíneos en niveles que involucran un riesgo para la salud: Comprende situaciones clínicas en que existen concentraciones anormales de colesterol total (CT), colesterol de alta densidad (C-HDL), colesterol de baja densidad (C-LDL) y/o triglicéridos (TG).

### **Morbilidad.**

Es la cantidad de personas o individuos que son considerados enfermos o que son víctimas de enfermedad en un espacio y tiempo determinados. La morbilidad es, entonces, un dato estadístico de altísima importancia para poder comprender la evolución y avance o retroceso de alguna enfermedad, así también como las razones de su surgimiento y las posibles soluciones.

### **Concomitantes.**

Concomitante es un adjetivo que proviene del latín *concomitans*, -antis, de *concomitari*, "acompañar", y califica a las cosas que actúan conjuntamente o se acompañan la una a la otra...

Esta es sin duda una voz ampliamente empleada en medicina, y seguro que en alguna ocasión hemos oído aquello del "tratamiento concomitante", que no es otra cosa que la aplicación de dos o más medicamentos simultáneamente para tratar una enfermedad...

### **Enfisema:**

Un enfisema se define en términos anatomopatológicos por el agrandamiento permanente de los espacios aéreos distales a los bronquiolos respiratorios, con destrucción de la pared alveolar, con o sin fibrosis manifiesta. Es una enfermedad crónica comprendida junto con la bronquitis crónica en la Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC).

### **Simil.**

Símil es una figura retórica que utiliza el recurso de la comparación o semejanza entre términos. Su carácter es más simple que el de la metáfora, y por ello aparece con más frecuencia que ésta tanto en las epopeyas clásicas como en la poesía popular.

### **Aspartame.**

El aspartamo es un edulcorante no calórico descubierto en 1965 y comercializado en los ochenta. Numerosas organizaciones nacionales e internacionales han evaluado la inocuidad del aspartamo y un comité internacional de expertos ha establecido un nivel de Ingesta Diaria Admisible (IDA).

El aspartamo es un polvo blanco e inodoro que se emplea en numerosos alimentos en todo el mundo. Se comercializa bajo varias marcas, como Natreen, Canderel o Nutrasweet, y corresponde al código E951 en Europa.

### **Fructosa.**

La fructosa, o levulosa, es una forma de azúcar encontrada en las frutas y en la miel. Es un monosacárido con la misma fórmula empírica que la glucosa pero con diferente estructura. Es una cetohexosa (6 átomos de carbono). Su poder energético es de 4 kilocalorías por cada gramo. Su fórmula química es  $C_6H_{12}O_6$ .

### **Hipocalóricas.**

Se llama epígrafe al lema que, a modo de sentencia, pensamiento o cita de un autor conocido, viene a sintetizar la idea general o pensamiento de un libro o capítulo de éste.

### **Sorbitol.**

El sorbitol es un polialcohol o alcohol polihídrico de azúcar, Industrialmente el sorbitol, cuya fórmula empírica es  $C_6H_{14}O_6$ , se obtiene por reducción del monosacárido más común, la glucosa.

El sorbitol se emplea como edulcorante en los alimentos dietéticos. Se le califica como edulcorante nutritivo porque cada gramo contiene 2,4

calorías, bastante menos que las 4 de la sacarosa o el almidón es el edulcorante que contienen generalmente los chicles "sin azúcar".

### **Iconográficas.**

Iconografía es la ciencia que estudia el origen y formación de las imágenes, su relación con lo alegórico y lo simbólico, así como su identificación por medio de los atributos que casi siempre les acompañan. Esta ciencia tiene su origen en el siglo XIX y fue desarrollada a lo largo del XX. El gran estudio de la iconografía y su desarrollo se dio especialmente en el Instituto Warburg de Londres

## **2.4. HIPÓTESIS.**

### **2.4.1. Hipótesis General**

La falta de locales donde expendan comidas dietéticamente elaboradas para el consumo de personas con sobrepeso se debe a que los conocimientos empíricos del arte culinario prevalecen sobre los conocimientos científicos de nutrición.

### **2.4.2. Hipótesis Específicas.**

**2.4.2.1** A través de la ejecución de un plan de marketing como sinónimo de publicidad, promoción y acción de ventas comprobaremos el impacto social que tendría el expendio de alimentos dietéticamente preparados para personas con sobrepeso.



**2.4.2.2** Con el enfoque a realizar en el plan de marketing, se espera alcanzar el éxito de innovar constantemente la línea de comidas saludables para personas con sobrepeso y así consolidarnos en el mercado.

**2.4.2.3** Es muy importante realizar la evaluación del proyecto de crear un restaurante dietético mediante las proyecciones financieras que nos permita pronosticar ventas, gastos e inversiones en un periodo determinado y traducir los resultados esperados.

## **2.5 VARIABLES DE ESTUDIO.**

### **2.5.1 Variables Dependientes**

**Implementación del proyecto.-** Poner en funcionamiento el restaurant con el fin de para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **2.5.2 Variables Independientes**

**Estudio de Factibilidad.-** Realizarlos estudios necesarios tanto administrativos, de mercados, estadísticos, de procesos y financieros con el fin de obtener los resultados que nos permitan evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

**Tabla 2.1 MATRIZ QUE RELACIONA: PROBLEMA - OBJETIVO – HIPÓTESIS**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS GENERALES</b>	<b>HIPOTESIS GENERAL</b>
<b>PG.</b> ¿Por qué se da en Babahoyo la falta de locales donde expendan un tipo de comida especial para personas con sobre peso que desean alimentarse de manera saludable?	<b>OG.</b> Implementar un proyecto de creación de un restaurant de comidas saludables en la ciudad de Babahoyo, con aplicación a personas con obesidad.	<b>HG.</b> La falta de locales donde expendan comidas dietéticamente elaboradas para el consumo de personas con sobrepeso se debe a que los conocimientos empíricos del arte culinario prevalecen sobre los conocimientos científicos de nutrición.
<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS PARTICULAR</b>
<b>P1.</b> ¿Cuál será el impacto de expectativa social que tendría la implementación de un plan de marketing para posicionarnos en el mercado de consumos de alimentos en Babahoyo?	<b>O1.</b> Evaluar cuál será el impacto de expectativa social que tendría la implementación de un plan de marketing para posicionarnos en el mercado de consumos de alimentos en Babahoyo.	<b>H1.</b> A través de la ejecución de un plan de marketing como sinónimo de publicidad, promoción y acción de ventas comprobaremos el impacto social que tendría el expendio de alimentos dietéticamente preparados para personas con sobrepeso.
<b>P2.</b> ¿Por qué se da la poca competitividad y gestión empresarial para crear restaurantes que expendan comidas saludables para personas con sobrepeso en Babahoyo?	<b>O2.</b> Conocer por qué se da la poca competitividad y gestión empresarial para crear restaurantes que expendan comidas saludables para personas con sobrepeso en Babahoyo.	<b>H2.</b> Con el enfoque a realizar en el plan de marketing, se espera alcanzar el éxito de innovar constantemente la línea de comidas saludables para personas con sobrepeso y así consolidarnos en el mercado.
<b>P3.</b> ¿Cuán importante será realizar una evaluación a la idea del proyecto de creación de un restaurant de comidas saludables mediante proyecciones financieras para evidenciar la viabilidad del negocio por medio de cálculos de índices financieros, van y tir?	<b>O3.</b> Determinar cuán importante será realizar una evaluación a la idea del proyecto de creación de un restaurant de comidas saludables mediante proyecciones financieras para evidenciar la viabilidad del negocio por medio de cálculos de índices financieros, van y tir.	<b>H3.</b> Es muy importante realizar la evaluación del proyecto de crear un restaurante dietético mediante las proyecciones financieras que nos permita pronosticar ventas, gastos e inversiones en un periodo determinado y traducir los resultados esperados.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

### **3. Metodología de la Investigación**

La investigación será cualitativa y cuantitativa.

- Cualitativa porque me ayudará a entender el fenómeno social y sus características.
- Cuantitativa porque para la investigación de campo se utilizará la estadística descriptiva.

#### **3.1 Tipo de Investigación**

La presente investigación es de carácter descriptivo y bibliográfico porque está dirigida a determinar como es y cómo está la situación de las variables, a la vez que es de aplicación al ofrecer propuestas factibles para la solución del problema.

##### **3.1.1 Métodos y Técnicas**

###### **3.1.1.1 Métodos**

Se aplicarán el siguiente método:

***DEDUCTIVO***, que nos permitirán lograr los objetivos propuestos y ayudarán a verificar las variables planteadas.

### 3.1.1.2 Técnicas

La técnica a utilizar en la presente investigación es la ENCUESTA misma que nos ayudara a obtener información respecto de cómo las comidas light ayudan a mejorar nuestro habito alimenticio.

### 3.2 Instrumentos de la investigación

El instrumento que se utilizará para ésta investigación es:

- Cuestionario.

### 3.3 Población

La realización de esta investigación se llevará a todas las personas obesas que habitan en la ciudad de Babahoyo que acostumbran llevar una alimentación no tan sana ni nutritiva.

Tabla 3.1.

DENOMINACIÓN	CANTIDAD
Número de personas encuestadas con problemas de sobrepeso en la ciudad de Babahoyo	47.330
<b>TOTAL</b>	<b>47.330</b>

Fuente: Dirección Provincial de Salud de Los Ríos

### 3.4 Muestra

Se ha estimado el tamaño de la muestra mediante el sistema de muestreo aleatorio simple siendo:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

**n = tamaño necesario de la muestra**

**N = tamaño de la población**

**p = grado de aceptación (si no se conoce se asume 0,5)**

**q = grado de rechazo (1-p)**

**Z = Valor de la curva gauss (normalizada) para un cierto nivel de confianza**

**(Para un nivel de confianza de 95%, Z=1,96)**

**E = porcentaje de error tolerado (recomendado sea menor al 7%)**

**Aplicando la formula anterior se obtuvo un tamaño de la muestra de 384 encuestas a aplicarse en la ciudad de Babahoyo**

n=?

N = 47.330

p = 0,5

q = 0,5

Z = 1,96

E = 5%

Desarrollo:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) 47.330}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + 47.330 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) (0,25) 47.330}{(3,8416) (0,25) 118.325}$$

$$n = \frac{(0,9604) (47.330)}{(0,9604 + 118.325)}$$

$$n = \frac{45.455,732}{119.2854}$$

n= 384

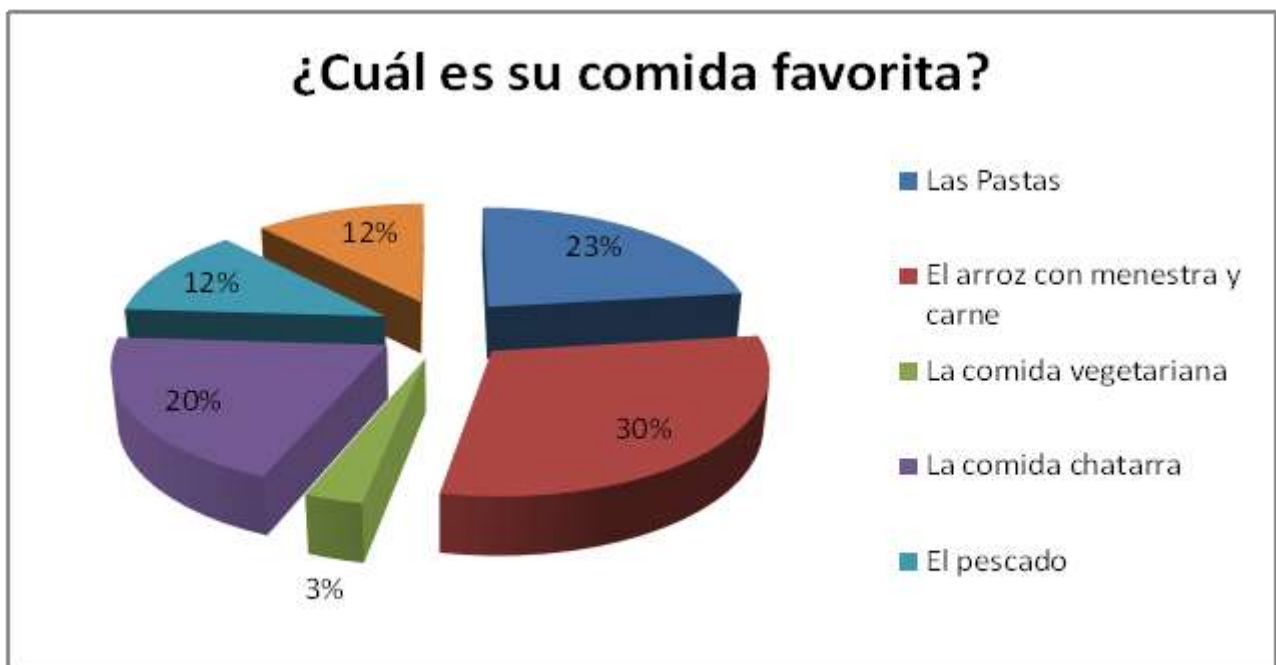
PREGUNTAS PARA JEFES DE HOGAR DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

**PREGUNTA 1**

1. ¿Cuál es su comida favorita?

Grafico #1

<b>1) ¿Cuál es su comida favorita?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
Las Pastas	88	23
El arroz con menestra y carne	115	30
La comida vegetariana	12	3
La comida chatarra	77	20
El pescado	46	12
Los mariscos	46	12
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



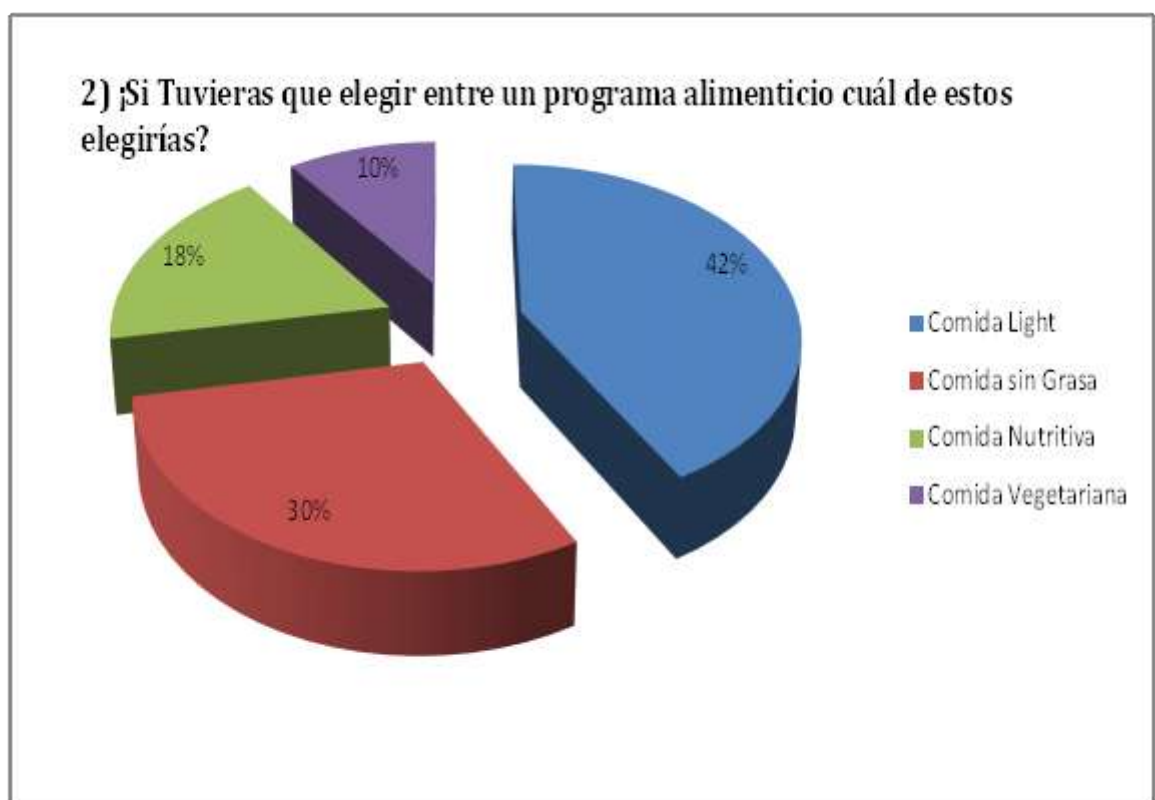
El 23% de los encuestados dice que su comida favorita son las pastas, el 30% el arroz con menestra, el 3% la comida vegetariana, el 20% la comida chatarra, el 12% el pescado y el 12% los mariscos

## PREGUNTA 2

2. ¿Si tuviera que elegir entre un programa alimenticio cuál de estos elegiría?

Grafico #2

<b>2) ¿Si tuviera que elegir entre un programa alimenticio cuál de estos elegiría?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
Comida Light	161	42
Comida sin Grasa	115	30
Comida Nutritiva	69	18
Comida Vegetariana	38	10
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



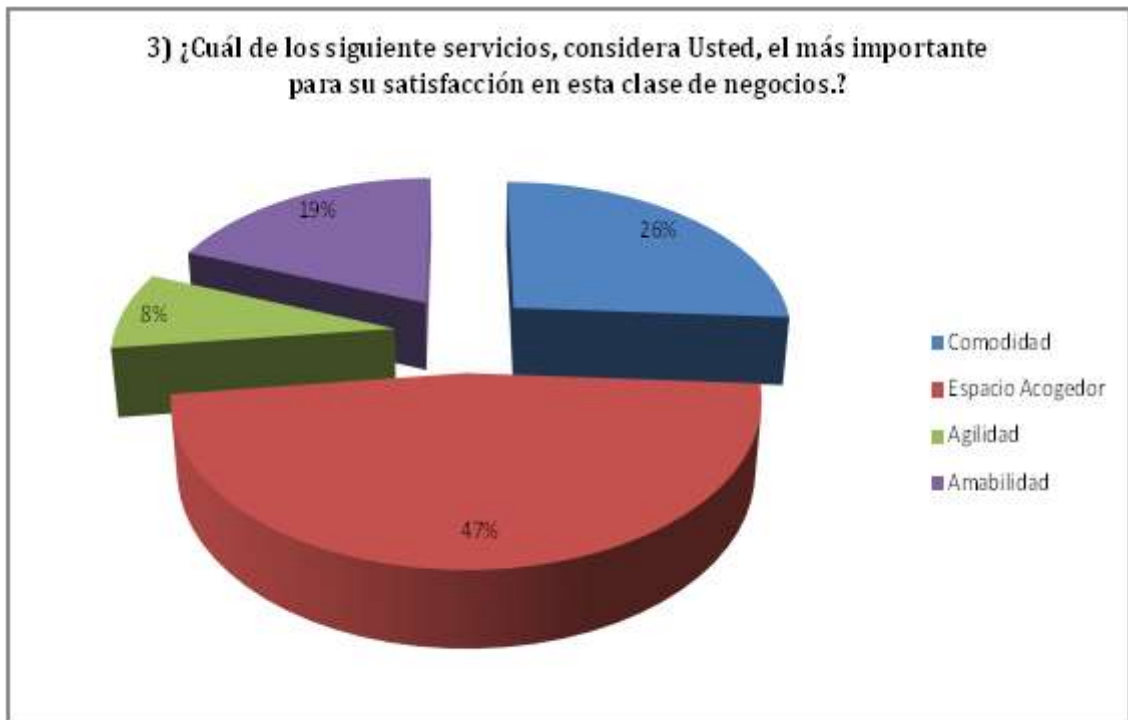
El 44% de los encuestados considera en que elegiría comida light, el 30% comida sin grasa, el 18% comida nutritiva, el 10% comida vegetariana

### PREGUNTA 3

3) ¿Cuál de los siguientes servicios considera Usted, el más importante para su satisfacción en esta clase de negocios?

Grafico #3

<b>3) ¿Cuál de los siguiente servicios, considera Usted, el más importante para su satisfacción en esta clase de negocios.?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
<b>Comodidad</b>	<b>100</b>	<b>26</b>
<b>Espacio Acogedor</b>	<b>180</b>	<b>47</b>
<b>Agilidad</b>	<b>31</b>	<b>8</b>
<b>Amabilidad</b>	<b>73</b>	<b>19</b>
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



El 26% de los encuestados dice que prefieren la comodidad, el 47% prefieren un espacio acogedor, el 8% agilidad, el 19% prefieren la amabilidad.

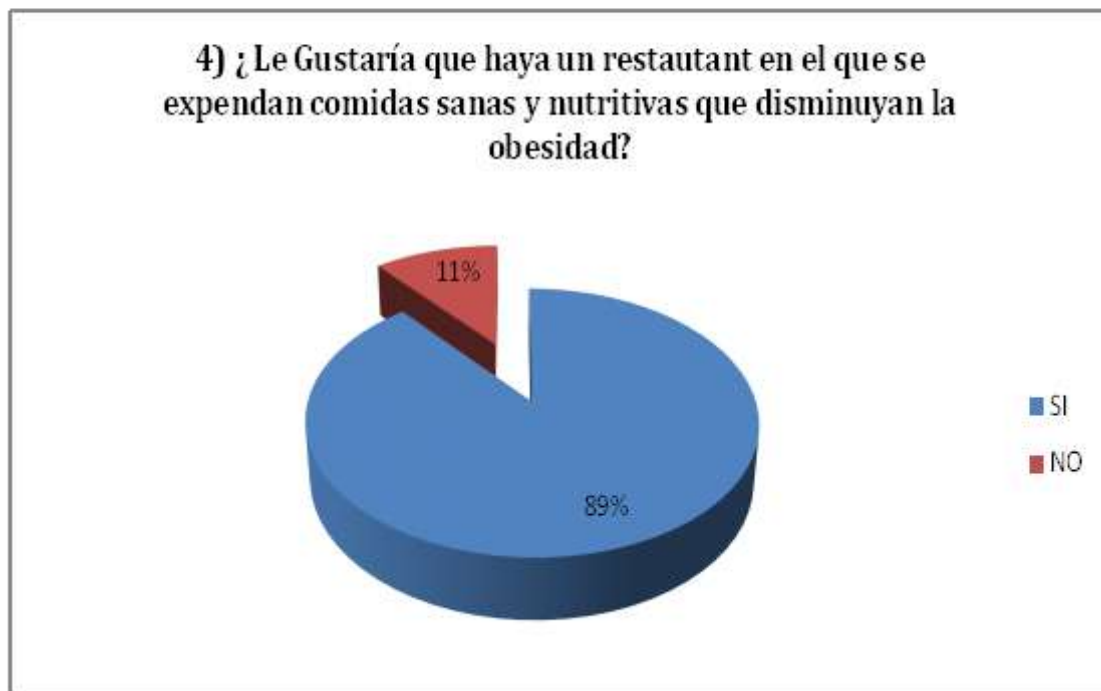


#### PREGUNTA 4

¿Le Gustaría que haya un restaurant en el que se expendan comidas sanas y nutritivas que disminuyan la obesidad?

Grafico #4

<b>4) ¿ Le Gustaría que haya un restaurant en el que se expendan comidas sanas y nutritivas que disminuyan la obesidad?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
SI	341,76	89
NO	42,24	11
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



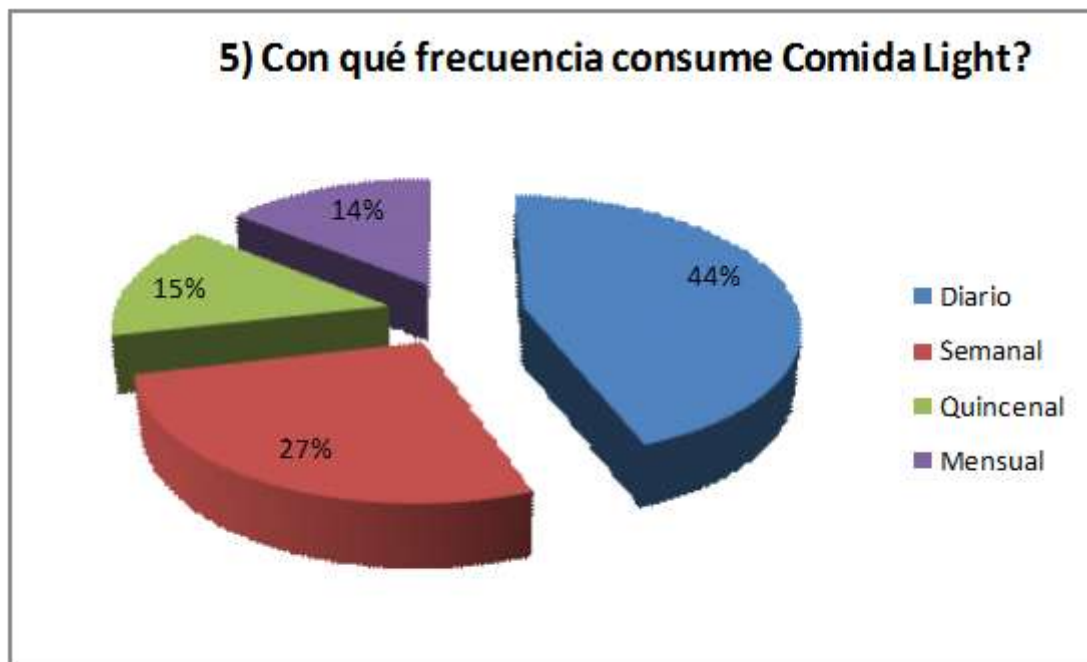
El 89% de los encuestados consideró que si le gustaría que haya un restaurant de comidas saludables que les ayuden a disminuir la obesidad, el 11% opino que no le gustaría y que con los restaurant que existen están bien

### PREGUNTA 5

¿Con que Frecuencia consume comida Light?

Grafico #5

<b>5) ¿ Con qué frecuencia consume Comida Light?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
<b>Diario</b>	<b>170</b>	<b>44,28</b>
<b>Semanal</b>	<b>104</b>	<b>27,08</b>
<b>Quincenal</b>	<b>55</b>	<b>14,32</b>
<b>Mensual</b>	<b>55</b>	<b>14,32</b>
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



El 44,29% de los encuestados consumen comida light diariamente; el 27,14% semanalmente; el 14,29% quincenalmente y el 14,29% restante consume comida light mensualmente

### PREGUNTA 6

6) ¿Cómo le gustaría que le empaquen su pedido para llevar?

Grafico #6

6) ¿Cómo le gustaría que le empaquen su pedido para llevar?	DATOS	%
En envases plásticos	44	11,43
En bandejas desechables cubiertas de papel aluminio	219	57,14
En caja de cartón	121	31,43
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



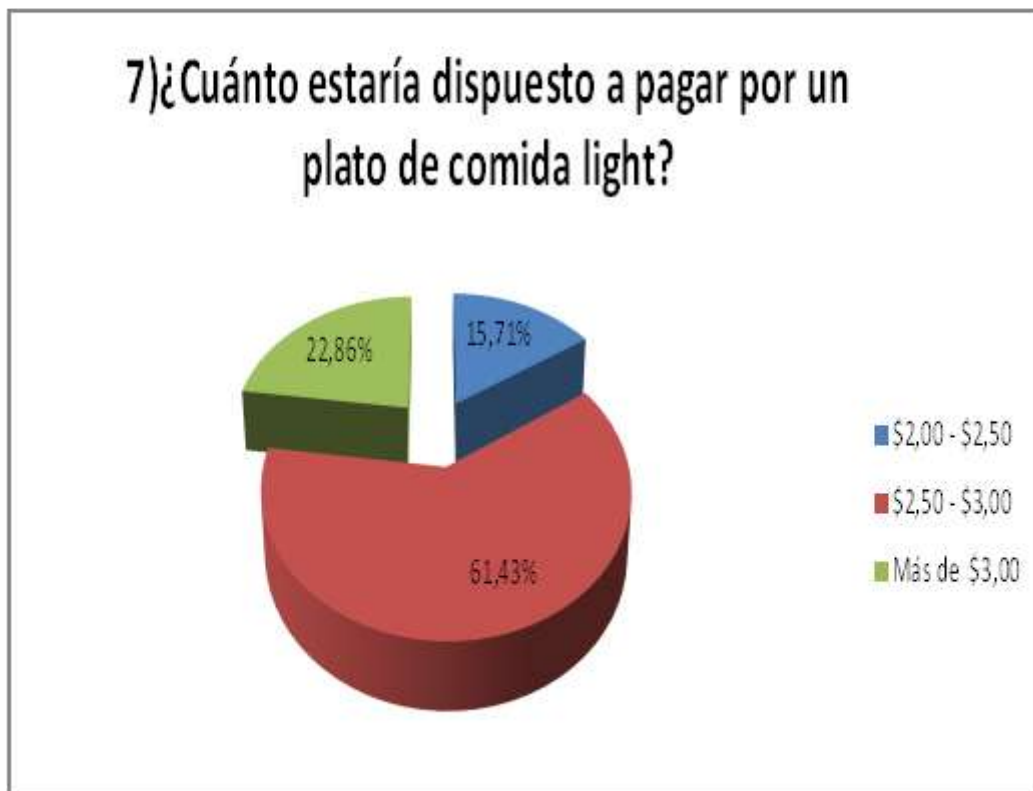
Al 11,43% de los encuestados consideraron que empaquen su pedido para llevar en envases plásticos; al 57,14% en bandejas desechables cubiertas de papel aluminio y al 31,43% en cajas de cartón.

**PREGUNTA 7**

7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida light?

**Grafico #7**

<b>7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida light?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
\$2,00 - \$2,50	60	15,71
\$2,50 - \$3,00	236	61,43
Más de \$3,00	88	22,86
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>



El 15,71% de los encuestados estarían dispuestos a pagar por un plato de comida light entre \$2,00 y \$2,50; el 61,43% entre \$2,50 y \$3,00 y el 22,86% más de \$3,00.

**PREGUNTA 8**

8) ¿Cuál es su actividad diaria?

**Grafico #8**

<b>8) ¿ Cual es su Actividad Diaria?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
<b>Empresario</b>	<b>22</b>	<b>5,729</b>
<b>Empleados</b>	<b>324</b>	<b>84,38</b>
<b>Estudiante</b>	<b>27</b>	<b>7,031</b>
<b>Ama de Casa</b>	<b>11</b>	<b>2,86</b>
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



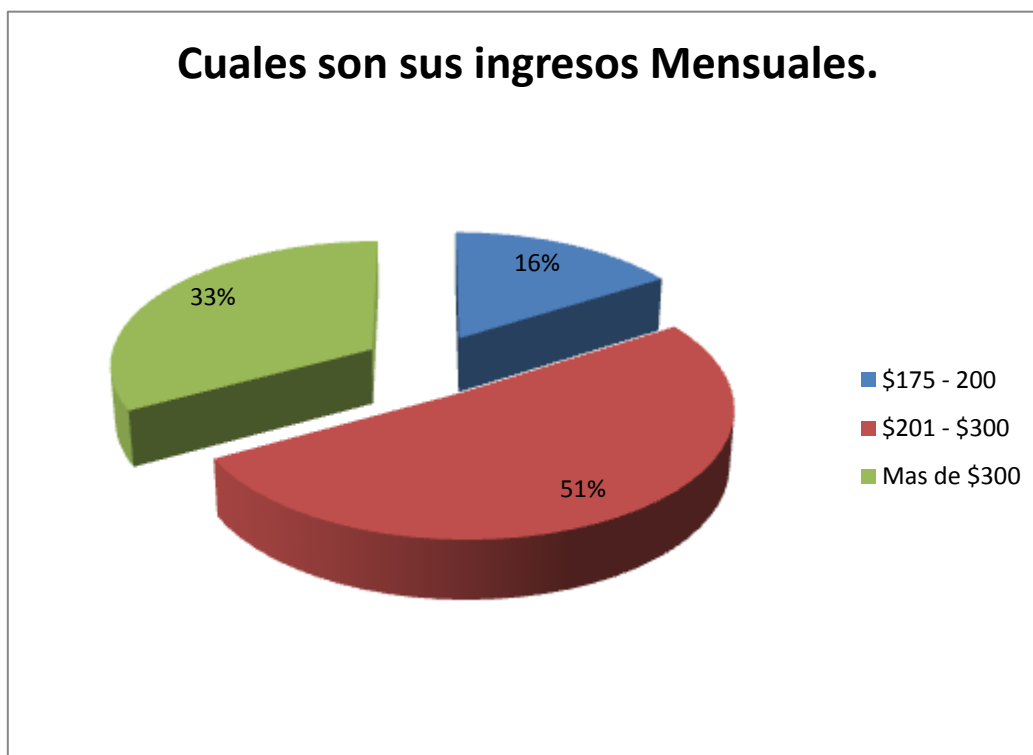
El 5,71 % de los encuestados son empresarios; el 84,29% son empleados; el 7,14% son estudiantes y el 2,86% son amas de casa.

### PREGUNTA 9

9) ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Grafico #9

9) ¿ Cuales son sus Ingresos Mensuales?	DATOS	%
\$175 - 200	60	16
\$201 - \$300	197	51
Mas de \$300	126	33
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



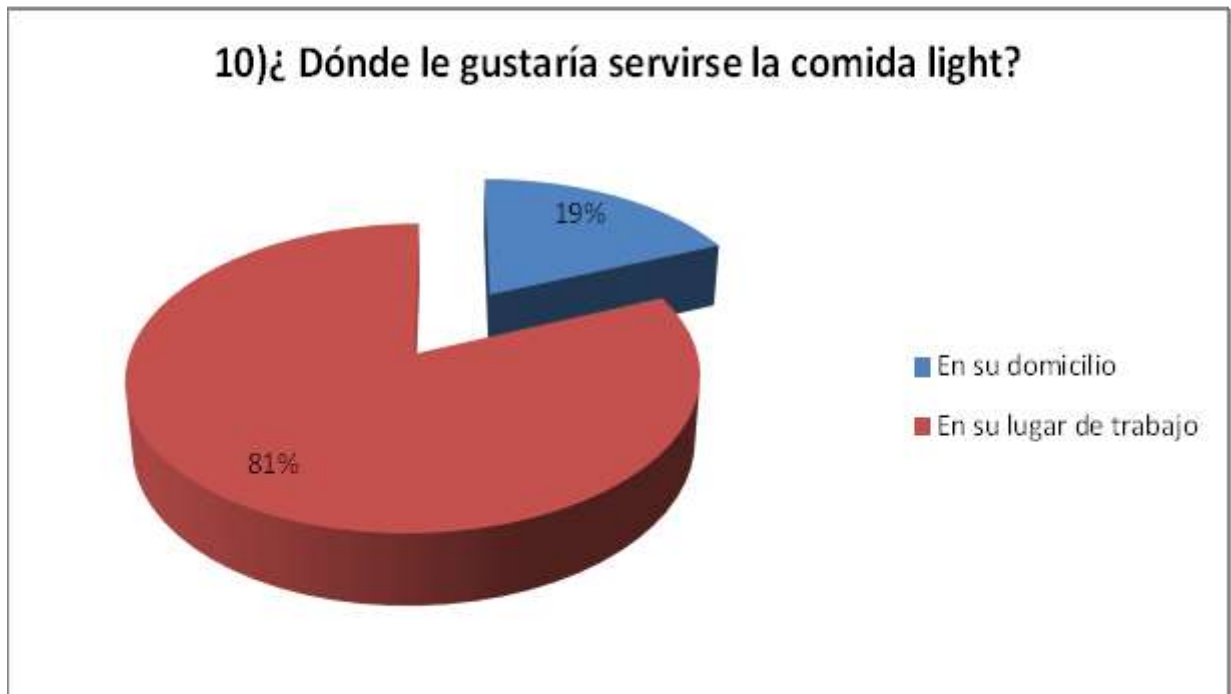
El 15,71% de los encuestados tienen ingresos mensuales entre \$175 y \$200; el 51,43% tienen ingresos entre \$201 y \$300 y el 32,86% tienen ingresos de más de \$300 mensuales

**PREGUNTA 10**

**10) ¿Dónde le gustaría servirse la comida light?**

Grafico #10

<b>10)¿ Dónde le gustaría servirse la comida light?</b>	<b>DATOS</b>	<b>%</b>
<b>En su domicilio</b>	<b>71</b>	<b>19</b>
<b>En su lugar de trabajo</b>	<b>313</b>	<b>81</b>
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



El 19 % respondió que le gustaría servirse la comida en su domicilio, mientras que el 81% respondió que le gustaría servirse la comida en su lugar de trabajo.

### **3.4.1 INFORME FINAL**

Comer constituye una de las actividades familiares y sociales más importantes. La comida resulta una fuente de gratificación y placer que, combinada con la buena nutrición, es un componente vital para la salud y la calidad de vida. Una alimentación saludable influye en el crecimiento, desarrollo y rendimiento escolar y facilita el trabajo de los adultos muy activos.

Comer sano significa comer en forma moderada, alimentos que proporcionen un equilibrio de nutrientes. Cada alimento posee uno o más de ellos, por lo tanto la variedad ayudará a obtener lo que el cuerpo necesita.

Alimentarse saludablemente no es comer de todo en abundancia, ni hacer dietas, ni privarse de algunos alimentos. Es tratar de elegir alimentos de origen vegetal, como cereales, legumbres, hortalizas y frutas, lácteos preferentemente descremados y carnes magras, como también controlar el consumo de los alimentos que contienen muchas grasas, azúcar y sal.

De acuerdo al análisis de los resultados de las encuestas, se determina que en la Ciudad de Babahoyo existe una demanda insatisfecha.

Un gran número de encuestados, consume comida light, pero no todos los días, sino de vez en cuando. Otros por su parte consumen esta clase de comida semanal, quincenal y mensualmente, por lo tanto, el objetivo principal para que este proyecto tenga el éxito deseado es informar y motivar a los potenciales clientes acerca de una buena alimentación con el objetivo de hacerlos cambiar en sus hábitos diarios al consumir alimentos



## **3.4.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **3.4.2.1 CONCLUSIONES**

Las conclusiones a las que hemos llegado luego del estudio realizado fueron:

Que de la muestra que tomamos pudimos conocer que el 23% de los encuestados dice que su comida favorita son las pastas, el 30% el arroz con menestra, el 3% la comida vegetariana, el 20% la comida chatarra, el 12% el pescado y el 12% los mariscos.

Se pudo constatar que El 44% de los encuestados considera en que elegiría comida light, el 30% comida sin grasa, el 18% comida nutritiva, el 10% comida vegetariana.

Que el 26% de los encuestados dice que prefieren la comodidad, el 47% prefieren un espacio acogedor, el 8% agilidad, el 19% prefieren la amabilidad.

También se dio a conocer que el 89% de los encuestados consideró que si le gustaría que haya un restaurant de comidas saludables que les ayuden a disminuir la obesidad, el 11% opino que no le gustaría y que con los restaurant que existen están bien.

El 44,29% de los encuestados consumen comida light diariamente; el 27,14% semanalmente; el 14,29% quincenalmente y el 14,29% restante consume comida light mensualmente.

La sexta pregunta nos dice que Al 11,43% de los encuestados consideraron que empaquen su pedido para llevar en envases plásticos; al 57,14% en

bandejas desechables cubiertas de papel aluminio y al 31,43% en cajas de cartón.

El 15,71% de los encuestados estarían dispuestos a pagar por un plato de comida light entre \$2,00 y \$2,50; el 61,43% entre \$2,50 y \$3,00 y el 22,86% más de \$3,00.

El 5,71 % de los encuestados son empresarios; el 84,29% son empleados; el 7,14% son estudiantes y el 2,86% son amas de casa.

El 15,71% de los encuestados tienen ingresos mensuales entre \$175 y \$200; el 51,43% tienen ingresos entre \$201 y \$300 y el 32,86% tienen ingresos de más de \$300 mensuales.

Y en la décima pregunta nos dice que El 19 % respondió que le gustaría servirse la comida en su domicilio, mientras que el 81% respondió que le gustaría servirse la comida en su lugar de trabajo.

Por ello concluimos que la idea principal de nuestro proyecto es poder ofrecer este tipo de servicio de comidas a través de un restaurant de comidas Light no solo para personas obesas sino para todas personas que quieren alimentarse sanamente ya que en los restaurantes de la ciudad de Babahoyo solo existe uno que ofrezca comidas sanas y nutritivas y por ende hay un descontento en la población y sobre todo en las personas que tienen sobrepeso porque no encuentran un lugar donde ellos puedan degustar alimentos altos en nutrientes y vitaminas y bajo en grasas.

### **3.5 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que para la implementación de un proyecto de factibilidad del restaurant de comidas Light se considere a toda la población en general y no solo a las personas que tienen problemas de sobrepeso y otras enfermedades y que no les permitan ingerir otro tipo de alimentos
- Con la ejecución del presente proyecto se disminuirá considerablemente el número de personas con problemas de obesidad y a la vez aumentara el número de personas que quieran salirse de la comida tradicional y chatarra y degustar alimentos sanos y nutritivos.
- Por último, podemos agregar que aplicando estrategias efectivas de marketing y de atención al cliente se podrá alcanzar mejores beneficios tanto organizacionales como de calidad, para así generar y crear una imagen de empresa corporativa

## **CAPITULO IV**

### **4. PROPUESTA DE TESIS**

CREACIÓN DEL RESTAURANT “DELI LIGHT” DE COMIDA SALUDABLE EN LA CIUDAD DE BABAHOYO.

#### **4.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

##### **4.1.1 Estudio Administrativo**

Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.<sup>1</sup>

---

3. Trabajo de ClubPlaneta

## **4.1.2 Planeación Estratégica**

La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación interna y externa de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos.<sup>2</sup>

### **4.1.2.1 MISIÓN**

Con la base de estos elementos, formulamos entonces la Misión para “DELI LIGHT”:

“Ofrecer productos alimenticios de características especiales utilizando materia prima de óptima calidad para satisfacer al cliente para conseguir una posición predominante en el mercado con una filosofía de conservación al medio ambiente, brindando estabilidad a los clientes internos y externos de la organización y generando rentabilidad a nuestros accionistas”.

---

4. C.F. López Intriago - 2009

#### 4.1.2.2 VISION.

Con la base de estos elementos, formulamos entonces la Visión para “DELI LIGHT”:

“**DELI LIGHT**”, será una empresa líder en el mercado nacional en el 2013, con proyección a entregar productos de calidad a nivel nacional, guiándose siempre por principios fundamentales como trabajo en equipo, honestidad, responsabilidad, lealtad y competitividad y calidad en todos sus procesos y actuaciones.

#### 4.1.2.3 VALORES

**Trabajo en equipo:** Basado en la confianza, comunicación y respeto, asumiendo los objetivos del equipo como propios.

**Honestidad:** Recurso esencial del recurso humano

**Responsabilidad:** Compromiso personal y laboral de tomar las decisiones correctas, para cumplir y hacer cumplir las tareas encargadas.

**Lealtad:** Fidelidad con uno mismo y con los demás en el comportamiento personal y laboral, cuidando los intereses de los clientes y la imagen de la empresa.

**Respeto al medio ambiente:** Actuar en armonía con el entorno ecológico, promoviendo la conservación de la naturaleza.

## **PRINCIPIOS**

1.- Ofrecer a los clientes productos creativos e innovadores de óptima calidad.

2.- Satisfacer al cliente tanto interno y externo.

1. Mejorar continuamente para exceder las expectativas de los clientes existentes.

---

2. 5. José Carlos Jaramillo. Dirección Estratégica. México. 2ª Edición. McGraw-Hill.

### **4.1.3 Direccionamiento Estratégico**

El direccionamiento estratégico<sup>3</sup> sirve de marco de referencia para el análisis de la situación actual de la empresa tanto internamente como frente a su entorno.

Por lo tanto, es indispensable obtener y procesar información sobre el entorno con el fin de identificar oportunidades y amenazas, así como las fortalezas y debilidades que determinan las condiciones internas de la organización.

Por lo tanto, la mejor forma de alcanzar las metas propuestas por la organización es a través del continuo análisis al interior de la empresa y del medio externo, puesto que se presentan posibles cambios que alteran la situación actual y que impiden el cumplimiento de lo planeado.

#### **4.1.3.1 Análisis FODA**

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.<sup>4</sup>

---

6. Instituto Ecuatoriano Politécnico. Secretaria Técnica



## INTERNO

<b>FORTALEZAS.</b>  a) Se concretará alianzas estratégicas para el abastecimiento de la materia prima. b) Capacidad en innovación en cuanto a los productos y servicios ofrecidos en la competencia del sector. c) Manejo de órdenes de pedido, que lleva a un sistema de control de inventarios. d) Acceso a organismos privados, con el fin de atraer a los turistas que visitan Babahoyo y/o Ecuador aprovechando la estructura con identidad totalmente ecuatoriana. e) Entregar al cliente la carta con los menús y el cronograma de las actividades que se presentarán durante el mes.	<b>DEBILIDADES.</b>  a) Productos Nuevos, etapa de introducción. b) Poca experiencia en la preparación de comidas saludables. c) La ausencia de programas postventa, no dejan conocer si se alcanzó la plena satisfacción del cliente. d) No se aprovechan las economías de escala, debido a que no es posible manejar grandes volúmenes de productos precederos con los proveedores. e) Centralización del poder y autoridad debido a que es una empresa pequeña
--	---

## EXTERNO

<b>OPORTUNIDADES.</b>  a) Demanda de este producto en el mercado local. b) Pocos competidores. c) Posibilidades de extender el negocio. d) Capacidad para adquirir préstamos con fácil acceso para pequeñas empresas. e) Poder seguir contribuyendo a bajar el índice de en el país.	<b>AMENAZAS.</b>  a) Situación actual del mercado. b) El aumento del índice delincencial en la ciudad. c) Nuevos competidores. d) El mercado financiero no ofrece tasas bajas para los préstamos de libre inversión. e) Debido a que no es una organización de bienestar social, no se tiene apoyo de ninguna entidad estatal o fundaciones.
--	--

## 4.2. Estrategias FODA

La estrategia es la dirección y el alcance de una organización, que permite conseguir ventajas, partiendo de la formulación de cómo aprovechar las fortalezas y oportunidades y como atacar las debilidades y amenazas hasta la configuración de los recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades y exigencias del mercado.

<b>FORTALEZAS</b>	
<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprovechar las ventajas actuales que el gobierno ofrece a las empresas que generan empleo, para de ésta forma conseguir el mejor talento humano para la empresa.</li> <li>▪ Seleccionar adecuadamente a las empresas que proveen los insumos, para mejorar costos y productos terminados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Buscar financiamiento para pequeñas empresas y así contrarrestar las altas tasas que ofrece el mercado financiero.</li> <li>▪ Aprovechar las reformas laborales, para motivar a los colaboradores, brindándoles beneficios que le permiten aumentar su calidad de vida y satisfacción laboral.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	
<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utilizar estrategias y planes que incentiven el trabajo en equipo, permitiendo de esta forma colaborar en diferentes áreas de la empresa, para alcanzar la plena satisfacción del cliente.</li> <li>▪ Manejar políticas de salarios, de acuerdo a lo establecido por el gobierno.</li> <li>▪ Realizar compromisos comerciales con los proveedores, que permitan a la organización tener beneficios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Brindar una excelente imagen a los clientes ya existentes y futuros clientes, con el fin de motivarlos y generar sentido de lealtad desde su inicio en la empresa. .</li> <li>▪ Constante capacitación al personal que labora en la empresa.</li> <li>▪ Crear continuamente actividades que permitan atraer y retener a los clientes que ya conocen nuestra empresa.</li> </ul>

#### **4.2.1.INTRODUCCIÓN**

En el análisis de la situación, se estudia de manera global lo que respecta al mercado y su ambiente externo e interno, ya que mediante este proceso la empresa de servicios, en este caso el Restaurante de Comida saludable, va poder establecer sus prioridades a largo plazo en relación con su servicio distribuido en el mercado. En este primer proceso se hace un estudio de que oportunidades tiene el servicio de crecer, actuar, desarrollarse o competir en el mercado, ya que explora minuciosamente su entorno, pudiendo identificar y estimar, el tamaño del mercado, así como a quienes podría ir dirigido su servicio, el tipo de personas, junto con sus fortalezas, debilidades, amenazas además de las oportunidades que tiene dentro del mercado como competidor.

También se podrá identificar las estrategias apropiadas que deberá implementar para mantenerse en el mercado de ofertantes de comidas saludable.

Luego de realizar el análisis del mercado, se establecerán sus correspondientes objetivos que servirán de guía en lo que se va a tener que llegar aplicando el plan de marketing además de programas que servirán de complemento para cada objetivo.

Posteriormente se aplicarán una serie de estrategias con el fin de considerar las decisiones de marketing y la manera como éstas pueden afectar a la demanda del proyecto, su estrategia de precios, publicidad y promociones especiales dirigidas a este segmento específico de clientes, que permiten una serie de planes que esperan alcanzar el aumento de su demanda.

Es necesario contar con un método para poder coordinar las distintas acciones, además de medir la efectividad de estos programas y sus estrategias aplicadas para este plan, donde dependerá en gran medida de lo acertado en que se ejecuten.

En conclusión, prácticamente en todas las organizaciones, el mecanismo más elemental es el plan de marketing que pueda tener una empresa, donde describa sus metas y objetivos trazados que la empresa espera alcanzar durante el(los) año(s) siguiente(s) y el presupuesto que se requiere para lograr esos objetivos.

#### **4.2.2 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA**

El presente proyecto pertenece al sector alimenticio, existiendo la necesidad de producir y comercializar este producto “Comida Light a domicilio”, con una exclusiva variedad, ya que este mercado no ha sido explotado todavía en su totalidad.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, como recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Una vez realizados los estudios para examinar la situación dentro de este ámbito sectorial, se realizará un estudio de los potenciales clientes y competidores, basándose en estos resultados se determinará las estrategias de precio y comercialización, que genere las mayores utilidades para la nueva empresa y satisfacción para los clientes.

Este proyecto tiene un alto nivel de importancia ya que promoverá al desarrollo de la actividad empresarial, generando más fuentes de trabajo en nuestro país.

## **4.3 OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Determinar un estudio de prefactibilidad de mercado, técnica, organizacional y financiera para instalar el restaurant “**DELI LIGHT**” para la producción y comercialización de comida saludable en la ciudad de Babahoyo.

### **4.3.1 Objetivos específicos**

- Identificar la demanda insatisfecha y la oferta existente en este mercado sectorial.
- Definir la infraestructura y los recursos monetarios, humanos y económicos que requiere el nuevo proyecto, y el proceso de entrega de servicio determinando la localización óptima que facilite su operación.

#### **4.3.1.1 Objetivos Financieros**

- Obtener una utilidad antes de impuestos del 35% anual, para el primer año de funcionamiento de la empresa.
- Comprar el local donde funciona el establecimiento en un plazo no mayor a cinco años, con el objetivo de convertir el gasto de arrendamiento en un activo fijo.
- Llevar un control sistemático de las cuentas por pagar, para llevar un control apropiado de los proveedores y no incidir en pagos fuera de tiempo.

### **4.3.1.2 Estrategias**

Las estrategias son la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento y desempeño.

### **4.3.1.3 Estrategias Comerciales**

- Valorar continuamente los gustos del consumidor para elaborar nuevos productos que cumplan con sus expectativas y deseos.
- Realizar publicidad de los eventos y promociones que se presentan durante el mes, en folletos y anuncios para información de los clientes reales y potenciales.
- Promocionar el establecimiento para realizar eventos sociales de pequeñas empresas o grupos específicos, por ejemplo celebración de cumpleaños.
- Adoptar diferentes modalidades de pago, como: efectivo, a crédito tarjetas débito y crédito.

### **4.3.1.4 Estrategias Financieras**

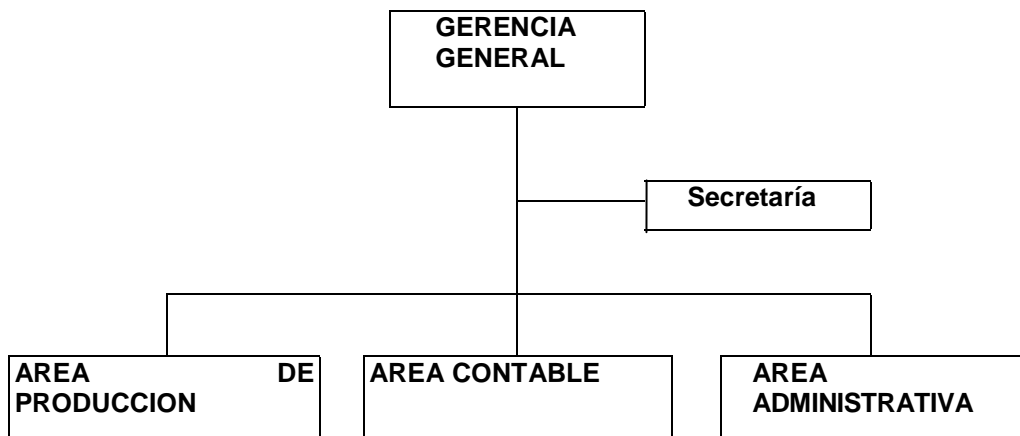
- Evaluar y minimizar perennemente los gastos sin disminuir la calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- Conservar y consolidar las relaciones financieras con los bancos, con la intención de obtener apalancamiento para lograr el desarrollo de la empresa.

- Facturar los registros contables de la empresa durante todo el ciclo de vida, con la terminación de conocer el crecimiento y el valor real de la organización en el largo plazo.
- Entregar al cliente factura elaborada por software, para ofrecerle mayor seguridad al momento de realizar el pago.
- Pedir la factura al cliente en el momento de la salida, con la intención de controlar la totalidad de los pagos, de la producción diaria en el establecimiento.

#### 4.4 ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

Su principio básico es la jerarquía, las órdenes van directamente de la Dirección a la Ejecución, todo nivel depende del inmediato superior y del cual sólo recibirá órdenes. A continuación se presenta el organigrama estructural de Deli Light.

**Gráfico 4.1: Organigrama Estructural**



**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

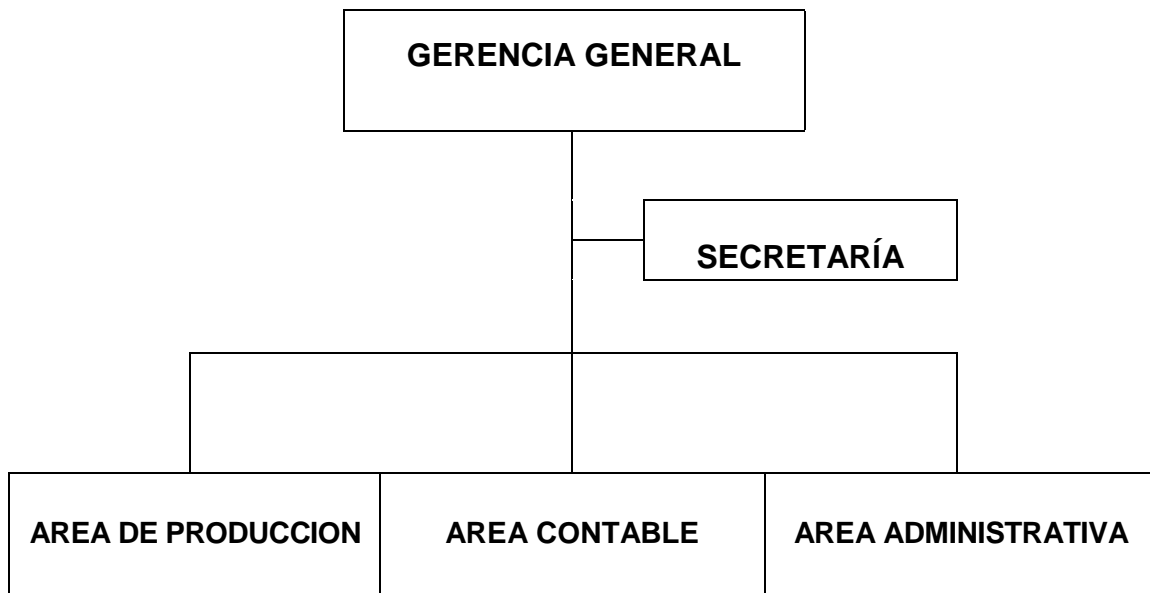


#### 4.4.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

El organigrama funcional indica las funciones que realiza cada departamento en particular.

A continuación se presenta el organigrama funcional de Deli Light.

**Grafico 4.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

#### **GERENCIA GENERAL**

La Gerencia General se encarga de controlar las diferentes áreas de la empresa, además la Gerencia se encarga de la toma de decisiones, de designar todas las posiciones gerenciales.

## **SECRETARIA**

Es el órgano encargado de dar apoyo a la gerencia general.

Apoya a la Gerencia General en las actividades administrativas de su competencia.

## **AREA DE PRODUCCION**

El área de producción, tiene como función la elaboración de productos en nuestro caso la comida. Desempeña un conjunto de actividades como la recepción, verificación, transporte y almacenaje de la materia prima, y el mantenimiento e inspección de maquinaria y equipo con el fin de ofrecer el mejor producto a los clientes.

## **AREA CONTABLE**

El Área contable de la empresa contempla todos los aspectos relacionados con la empresa, su financiación y los estados financieros tanto en lo que se refiere a los productos e instrumentos como al funcionamiento de los diferentes mercados y su regulación.

## **AREA ADMINISTRATIVA**

Como lo dice su nombre su fin es administrar o manejar de la mejor forma los recursos de una empresa. El área administrativa tiene como función principal llevar a cabo la planificación estratégica de la empresa (definir misión, visión, políticas, analizar la situación de la empresa y establecer objetivos, estrategias y técnicas para conseguir las metas).

#### **4.4.2 ESTUDIO DE MERCADO**

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

- La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.
- Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

##### **4.4.2.1 Objetivos de la Investigación de Mercado:**

- 1) Tener una noción clara de la cantidad de consumidores que adquirirán el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

- 2) Indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente, esto permitirá conocer qué tipo de clientes son los interesados en nuestro producto, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.
- 3) Dar la información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio y competir en el mercado.
- 4) Exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

#### **4.4.2.2 Definición del Producto**

Un *producto* es aquello que tiene la capacidad de: 1) atraer la atención, 2) ser ofrecido para ser adquirido y 3) ser susceptible de ser usado o consumido.

En conclusión un Producto es cualquier ofrecimiento que tenga la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo, y que para ello, pueda atraer la atención del público objetivo para ser adquirido, usado o consumido. Un producto, puede ser un bien tangible, un servicio, una idea, una persona, un evento, una experiencia, un lugar, una organización, una información o una propiedad.

“DELI LIGHT” es un concepto innovador que ofrecerá un servicio de comida saludable y balanceada a domicilio y en un lugar estable como lo es nuestro restaurant. Con que este Proyecto lo que queremos es ayudar a cambiar los hábitos alimenticios para llevar una vida más sana.

Los deliciosos menús son diseñados por una nutrióloga y elaborado por nuestro chef para obtener el equilibrio perfecto entre sabor y salud.

“DELI LIGHT” ofrece al mercado un delicioso menú gourmet el cual se compone de comida baja en grasas, con un servicio a domicilio y en nuestro restaurant.

El objetivo principal de “DELI LIGHT” es ofrecer a los clientes comida balanceada, la cual permite llevar una alimentación saludable, a través de deliciosos platillos nutritivos, que no sacrifican el sabor por la salud, ya que todos los alimentos componen a una adecuada dieta baja en grasas. Los clientes que tienen una vida agitada, estresada, que recorren largos trayectos

para llegar a sus casas podrán gozar de una dieta baja en grasas a domicilio, el cliente indicará el lugar y la hora y “DELI LIGHT” le hará llegar un distinto menú balanceado, el cual estará compuesto de comida de equivalencias. El servicio personalizado de comida balanceada es hoy en día un requisito del mercado.

Todos los pedidos a domicilio se deberán de realizar con anticipación ya que nos comprometemos hacer la entrega a la hora acordada.

La balanceada alimentación saludable, a través de platillos nutritivos a domicilio, permiten a nuestros clientes llevar una dieta balanceada, la cual como valor agregada es elaborada por nuestro chef, quien se encarga día a día un menú saludable de comida baja en grasas a través de nuestro servicio a domicilio de comida gourmet. El menú balanceado que se ofrece es ideal para diabéticos, hipertensos, obesidad, entre otras enfermedades que hoy atañen a la sociedad.

El menú saludable a domicilio, es más que una comida saludable que te permite una alimentación baja en grasas si no que son platillos balanceados diseñados de acuerdo a las necesidades de cada uno de nuestros clientes que les permitirá llevar una dieta saludable con un menú bajo en grasas distinto para cada día de la semana.

El plato principal de Deli Light serán las ensaladas con una variedad amplia que será ofrecida en el menú que se presentará al cliente a través de diversos medios como: hojas volantes o el Internet.

#### 4.4.3 LOGOTIPO

Un logotipo o logo es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse.

El logo que se elige es una parte importante para la imagen de la empresa.

El logo debe ser de ayuda para transmitir lo que se es y lo que se hace de una forma simple, imaginativa y memorable.

A continuación el logotipo de “Deli Light”:



#### 4.4.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Uno de los factores decisivos para el éxito de este proyecto, es que el producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

**Demanda Efectiva.-** Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.

**Demanda Satisfecha.-** Es aquella parte de la demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios. Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.

**Demanda Insatisfecha.-** Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

**Demanda Aparente.-** Es aquella demanda que se genera según el número de personas.



**Demanda Potencial.-** Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

**Fuentes de Información:** Para cuantificar la demanda se utilizarán dos fuentes de información:

- **Las Fuentes Secundarias** que se tomarán en cuenta para este proyecto son los libros, las estadísticas, las revistas, los medios de información y el Internet.

- **Las Fuentes Primarias** que se tomarán en cuenta para este proyecto son las Encuestas a potenciales clientes.

Además se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

Deben incluir:

- **Situación actual de la demanda.** Se debe realizar una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del bien producido, presentados en series estadísticas básicas que permitan determinar la

evolución del consumo del producto durante un período suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.

- **Indicadores de la demanda.** Se debe utilizar índices y coeficientes teóricos en base a las series estadísticas anteriores.
- **Situación futura.** Para estimarla se debe proyectar la demanda futura para el período de la vida útil del proyecto. Se debe basar en datos estadísticos conocidos.

#### **4.4.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

El análisis de la Oferta estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se debe estudiar la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

**Situación actual.** Se debe presentar y analizar datos estadísticos suficientes para caracterizar la evolución de la oferta. Para lo cual se debe seguir el siguiente esquema:

- Series estadísticas de producción.
- Cuantificación del volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.

- Un inventario crítico de los principales oferentes, señalando las condiciones en que realizan la producción las principales empresas del ramo deben señalar los siguientes aspectos:
  - a. Volumén producido.
  - b. Participación en el Mercado.
  - c. Capacidad instalada y utilizada.
  - d. Capacidad técnica y administrativa.
  - e. Localización con respecto al área de consume.
  - f. Precios estructura de costos.
  - g. Calidad y presentación del producto.
  - h. Sistemas de Comercialización, crédito, red de distribución.
  - i. Publicidad, asistencia al cliente.

**Situación futura.** La evolución previsible de la oferta, formulando hipótesis sobre los factores que influirán sobre la participación del producto en la oferta futura. Se deben destacar:

- f) Las posibilidades de incremento en el grado de utilización de la capacidad ociosa de los productores actuales.
- g) Existencia de planes y proyectos de ampliación de la capacidad instalada por parte de los productores actuales.

#### **4.4.4.1 ANÁLISIS DE PRECIOS**

Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

Existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado, se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno.
- Precios fijados por el gobierno.
- Precio estimado en función del costo de producción.
- Precio estimado en función de la demanda.

En la fijación del precio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Para este proyecto se consideraron dos modalidades: el precio estimado en función del costo de producción y el precio aceptado en la encuesta realizada.

Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

El precio del producto variará de acuerdo a los ingredientes utilizados, es decir de acuerdo a los diferentes platos presentados en el menú, estos variarán entre \$2,50 y \$3,00.

#### **4.4.4.2 COMERCIALIZACIÓN (MARKETING)**

Un canal de mercadotecnia (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Los productores se mueven a través de los canales de mercadotecnia por medio de la distribución física.

Los productos fabricados por la empresa se van a vender a nivel de consumidores finales.

Para este proyecto se va a utilizar publicidad, para la promoción del producto, empaques, servicio al cliente, entrega a domicilio y otros costos que se ocasionan en la entrega del producto.

**Estrategia de venta:** Lograr posicionamiento del nuevo producto, utilizando promociones en el punto de venta informando a los potenciales clientes a través de volantes y publicidad en el Internet o periódico local.

El principal beneficio que se busca con las promociones en el punto de venta (POP) es generar mayores ventas de las que se obtienen en periodos

regulares, para atraer la atención de los clientes y despertarles el interés por ingresar al local y de un excelente servicio por parte de los vendedores para persuadirlos a realizar la compra.

A continuación se presenta una lista de las principales ayudas de venta que se aplicaría para estructurar una exitosa campaña de promoción de ventas.

**Artículos promocionales.-** Son artículos útiles y de bajo costo para entregar a los clientes en épocas específicas (aniversario, ferias, etc.), asegurándose que resalte en ellos el nombre de la empresa, dirección, teléfono y correo-e.

**Cupones.-** Estos pequeños certificados impresos ayudan a incrementar el tráfico en los POP, distribuyéndolos a través de periódicos, revistas de la localidad o volantes entregados en mano o enviados por correo. Es recomendable, incluso, admitir los cupones que emiten los competidores, igualando sus ofertas e incluso mejorándolas. Los cupones más populares son aquellos que ofrecen porcentajes de descuento en determinados productos de entre el 10% y el 15% por ciento con respecto al precio regular de venta al público.

#### **4.4.4.3 Tamaño físico del proyecto**

El factor determinante para decidir el tamaño físico del proyecto es la demanda, ya que es importante para este proyecto, pues existen un sinnúmero de características imperantes como el gusto o la acogida por los

diferentes platos propuestos, los cuales al ser mezcla de materia primas diferentes e ingredientes especiales, puede que no gusten a un número significativo del mercado al cual se pretende entregar el producto, generando que la demanda no sea la esperada y que no cumpla con las expectativas de utilidad y rentabilidad esperadas.

Además las instalaciones se pueden aumentar paulatinamente, en función del tamaño de la demanda.

A través del estudio de mercado se podrá definir los gustos y preferencias de los consumidores potenciales.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, se pudo observar que si existe demanda del producto, ya que debido al consumo de comida chatarra o platos tradicionales como por ejemplo el hornado, las personas están descuidando la salud, por lo tanto, el producto que se va a ofrecer en el mercado va a tener una buena acogida.

### **Factores determinantes del Proyecto**

Los factores determinantes de cualquier proyecto, son: el mercado, la disponibilidad de recursos financieros, de mano de obra, las economías de escala, la disponibilidad de tecnología y la disponibilidad de insumos y materia prima.

#### **4.4.4.4 El Mercado**

En la actualidad si no es por tiempo es por dinero— pocos son los que comen razonablemente desde el punto de vista nutricional durante los días hábiles. Así que ese fenómeno de la modernidad que se conoce como caos citadino, potenció el negocio de la comida light la cual resulta una verdadera alternativa para quienes no tenían otra opción que comer un envejecido sándwich preparado desde la madrugada, o peor aún, el bisté con arroz y ensalada, todo revuelto y recalentado.

En virtud de las ventajas que ofrecen, no es de extrañar que las opciones light estén por doquier. Sin embargo, es válido hacer un balance del tipo de comida que se consume a diario para intentar llevar una "dieta" lo más equilibrada posible.

El problema no es la comida light, sino la preferencia del público hacia la comida rápida, pues la misma premura que impide ir a casa a comer, prescribe que una hamburguesa o un perro caliente con todos los acompañantes que hacen el "combo", sean el sustituto de un almuerzo. Y lo grave es que la gente se acostumbra a comer de esa forma todos los días.

Es importante tomar un buen desayuno, una de las comidas más desdeñadas del día—, pues se trata del motor para arrancar bien el día. Igualmente, la clave para lograr una alimentación balanceada bajo las directrices de lo light está en la escogencia de las opciones más sanas que



se encuentren disponibles y dar preferencia (de esta manera) a aquellos platillos que contengan fibra y carbohidratos, evitar grasas agregadas (frituras) y estimar los vegetales y ensaladas como contornos.

Se debe recordar que a la larga la salud es la que pasa factura, además, cuando no se hace una correcta pausa para almorzar, no se corta el estrés de las actividades laborales, lo que unido a los excesos de grasa, sal y azúcar que suelen ser la base de las comidas rápidas, la falta de ejercicio físico, alta ingesta de café y cigarrillo, propician problemas cardíacos, gastrointestinales, sobrepeso, hipertensión, así como altos índices de triglicéridos y colesterol.

Nuestro producto es la solución ideal para aquellas personas que desean cuidar su peso actual o simplemente, desean recibir una alimentación sana y natural, baja en calorías y rica en proteínas.

Los desayunos serán en base a frutas crudas o cocidas con endulzantes permitidos y especias. La fruta se acompaña de una rebanada de pan integral, té, anís o manzanilla con su respectiva porción de endulzante cero calorías.



Imagen de frutas, verduras y hortalizas que se pueden utilizar para preparar los desayunos.

Los almuerzos y cenas estarán compuestos de una porción de cárnico (pollo, camarones, carne de res, pescado) acompañados de una variedad de ensaladas.



Imagen de verduras y hortalizas que se pueden utilizar para preparar los almuerzos.

Algunos días, los almuerzos o cenas pueden ser una variedad de frutas o de quesos. Las cenas son distintas a los almuerzos.

Este proyecto busca lograr un equilibrio entre los requerimientos nutricionales y la inmediatez que exige el consumidor. Ante todo, el mayor énfasis está en la selección de productos de calidad, ya que todos deben ser frescos y de primera, pues éstos son –en definitiva– la base de una dieta saludable. Claro que parte de este punto es muy importante el método de preparación, que intenta ser lo más parecido a un estilo casero, sin excesos de condimentos ni grasas.

Es muy importante ofrecer al consumidor la mayor cantidad de combinaciones para que así cada quien pueda estructurar su menú lo mejor y más adecuadamente posible.

Por lo tanto, es necesario determinar la cantidad de producto que la empresa está en posibilidad de entregar para atender las necesidades existentes de los potenciales clientes, a un precio competitivo existente en el mercado.

## **MARCO JURÍDICO**

Toda empresa o sociedad mercantil, es un grupo de individuos que persiguen fines lucrativos y a quienes la ley los reconoce y los protege, esto es conocido como Personalidad Jurídica.

### **Clasificación de las Sociedades**

- ✓ Sociedad en nombre colectivo.
- ✓ Sociedad en comandita simple.
- ✓ Sociedad de responsabilidad limitada.
- ✓ Sociedad anónima.
- ✓ Sociedad en comandita por acciones.
- ✓ Sociedad cooperativa.

#### **4.4.4.5 Disponibilidad de Recursos Financieros**

Para este proyecto se tiene estimado \$9.000, los cuales se pueden conseguir mediante dos opciones: un crédito otorgado por entidades financieras del país o micro créditos otorgados por la Corporación Financiera Nacional, al cual se puede acceder cumpliendo todos los requerimientos solicitados.

La fuente de financiamiento más adecuado para este tipo de proyecto, por la mínima inversión que requiere se la conseguirá a través de Cooperativas de Ahorro y Crédito que entregan el capital a un interés entre el 14% y 16%.

#### **4.4.5. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Este es el primer paso en el estudio técnico ya que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, pues se debe equilibrar costos de transporte, en materia prima, distribución, oportunidad de negocios, costos de arrendamiento o de inversión en inmuebles, zonificación, uso de suelo, entre otros.

**La Macrolocalización.** Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región. Este proyecto se ubicará en la provincia de Los Ríos, en el cantón Babahoyo en pleno centro de la ciudad

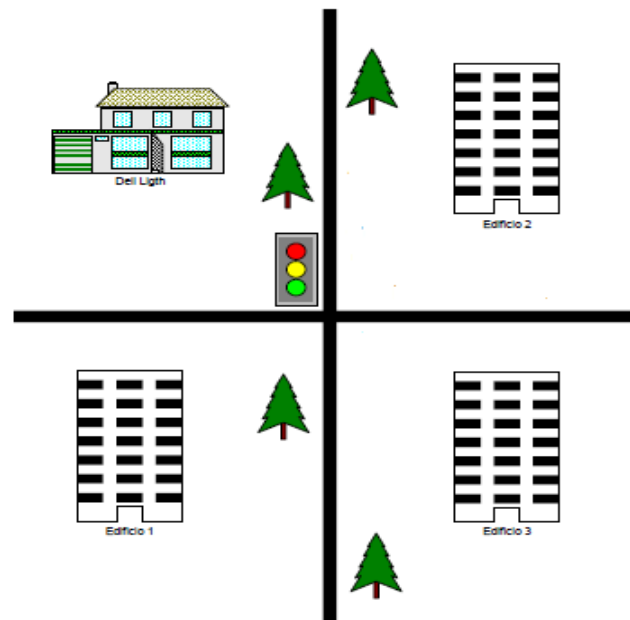
Las variables más importantes para determinar la macro localización son las amplias coberturas de servicios públicos variedad de establecimientos comerciales, corta distancia de varias Instituciones y localidades.

**La Microlocalización.** Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

El restaurant Deli Light estará ubicado en las calles General Barona y Martín Icaza (esquina),

La infraestructura del Restaurante de comidas Saludables Deli Light se ubicara en el sector de la avenida General Barona y Martin Icaza, otro aspecto importante es la seguridad del sector, debido a que está rodeada de conjuntos que cuentan con vigilancia y esto hace que no solo los clientes, sino empleados y propietarios se sientan tranquilos en este lugar.

Grafico 4.3 Plano de Microlocalización



## **Disponibilidad de Tecnología**

La tecnología a utilizarse en el local es básica, ya que por la naturaleza del negocio, es necesario contar con el equipo adecuado que permita cumplir con los estándares de rapidez. Es muy importante que estos equipos sean industriales ya que poseen mayor vida útil que cualquier otro implemento estándar.

**Congelador.** Uno deberá estar ubicado en el local y mantener las porciones para las ventas mínimas y el otro en el lugar donde se realizará el “Mise en Place” o la ejecución debiendo tener una mayor capacidad de almacenamiento ya que en él se conservará la mayor parte del stock.

**Cocina con 6 quemadores y una plancha.** Para que la elaboración de los platillos sea rápida y se cumplan los tiempos estimados de cocción.

**Juguera Industrial.** Permitirá abastecer la demanda diaria.

**Microondas.** Será utilizado para descongelar y calentar las combinaciones que van en los platos.

### **4.4.5.1 Selección de la Maquinaria y Equipos**

Se utilizarán equipos industriales ya que estos tienen mayor vida útil frente a cualquier otro equipo estándar del mercado, logrando así mayor eficiencia.

La maquinaria necesaria será adquirida en un Comercial de Equipamiento o empresa dedicada a la comercialización de equipos industriales de alta

calidad y que cuentan con tecnología de punta. Esta maquinaria trabaja de manera eficaz, ya que su consumo de energía eléctrica es más bajo.

La decisión se basó en que fue la mejor propuesta recibida en cuanto a calidad y precios.

Para este nuevo proyecto se utilizará los siguientes elementos:

### **Maquinarias y Equipos**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>
1	CONGELADOR/REFRIGERADOR
1	COCINA INDUSTRIAL CON HORNO
1	JUGUERA
1	BALANZA
1	BATIDORA
1	LICUADORA
1	MICROONDAS
1	UTENSILIOS
	<b>TOTAL</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

### **Activo fijo de Administración**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>
1	COMPUTADORA
1	IMPRESORA
1	FAX / TELEFONO
2	TELEFONOS
1	ESCRITORIO PARA GERENTE
1	SILLA EJECUTIVA
1	ESCRITORIO SECRETARIA
2	SILLAS
1	ARCHIVADOR
	<b>TOTAL</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### **4.4.5.2 Disponibilidad de Mano de Obra Capacitada**

En un país en donde los activos productivos como la tierra y el crédito están mal distribuidos, la fuerza de trabajo es el único activo real que tienen las personas para incluirse productivamente y superar la pobreza.

En el Ecuador, dada la “flexibilización” del marco jurídico laboral que rige desde la década del noventa, el desarrollo de las relaciones de trabajo ha sido volátil y muy correlacionado a la dinámica errática y altamente vulnerable de la economía ecuatoriana. La evolución de los principales indicadores del mercado laboral ecuatoriano para el área urbana muestra que la tasa de desempleo creció durante la década del noventa, llegando hasta el 14,42% en 1999. A marzo de 2007 el desempleo en el área urbana se ubica en el 10,28%, de la población económicamente activa, esto quiere decir que alrededor de 470.000 ecuatorianos se encuentran en la desocupación. El personal necesario en la operación de la planta se clasifica en:

**4.4.5.3 Mano de obra directa:** Es el personal que interviene directamente en la transformación de la materia prima a productos.

**Personal de administración:** Es aquel que se dedica a la administración de la planta.

**Personal de venta:** Es aquel que se dedica a la venta y comercialización del producto final.



De acuerdo a los estudios realizados en nuestro país existe un alto porcentaje de desempleo, razón por la cual no será problema reclutar y contratar el personal necesario para los diferentes cargos de la empresa.

Para la operación de este proyecto, el número de personas necesarias debe calcularse con base en la producción demandada.

Para la entrega del servicio se va a requerir de mano de obra capacitada para los departamentos administrativo y operativo, a continuación el siguiente

**Mano de Obra Directa**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1	JEFE DE PRODUCCIÓN
1	COCINERO
1	DECIMO TERCER SUELDO
1	DECIMO CUARTO SUELDO
1	APORTE PERSONAL IESS
	<b>TOTAL</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Personal Administrativo**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1	GERENTE GENERAL
1	CONTADOR (HONORARIOS)
1	MENSAJERO/COBRADOR
1	SECRETARIA
1	DECIMO TERCER SUELDO
1	DECIMO CUARTO SUELDO
1	APORTE PERSONAL IESS
	<b>TOTAL</b>

**Elaborado por: Tamayo – Guerrero**

#### **4.4.6 Disponibilidad de Insumos y Materia Prima**

Debe tomarse muy en cuenta la disponibilidad de insumos y materiales, la regularidad en el abastecimiento de la materia prima, la perecibilidad, el costo y lo más importante la calidad.

##### **4.4.6.1 Materia Prima a utilizarse**

Deli Light manejará una variedad extensa de verduras y hortalizas que son la base de preparación de los platos del menú. Su stock comprenderá de: Lechuga, brócoli, coliflor, tomate, zanahoria, cebollas, pepinillos, berenjena, col, alverjas, choclo, espárragos, champiñones, espinaca, acelga, apio, entre otros.

De igual forma las proteínas constituyen insumos importantes para los menús: pollo (pechugas), pavo (pechugas), carne (lomo fino / roastbeef / soya), pescado (Trucha, picudo y Salmón), atún.

Los lácteos serán productos bajos en calorías y grasas: yogurt Dietético (Chivería) y quesos Mozzarella: Ricota / Light

Estos insumos y materia prima se encuentran fácilmente en el mercado.

#### 4.4.6.2. Proveedores de Materia Prima

Los proveedores de la materia prima a utilizarse son diversos: Supermaxi, Mi Comisariato, Nestlé Ecuador y el mercado mayorista para frutas y legumbres.

#### Materiales de Limpieza

UNID.	MATERIALES
3	MANDIL DE CHEF
10	GORRA
10	MASCARILLA
5	GUANTES
1	DETERGENTE INDUSTRIAL
2	ESCOBA
2	TRAPEADOR
5	LIMPIONES

**Elaborado por: Tamayo – Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

La siguiente materia prima está calculada para preparar 1200 bandejas mensuales.

#### Envases

CANT.	DETALLE
1.200	BANDEJAS DE ALUMINIO
1.200	PLASTICO PARA ALIMENTOS

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

### **Materia prima**

<b>CANT. REQ. EN KG/LT.</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>
20	CARNE DE RES
30	POLLO
40	PESCADO
25	PAVO
100	VERDURAS
100	HORTALIZAS
200	CHAMPIÑONES
50	FRUTAS
10	LECHE (LT)
5	QUESO
20	HUEVOS
1	CONDIMENTOS
5	AZUCAR
1	SAL

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### **4.4.7 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

El objetivo de esta parte del estudio técnico es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, esto es, desde insumos suministros, procesos, maquinaria, incluye desde la distribución de la planta hasta la estructura organizacional, diseño, productos, subproductos, residuos y la forma ecológica de deshacerse de ellos.

Cuando se usa el término distribución en planta, se alude a veces la disposición física ya existente, otras veces a una distribución proyectada frecuentemente al área de estudio ó de trabajo.

Es importante, conocer profundamente el desarrollo tecnológico, la industria del producto que contiene la descripción comercial del mercado, y los materiales del producto en estudio, la estructura del proceso en la que se desarrollarán maquinaria, equipo y herramientas, las áreas de producción, puestos de trabajo, ruta de producción, continuando con las consideraciones de seguridad e higiene ocupacional que tendrá la planta y la parte fundamental del cálculo el espacio físico de la planta, dentro del cual se encuentran todas las áreas involucradas en el proceso de producción así como administrativo, considerando la expansión de la misma en el futuro.

Por distribución en planta se entiende: “La ordenación física de los elementos industriales, la cual incluye, tanto los espacios necesarios para el movimiento de materiales, almacenamiento, trabajadores indirectos y todas las otras actividades o servicios, así como el equipo de trabajo y el personal de taller “.

El objetivo primordial que persigue la distribución en planta es hallar una ordenación de las áreas de trabajo y del equipo, que sea la más económica para el trabajo, al mismo tiempo que la más segura y satisfactoria para los empleados.

Además para ésta se tienen los siguientes objetivos.

- Reducción del riesgo para la salud y aumento de la seguridad de los trabajadores
- Elevación de la moral y satisfacción del obrero.
- Incremento de la producción
- Disminución en los retrasos de la producción.
- Ahorro de área ocupada.
- Reducción del material en proceso.
- Acortamiento del tiempo de fabricación
- Disminución de la congestión o confusión
- Mayor facilidad de ajuste a los cambios de condiciones.

La distribución en planta tiene dos intereses claros que son:

**Interés Económico:** con el que persigue aumentar la producción, reducir los costos, satisfacer al cliente mejorando el servicio y mejorar el funcionamiento de las empresas.

**Interés Social:** Con el que persigue darle seguridad al trabajador y satisfacer al cliente.

#### **4.4.7.1 PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA**

Una buena distribución en planta debe cumplir con seis principios, los que se listan a continuación:

- 1) Principio de la Integración de conjunto. La mejor distribución es la que integra las actividades auxiliares, así como cualquier otro factor, de modo que resulte el compromiso mejor entre todas las partes.
- 2) Principio de la mínima distancia recorrida a igual de condiciones, es siempre mejor la distribución que permite que la distancia a recorrer por el material entre operaciones sea más corta.
- 3) Principio de la circulación o flujo de materiales. En igualdad de condiciones, es mejor aquella distribución o proceso que este en el mismo orden a secuencia en que se transforma, tratan o montan los materiales.
- 4) Principio de espacio cúbico. La economía se obtiene utilizando de un modo efectivo todo el espacio disponible, tanto vertical como horizontal.
- 5) Principio de la satisfacción y de la seguridad. A igual de condiciones, será siempre más efectiva la distribución que haga el trabajo más satisfactorio y seguro para los productores.
- 6) Principio de la flexibilidad. A igual de condiciones, siempre será más efectiva la distribución que pueda ser ajustada o reordenada con menos

costo o inconvenientes.

Los tipos de distribución de la planta son tres:

- 1) Distribución por posición fija. Se trata de una distribución en la que el material o el componente permanecen en lugar fijo. Todas las herramientas, maquinaria, hombres y otras piezas del material concurren a ella.
- 2) Distribución por proceso o por fusión. En ella todas las operaciones del mismo proceso están agrupadas.
- 3) Distribución por producción en cadena. En línea o por producto. En esta, producto o tipo de producto se realiza en un área, pero al contrario de la distribución fija el material está en movimiento.

#### **4.4.7.2 Ventajas de distribución por proceso:**

- Reduce el manejo del material.
- Disminuye la cantidad del material en proceso.
- Se da un uso más efectivo de la mano de obra.
- Existe mayor facilidad de control.
- Reduce la congestión y el área de suelo ocupado.



#### 4.4.7.3 DETERMINACIÓN DEL MANEJO DE MATERIALES

La distribución en planta y el manejo de materiales se relacionan directamente, ya que un breve diseño de la distribución reduce al mínimo la distancia de transporte de materia prima.

Desde la perspectiva de la ingeniería, el manejo de materiales se define como el arte y la ciencia que se aplican al traslado, embalajes y almacenamiento de sustancias en cualesquier de sus formas, tales como: líquidos, sólidos a granel, piezas, paquetes, unidades de carga, contenedores, vehículos y naves.

En una empresa en general, el criterio fundamental para evaluar el manejo de materiales es la reducción de los costos de producción.

**Almacenamiento.-** Se debe hacer provisiones para acumular los productos en distintos lugares, mientras espera que ellos se vendan. Se necesita realizar una función de almacenamiento puesto que los ciclos de producción y consumo difícilmente coinciden. La función de almacenamiento supera la discrepancia en cuanto se refiere al tiempo y las cantidades deseadas.

Se debe determinar el número suficiente de locales de almacenamiento que debe mantener, con el fin de que la entrega de los bienes a los consumidores se realice rápidamente.

**Transporte.-** La selección del transportador de la compañía afectará el costo de la producción. Para transportar los productos desde las plantas a sus bodegas o desde las bodegas a los distribuidores, la compañía puede seleccionar motocicletas o pequeños furgones para la entrega del producto a los consumidores.

#### **4.5 PLANEAMIENTO DE ESPACIO A CONSIDERAR EN EL PLAN DISPONIBLE**

Para planear el espacio necesario de la planta, se deben tomar en cuenta los valores obtenidos en los cálculos de actividades o áreas consideradas para la planta.

Para la planeación de espacios se deben considerar dos factores, siendo el primero la circulación para los que se establece un 20% y el segundo factor que es la flexibilidad considerándose para este un 50%.

##### **4.5.1 CARTA DE ACTIVIDADES RELACIONADAS**

Es una técnica ideal para planear la relación entre cualquier grupo de actividades mencionadas es útil como en los siguientes casos:

1. Localización relativa de centros de trabajo o departamentos en una oficina.
2. Localización de actividades en una empresa de servicios.

3. Localización de mantenimiento u operaciones de reparación en un centro de trabajo.
4. Muestra cada actividad relacionada con otra.

#### **4.5.2 DIAGRAMA DE ASIGNACION DE AREAS**

Con la asignación de áreas, se tiene la manera definitiva de cómo quedará distribuida la planta.

**Análisis de Interrelación entre Actividades.-** En los casos en que el flujo de los materiales se considera el factor más importante para el diseño de distribución de la planta, las demás actividades o áreas se distribuyen alrededor del flujo.

Esta no es la mejor manera de diseñar una distribución de planta, como regla general, por las siguientes razones:

1. Los servicios soporte deben integrarse con el flujo de manera organizada.
2. En varias industrias el flujo de materiales es casi irrelevante.
3. Para desarrollar una buena distribución se requiere de una manera sistemática de interrelacionar actividades de servicio o integrar servicios de soporte con el flujo de materiales.

Se busca hallar una ordenación de las áreas de trabajo y el equipo, que sea la más económica para el trabajo, al mismo tiempo que la más segura y

satisfactoria para los empleados. Las ventajas de una buena distribución en planta se traducen en reducción del costo de fabricación, como resultado de los siguientes puntos:

- Reducción del riesgo para la salud y aumento de la seguridad de los trabajadores.
- Elevación de la moral y la satisfacción del obrero.
- Incremento de la producción.
- Disminución de los retrasos en la producción.
- Ahorro de área ocupada.
- Reducción del manejo de materiales.
- Una mayor utilización de la maquinaria, de la mano de obra y de los servicios.
- Reducción del material en proceso.
- Acortamiento del tiempo de fabricación.
- Reducción del trabajo administrativo, del trabajo indirecto en general.
- Logro de una supervisión más fácil y mejor.
- Disminución de la congestión y confusión.
- Disminución del riesgo para el material o su calidad.
- Mayor facilidad de ajuste a los cambios de condiciones.
- Otras ventajas diversas.

Los objetivos básicos que ha de conseguir una buena distribución en planta son:

**A. Unidad.-** Alcanzar la integración de todos los elementos o factores implicados en la unidad productiva, para que se funcione como una unidad de objetivos.

**B. Circulación mínima.-** Procurar que los recorridos efectuados por los materiales y hombres, de operación a operación y entre departamentos sean óptimos lo cual requiere economía de movimientos, de equipos, de espacio.

**C. Seguridad.-** Garantizar la seguridad, satisfacción y comodidad del personal, consiguiéndose así una disminución en el índice de accidentes y una mejora en el ambiente de trabajo.

**D. Flexibilidad.-** La distribución en planta necesitará, con mayor o menor frecuencia adaptarse a los cambios en las circunstancias bajo las que se realizan las operaciones, las que hace aconsejable la adopción de distribuciones flexibles

#### **4.5.2.1 Criterios para la distribución de la Planta**

**Funcionalidad:** Que las cosas queden donde se puedan trabajar efectivamente.

**Económico:** Ahorro en distancias recorridas y utilización plena del espacio.

**Flujo:** Permitir que los procesos se den continuamente y sin tropiezos.

**Comodidad:** Cree espacios suficientes para el bienestar de los trabajadores y el traslado de los materiales.

**Iluminación:** No descuide este elemento dependiendo de la labor específica.

**Aireación:** En procesos que demanden una corriente de aire, ya que comprometen el uso de gases o altas temperaturas, entre otras.

**Accesos libres:** Permita el tráfico sin tropiezos.

**Flexibilidad:** Prevea cambios futuros en la producción que demanden un nuevo ordenamiento de la planta.

#### **4.5.2.2 Métodos de distribución de una Planta**

Realmente existe multitud de métodos, sin embargo por practicidad los clasificaremos en métodos cuantitativos y métodos cualitativos.

Los Métodos Cuantitativos: Estos consideran la medición de los procesos y las distancias, es decir que minimizan el costo de transporte de un proceso a otro.

Los Métodos Cualitativos: En estos se busca darle importancia a los gustos o deseos subjetivos de que un departamento quede cerca o lejos de otro. En otras palabras en este tipo de ordenamiento los criterios que prevalecen son la comodidad o los accesos para la atención al cliente.

### 4.5.3 Tipos De Distribución

Ya que se ha definido las ventajas, los criterios y los métodos de distribución se debe concretar el modelo con los tipos de distribución.

Estos hacen referencia a la práctica en sí de cómo ordenar una planta de trabajo.

**1. Distribución por Posición Fija O por Producto Estático:** En este caso lo más obvio es que el producto que vamos a fabricar no puede ser movido, ya sea por su tamaño o porque simplemente debe ser hecho en ese sitio.

**2. Distribución por Proceso:** Las máquinas y servicios son agrupados de acuerdo las características de cada uno, es decir que si organiza su producción por proceso debe diferenciar claramente los pasos a los que somete su materia prima para dejar el producto terminado.

Primero cuando la selecciona, segundo cuando la lava, tercero donde se corta y cuarto donde se prepara. Se puede diferenciar muy claramente cuantos pasos y/o procesos tiene la operación. Así mismo deberá haber estaciones de trabajo para cada uno.

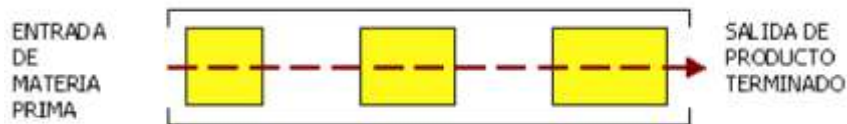
**3. Distribución por Producto:** Esta es la llamada línea de producción en cadena ó serie. En esta, los accesorios, máquinas, servicios auxiliares, entre otros. Son ubicados continuamente de tal modo que los procesos sean consecuencia del inmediatamente anterior.

Mucho se ha hablado del flujo de las mercancías, de los operarios de los clientes, veamos a continuación los sistemas de flujo.

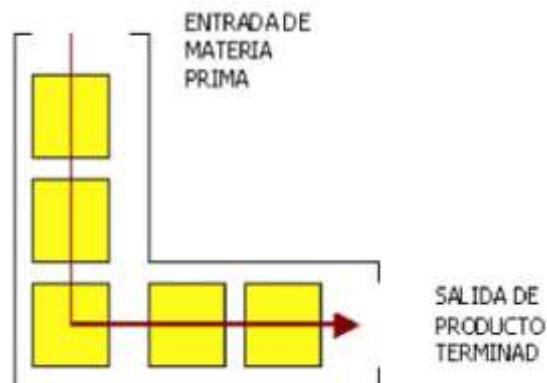
#### 4.5.3.1 Sistemas de Flujo

Estos tratan la circulación dependiendo de la forma física del local, planta o taller con el que se cuenta.

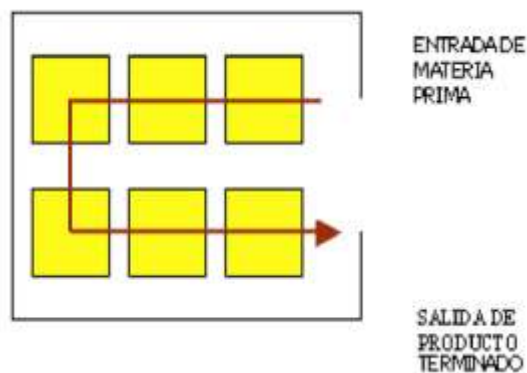
##### a) Flujo En Línea



##### b) Flujo En ELE:

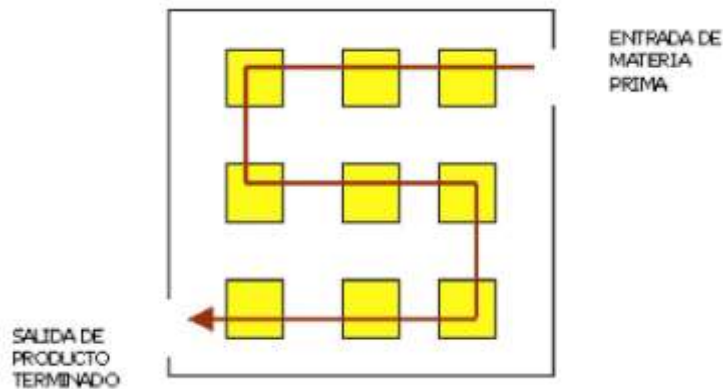


##### c) Flujo En U:





### c) Flujo En S:



Todos estos esfuerzos son en vano si no se corrigen los problemas de orden general. Más allá de las técnicas de distribución se debe saber mantener un orden. La mejor forma de aplicar estos conceptos y moldearlos a las necesidades es teniendo en cuenta que "Debe haber un lugar para cada cosa y que cada cosa esté en su lugar".

Para este proyecto, se va a utilizar el flujo en ELE.

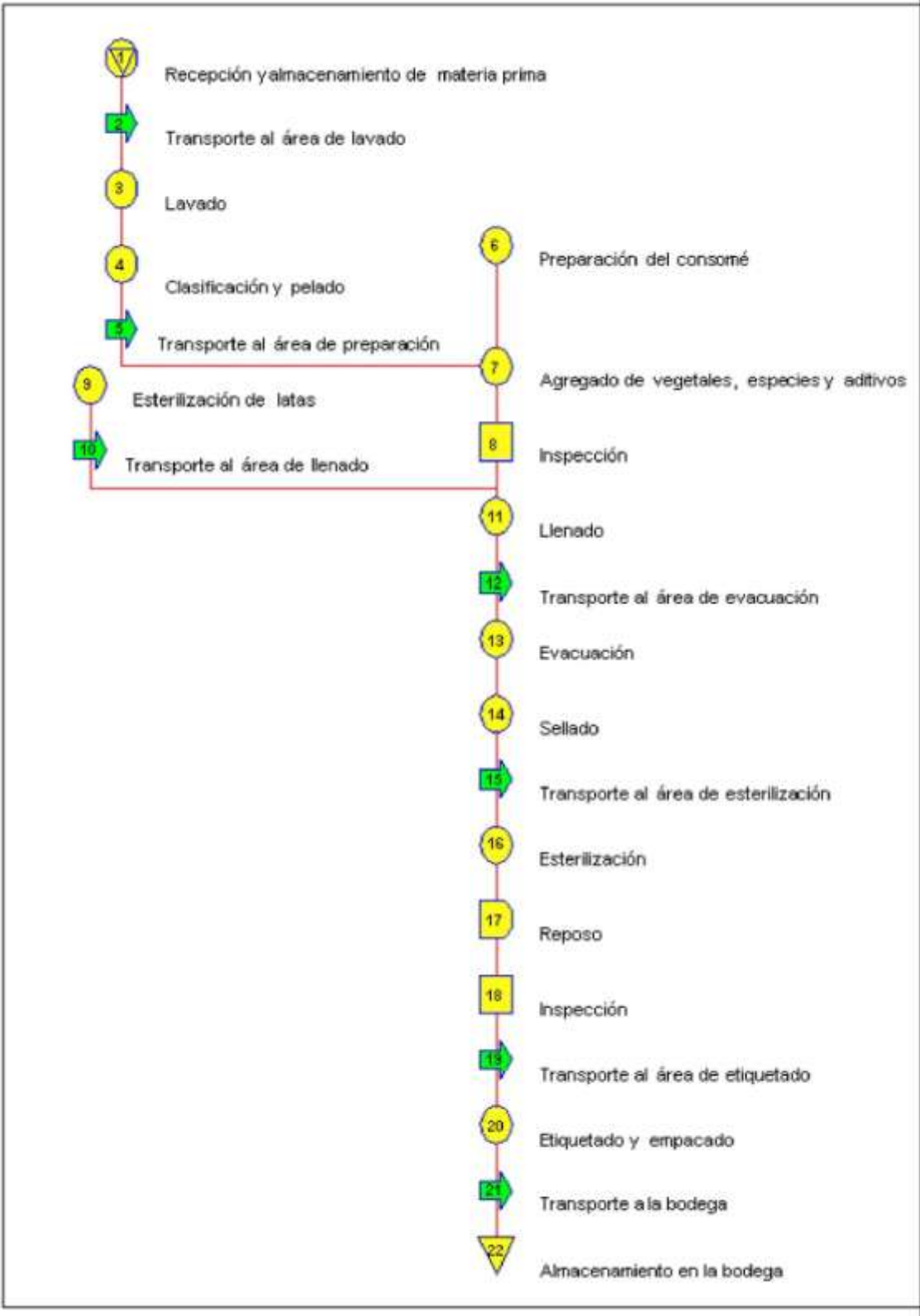
#### 4.5.4 PROCESO PRODUCTIVO

A continuación se presenta una explicación del proceso productivo a nivel microempresa/artesanal:

1. Recepción y almacenamiento de materia prima.
2. Transporte de los vegetales al área de lavado.
3. Los vegetales son lavados sumergiéndolos en agua caliente, con desinfectantes.
4. Los vegetales que cumplan con la calidad estipulada, son pelados manualmente.
5. Transporte al área de preparación.

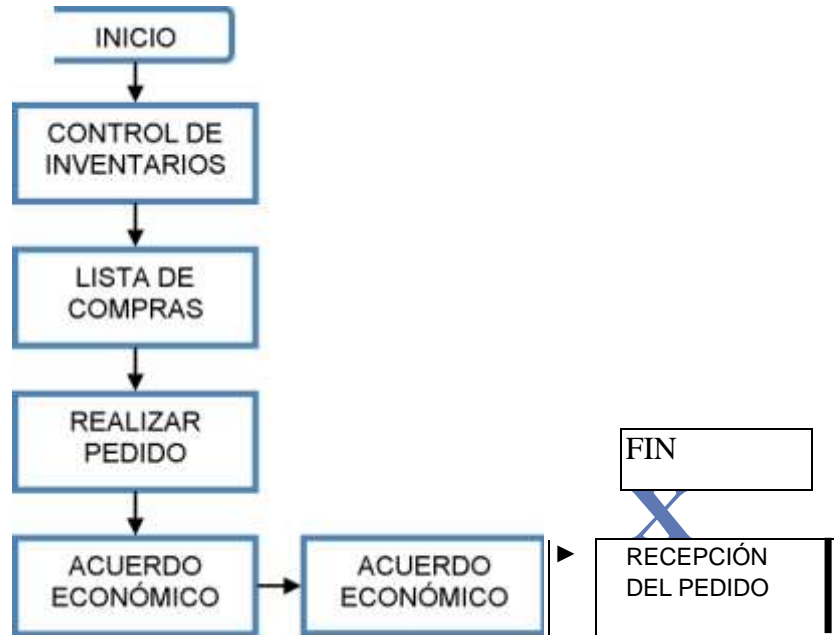
6. Preparado de las diferentes bandejas.
7. En esta etapa se agregan los vegetales y las especias (sal y pimienta) y posteriormente los aditivos.
8. Inspección del color, sabor y olor del producto.
9. Antes de ser llenadas las bandejas, pasan por un proceso de esterilizado o hirviéndolas.
10. Las bandejas son transportadas al área de llenado.
11. Las bandejas se llenan manualmente, con el producto, teniendo en cuenta que el llenado sea uniforme y dejando de 0.65 - 1.5 cm. de espacio de cabeza.
12. Transporte del producto al área de evacuación.
13. Inmediatamente las bandejas después son selladas.
14. Transporte al área de esterilizado.
15. Las bandejas ya selladas, se esterilizan con ayuda de autoclave.
16. El producto se deja en reposo para que su temperatura baje a la ambiente. También se puede enfriar con agua.
17. Se inspecciona que las bandejas no tengan la tapa abombada o presenten fugas.
18. Transporte al área de etiquetado.
19. En esta etapa la bandeja es etiquetada.
20. Transporte del producto a la bodega, donde está lista para su distribución.

Grafico 4.4 Flujo del proceso de producción

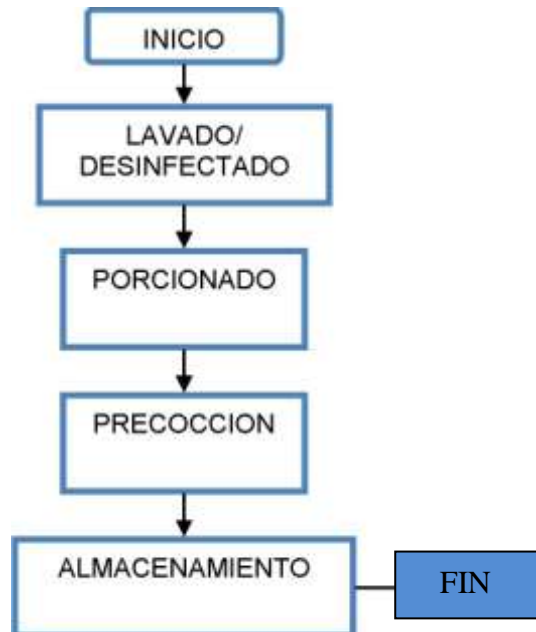


## Diagrama de las Actividades

### 4.5.4.1 Compra de Materia Prima



### 4.5.4.2 Preparación de las bandejas



#### 4.5.4.3 Entrega al cliente



#### 4.5.5 ANÁLISIS FINANCIERO

Esta es la última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, en esta parte de la evaluación, recae la decisión prácticamente final de invertir o no hacerlo, ya que se analiza sí ha de ser buen negocio o no, por lo tanto esta etapa se basan en técnicas fundamentales de evaluación, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales técnicas son: tasa interna de rentabilidad, el valor presente neto, periodo de recuperación descontado e índice de recuperación.

##### 4.5.5.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

Es necesario conocer y plasmar las diferentes inversiones que se realizarán durante el periodo de vida del proyecto, a continuación las siguientes:

**Tabla 4.1 Maquinarias Equipos**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	CONGELADOR/REFRIGERADOR	1.200,00	1.200,00
1	COCINA INDUSTRIAL CON HORNO	800,00	800,00
1	JUGUERA	180,00	180,00
1	BALANZA	40,00	40,00
1	BATIDORA	100,00	100,00
1	LICUADORA	80,00	80,00
1	MICROONDAS	120,00	120,00
1	UTENSILIOS	100,00	100,00
	<b>TOTAL</b>		<b>2.620,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

#### 4.2 Activos Fijos

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	COMPUTADORA	650,00	650,00
1	IMPRESORA	110,00	110,00
1	FAX / TELEFONO	120,00	120,00
2	TELEFONOS	35,00	70,00
1	ESCRITORIO PARA GERENTE	220,00	220,00
1	SILLA EJECUTIVA	120,00	120,00
1	ESCRITORIO SECRETARIA	160,00	160,00
2	SILLAS	48,00	96,00
1	ARCHIVADOR	70,00	70,00
	<b>TOTAL</b>		<b>1.616,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

#### 4.3 Activos Diferidos

<b>RUBROS</b>	<b>COSTO</b>
Planeación e integración	800,00
Ingeniería del proyecto	1.500,00
Gastos de constitución	800,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.100,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### 4.5.5.2 PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado.

Los presupuestos ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.

##### 4.5.5.2.1 Los presupuestos de Costos

Los presupuestos de costos incluye la presupuestación de todas las actividades para el periodo siguiente al cual se elabora, su contenido se resume en un estado de pérdidas y ganancias proyectado.

#### 4.4 Suministros de limpieza

UNID.	MATERIALES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
3	MANDIL DE CHEF	22,00	66,00
10	GORRA	2,60	26,00
10	MASCARILLA	0,60	6,00
5	GUANTES	1,00	5,00
1	DETERGENTE INDUSTRIAL	2,50	2,50
2	ESCOBA	1,25	2,50
2	TRAPEADOR	2,00	4,00
5	LIMPIONES	1,20	6,00
	<b>TOTAL</b>		<b>112,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones



#### 4.5 Servicios Básicos

CANT.	DETALLE	COSTO
1	Agua potable	14,00
1	Luz eléctrica	28,00
1	Teléfono	22,00
1	Gas industrial	4,00
	<b>TOTAL</b>	<b>68,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### 4.6 Útiles de Oficina

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
1	PAPEL BOND (RESMA)	3,50	3,50
6	BOLÍGRAFOS BIC	0,25	1,50
1	MEMORY FLASH	35,00	35,00
2	ARCHIVADOR OFICIO	7,00	14,00
2	FORMAS FACTURA	5,00	10,00
2	FORMAS COMPROBANTE INGRESO	5,00	10,00
2	FORMAS COMPROBANTE EGRESO	5,00	10,00
1	GRAPADORA	3,60	3,60
1	PERFORADORA	2,40	2,40
2	CAJAS DE CLIPS	0,80	1,60
1	SELLO DE CAUCHO	5,00	5,00
2	TINTA ALMOHADILLA NEGRA	1,20	2,40
1	ALMOHADILLA	1,00	1,00
	<b>TOTAL</b>		<b>100,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### 4.7 Materia prima

KG/LT.	DETALLE	COSTO	CONSUMO
		UNITARIO	MENSUAL
20	CARNE DE RES	1,20	24,00
30	POLLO	1,30	39,00
40		1,50	60,00
25	PAVO	1,50	37,50
100	VERDURAS	1,00	100,00
100	HORTALIZAS	1,00	100,00
200	CHAMPIÑONES	0,20	40,00
50	FRUTAS	1,50	75,00
10	LECHE (LT)	0,65	6,50
5	QUESO	2,00	10,00
20	HUEVOS	0,20	4,00
1	CONDIMENTOS	2,00	2,00
5	AZUCAR	0,35	1,75
1	SAL	1,20	1,20
	<b>TOTAL</b>		<b>500,95</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### 4.8 Envases

CANT.	DETALLE	DESPERDICIO 5 %	COSTO	CONSUMO
			UNITARIO	MENSUAL
800	BANDEJAS DE ALUMINIO	60	0,25	210,00
800	PLASTICO PARA ALIMENTOS	60	0,05	42,00
	<b>TOTAL</b>			<b>252,00</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**Fuente:** Cotizaciones

#### 4.9 Mano de obra directa

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	300,00	300,00
1	COCINERO	200,00	200,00
1	DECIMO TERCER SUELDO	41,67	41,67
1	DECIMO CUARTO SUELDO	26,67	26,67
1	APORTE PERSONAL IESS	46,75	46,75
	<b>TOTAL</b>		<b>615,08</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

#### 4.10 Personal Administrativo

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
1	GERENTE GENERAL	500,00	500,00
1	CONTADOR (HONORARIOS)	100,00	100,00
1	SECRETARIA	200,00	200,00
1	MENSAJERO/COBRADOR	200,00	200,00
1	DECIMO TERCER SUELDO	75,00	75,00
1	DECIMO CUARTO SUELDO	40,00	40,00
1	APORTE PERSONAL IESS	84,15	84,15
	<b>TOTAL</b>		<b>1.199,15</b>

**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

#### **4.6 Presupuesto de Ingresos**

Los presupuestos de ingresos incluye la presupuestación de todas las ventas para el periodo siguiente al cual se produce, su contenido se resume en un estado de pérdidas y ganancias proyectado.

Los ingresos de operación se derivan de la información de la demanda proyectada y de sus respectivos precios.

De acuerdo a demanda de los productos de este proyecto y a los precios se tiene el siguiente presupuesto de ingresos:

## 4.12 Ingresos

DETALLE	VALOR UNIT.	UNID.	MES	AÑOS				
				2009	2010	2011	2012	2013
ENSALADA TRADICIONAL	3,00	100	300	3.600	4.140	4.761	5.475	6.296
ENSALADA RUSA	3,00	100	300	3.600	4.140	4.761	5.475	6.296
ENSALADA DEHAMPIONES Y PAVO	3,50	100	350	4.200	4.830	5.555	6.388	7.346
ENSALADA DE CHAMPIONES Y ALCACHOFAS	3,50	100	350	4.200	4.830	5.555	6.388	7.346
LASAÑA DE VERDURAS	3,50	100	350	4.200	4.830	5.555	6.388	7.346
BROCHETAS DE PAVO	3,50	100	350	4.200	4.830	5.555	6.388	7.346
BROCHETAS DE POLLO	3,50	100	350	4.200	4.830	5.555	6.388	7.346
POLLO SUPREMO	3,50	100	350	4.200	4.830	5.555	6.388	7.346
ENSALADA ALEMANA	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA CAMPESTRE	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA TIBIA CON POLLO	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA DE AGUACATES RELLENOS	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA DE ZANAHORIA MANZANA Y NUECES	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA DE CHAMPIGNONES A LA PROVENZAL	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA TROPICAL	3,50	50	175	2.100	2.415	2.777	3.194	3.673
ENSALADA DE LA PASIÓN	3,50	25	88	1.050	1.208	1.389	1.597	1.836
ENSALADA DE FRUTAS	3,00	25	75	900	1.035	1.190	1.369	1.574
<b>TOTAL</b>		<b>1.200</b>	<b>4.088</b>	<b>49.050</b>	<b>56.408</b>	<b>64.869</b>	<b>74.599</b>	<b>85.789</b>

Elaborado por: Tamayo - Guerrero

#### 4.6.1 Flujo de Efectivo

El Flujo de Efectivo es un instrumento contable que refleja el flujo de los fondos generados internamente, obtenidos de una relación de entradas y salidas de dinero (ingresos y gastos pagables) y proporciona una medida de la autofinanciación.

Flujo de Caja Económico = Utilidad Neta + Gastos no Desembolsables.

Los gastos no desembolsables son: amortización de activos fijos intangibles; depreciación de los activos fijos tangibles; provisión de cuentas malas; amortización de gastos diferidos, entre otros.

**Tabla 4.13: Flujo de caja con financiamiento**

#### FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO

DETALLE	AÑOS					
	0	2009	2010	2011	2012	2013
INGRESOS		49.050	56.408	64.869	74.599	85.789
- COSTO DE VENTA		14.147	14.855	15.598	16.377	17.196
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS						
		34.903	41.553	49.271	58.222	68.593
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		22.487	23.611	24.792	26.032	27.333
- GASTOS FINANCIEROS		702	562	421	281	140
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		11.713	17.380	24.058	31.909	41.119
- PART. TRABAJADORES (15%)		1.757	2.607	3.609	4.786	6.168
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS						
		9.956	14.773	20.449	27.123	34.951
- IMPUESTO A LA RENTA (25%) =		2.489	3.693	5.112	6.781	8.738
		7.467	11.080	15.337	20.342	26.213
+ DEPRECIACIONES		626	657	690	725	761
+ AMORT. INTANGIBLES		620	620	620	620	620
INVERSION INICIAL	-8.466					
- INVERSION DE REEMPLAZO		0	0	950	0	0
+ FINANCIAMIENTO DE TERCEROS		702	562	421	281	140
+ VALOR DE DESECHO						29.900
+ RECUP. CAPITAL DE TRABAJO		1.130				
<b>= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>-8.466</b>	<b>9.141</b>	<b>11.795</b>	<b>15.276</b>	<b>21.406</b>	<b>57.354</b>

Elaborado por: Jorge Acosta

#### 4.6.2 Financiamiento

Para este proyecto se requiere de dos fuentes generales: recursos propios y préstamos de terceros.

#### 4.14 Estructura de Financiamiento

<b>FUENTES</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
RECURSOS PROPIOS	4.236	50%
RECURSOS DE TERCEROS	4.230	50%
TOTAL	8.466	

**Elaborado por: Tamayo y Guerrero**

De acuerdo a la tabla, el 50% de la inversión proviene del capital social y el 50% restante se financiará con la cooperativa “Alianza del Valle” al 16,60% anual.

#### 4.6.2.1 VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto es un criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa o coste de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se

recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea cero o positivo, cuando sea negativo el proyecto será rechazado.

#### 4.15 Valor Actual Neto con financiamiento

AÑO	0	2009	2010	2011	2012	2013
FLUJO DE CAJA		9.141	11.795	15.276	21.406	55.054
TASA		16,60%	16,60%	16,60%	16,60%	16,60%
FLUJOS ACTUALIZADOS	-8.466	7.840	8.676	9.636	11.581	25.544
<b>VAN DEL INVERSIONISTA</b>		<b>54.810,96</b>				

**Fuente:** BACA Urbina Raúl, Evaluación de Proyectos.

**Elaborado por:** Tamayo y Guerrero

El flujo neto de caja actualizado con una tasa de descuento del 16,60%, presenta un VAN de **\$54.810,96**, por lo tanto el proyecto es viable.

El flujo positivo quiere decir que el proyecto es capaz de cubrir el costo de capital y generar utilidades para los inversionistas.

#### 4.6.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa Interna de Retorno, TIR, es el tipo de descuento que hace que el VAN (valor actual o presente neto) sea igual a cero, es decir, el tipo de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada (positivos) con el flujo de salida inicial y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión.

En el análisis de inversiones, para que un proyecto se considere rentable, el TIR debe ser superior al coste del capital empleado.



Cuando la TIR es igual o mayor que la tasa requerida, el proyecto debe aceptarse, de lo contrario debe rechazarse.

#### 4.16 Tasa Interna de Retorno con financiamiento

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
FLUJO DE CAJA	-8.466	9.141	11.79	15.27	21.406	55.054
TASA DESCUENTO		137%	5	6	137%	137%
FLUJOS ACTUALIZADOS		3.862	137%	137%	682	741
<b>VAN TASA MENOR</b>	<b>75,24</b>					
TASA DESCUENTO	-8.466	139%	139%	139%	139%	139%
FLUJOS ACTUALIZADOS		3.829	2.070	1.123	659	710
<b>VAN TASA MAYOR</b>	<b>-74,02</b>					

**Fuente:** BACA Urbina Raúl, Evaluación de Proyectos

**Elaborado por:** Tamayo y Guerrero

La Tasa Interna de Retorno para el proyecto con financiamiento es del 137%, siendo mayor que la tasa requerida, por lo tanto el proyecto es viable.

#### 4.6.2.3 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El Índice de Rentabilidad es un indicador que reporta el beneficio de cada unidad monetaria invertida.

La relación costo-beneficio o índice de rentabilidad de un proyecto es la relación entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo y el gasto inicial. Esta relación expresa la capacidad de rendimiento en términos de valor actual neto que genera el proyecto por unidad invertida.

Cuando el Índice de Rentabilidad es de 1 o más, el proyecto será aceptable.

#### 4.17 Relación beneficio/costo con financiamiento

AÑO		2009	2010	2011	2012	2013	
INGRESOS		-8.466	49.050	56.408	64.869	74.599	113.879
COSTOS	TASA	-8.466	40.591	44.254	49.324	53.014	58.245
DSCTO:	VAN		16,60%	16,60%	16,60%	16,60%	16,60%
INGRESOS	VAN		42.067	41.490	40.920	40.359	52.838
COSTOS			34.812	32.551	31.115	28.681	27.025
INVERSION							
<b>RELACION</b>	<b>COSTO</b>	<b>-</b>	<b>1,49</b>				

Fuente: BACA Urbina Raúl, Evaluación de Proyectos

**Elaborado por: Tamayo y Guerrero**

El índice de rentabilidad para el proyecto con financiamiento es de 1,49, lo que significa, que el proyecto genera 0,49 ctvs. de dólar por cada dólar invertido.

## **4.7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.7.1 Conclusiones:**

1. Existe una demanda insatisfecha y una alta oferta en este mercado. Esta demanda existente se va a satisfacer con el nuevo producto y el servicio va a ser diferenciado en relación al que ofrece la competencia.
2. Definida una estructura adecuada, los recursos monetarios, humanos y económicos que requiere el nuevo proyecto y el proceso de entrega de servicio se logró dar forma al proyecto.
3. Definida la misión, visión y estructura organizacional, se logró crear principios y bases sólidas para la nueva empresa.
4. Si se toman en cuenta todos los beneficios que desde el punto de vista de la generación de empleos y la posibilidad de incrementar la oferta en otros servicios, así como los resultados de la evaluaciones técnica, de mercado y financiera realizadas sobre la estimación y proyección de los resultados del presente proyecto y después de desarrollar los indicadores de evaluación económica como el VAN, TIR y la relación Beneficio/Costo, se puede concluir que esta propuesta de negocios tiene la seguridad de ser exitosa.

#### **4.7.2 RECOMENDACIONES:**

1. Diseñar estrategias óptimas de comercialización para el producto, con el fin de atraer y satisfacer a clientes potenciales, para lo cual será necesario realizar constantemente encuestas de satisfacción a los consumidores después de haberles entregado el servicio.
2. Con la nueva estructura de la empresa, es necesario mejorar los procesos y crear nuevas estrategias de atención al cliente que permitan entregar un servicio de óptima calidad.
3. contar con bases organizacionales sólidas, ya que es muy importante capacitar de manera constante al recurso humano en la medida en que la empresa va progresando, ya que el cliente interno es un componente importante en el proceso de la entrega del servicio.
4. Este negocio tiene probabilidades de ser exitoso, por lo que es necesario el apoyo financiero el cual tiene una inversión altamente rentable y excelente capacidad de retorno en un plazo de dos años para la reinversión de los recursos aplicados.

Es importante recalcar que con la diferenciación existente entre los distintos productos que ofrecen las distintas empresas del mercado de comida rápida, el poder de los compradores aumenta ya que estos tienen más posibilidad de sustituir un producto por otro, por tal razón los administradores de Deli Light, deben enfocar sus esfuerzos en aprovechar la diferenciación con la oportunidad del interés que se vive actualmente por nutrición y salud.

Eliminar las barreras de entrada para este mercado para atraer nuevos competidores, es importante la inscripción y patente del negocio para que esto resguardar la idea y dificultar el ingreso de nuevos competidores.

## BIBLIOGRAFIA

### *Textos, Diarios y Revistas:*

- BODIE, ZWI Y ROBERT C. MERTON. finanzas. editorial pretince hall, México. 1999.
- CANAVOS, GEORGE. estadística. mc graw hill. México. 1988
- CRUZ, JUAN SERGIO. finanzas corporativas. thomson editores. Colombia.
- DAVE GRACE, director del trade associations services, woccu. s.f.
- ELIZONDO, ALAN. medición integral del riesgo de crédito, limusa noriega editores. México 2003.
- FRAGOSO, J.C. “análisis y administración de riesgos financieros”. exposición de la materia de análisis de riesgos, de la especialidad en economía financiera de la universidad veracruzana, capítulo 13: mercado de derivados, xalapa, México. 2002.
- GALICIA ROMERO, Martha. nuevos enfoques de riesgo de crédito, instituto del riesgo financiero. México 2003.
- GEENE, WILLIAM H. analysis econométrico. editorial pretince may. tercera edición. 1999
- JORION, PHILIPPE. valor en riesgo. edita Limusa, México. 1999

- KRUGMAN, R. PAUL Y MAURICE OBSTFELD. Economía Internacional. 3ª Edición, Editorial mcgraw-hill, España. 1995
- LEVI, D. MAURICE. finanzas internacionales. 3ª edición. editorial mcgraw-hill. México. 1997.
- ASTIASARÁN YO, 2000. alimentos, composición el propiedades de y. ed. la colina de mcgraw-interamericana, Madrid.
- BRUHN, C. 1992. las actitudes del consumidor y mercado potencial para las comidas unsing grasa suplentes. la tecnología de comida. vol: 7, pág. 81-87.
- CAIXAS, A. 2000. tratamiento farmacológico del la obesidad. endocrinología. vol: 47, pág. 16-30
- CARSON, K. 1990. los producto lácteos ligeros: los problemas regulador. la tecnología de comida. vol: 44, pág. 88-92
- EL TONELERO, D. WEEB, R. 1997 evaluación del potencial para el olestra para afectar la disponibilidad de phytochemicals dietético. j. nutr. vol: 104, pág. 1699-1709
- BARRIOS R, COLINO E, LOPEZ M, capape. tratamiento con infusión subcutánea continúa de insulina en la edad pediátrica. avances en diabetología.2005;21: 38-43.
- BARRIOS R. DIABETES MELLITUS TIPO 1. tratamiento. anales de pediatria continuada.2003; 1:1.

- BARRIOS R, BRITO A, LÓPEZ M. conclusiones del grupo de [trabajo](#) de diabetes mellitus infanto-juvenil. [madriddocumentos](#) de la [conferencia](#) nacional de diabetes mellitus, 1991.
- BENBENEK T, lekarski. education of the patient for therapy with [personal](#) insulin pump. 2006; 63:292-5.
- BOURGNIGON JP, EDNOULD C, graff mp. paso a paso con diabetes. guía para educadores. 1991; 6-26.
- BLAKERL MCKAY D. A SINGLE –item measure of social support s predictor of morbidity i family pract. 86; 22:82-84.
- BLOOM A. PSYCHOSOCIAL aspects of diabetes mellitus. pediatric endocrinology, a clinical guide. 2nd ed. new york and basel; marcel dekker inc, 1990.
- R. EDUCATING DIABETIC PATIENTS ABOUT INSULIN USE: changes over time in certainty and correctness of knowledge. diabetes&metabolism.2006; 32:256-261.
- BRUTTOMESSO, COSTA S, dal pos, cazzolara, realdi g, tiengo a, baritussio a, gagnayre r. educating diabetic patients about insulin use: changes over time in certainty and correctness of knowledge. diabetes&metabolism.2006; 32:256-261.



## LINKOGRAFIA

- <http://www.gestipolis.com>.
- [instituto ecuatoriano de estadísticas y censo: www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [banco central del ecuador : www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [yahoo finance: http://finance.yahoo.com](http://finance.yahoo.com)
- [instituto ecuatoriano de seguridad social: www.iess.gov.ec](http://www.iess.gov.ec)
- [diario el universo: www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)
- [buscador google: www.google.com.ec](http://www.google.com.ec)
- [infomercados: www.infomercados.com](http://www.infomercados.com)
- [el hoy www.elhoy.com.ec](http://www.elhoy.com.ec)
- [wikipedia www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com).
- [www.iin.oea.org/manual\\_proyectos.pdf](http://www.iin.oea.org/manual_proyectos.pdf)
- <http://www.unamosapuntos.com/code3/ceneval/finanzas/unamos6.html>
- <http://orbita.starmedia.com/~unamosapuntos/presupuestos/presupuestosonline.htm>

- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/24/tir1.htm>
- <http://www.econolink.com.ar/finanzas/historico/tasatir.htm>
- [http://mx.invertia.com/aprendermas/letra.asp-letra\\_glosario=b](http://mx.invertia.com/aprendermas/letra.asp-letra_glosario=b)
- <http://server2.southlink.com.ar/vap/muestreo.htm>
- <http://www.3w3search.com/edu/merc/es/gmerc003.htm>
- <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp-s=9&g=2>
- <http://www.definicion.org/inversion>
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- <http://www.marketing-xxi.com/politica-de-precios-48.htm>
- <http://www.marketing-xxi.com/detallistas-y-mayoristas-65.htm>

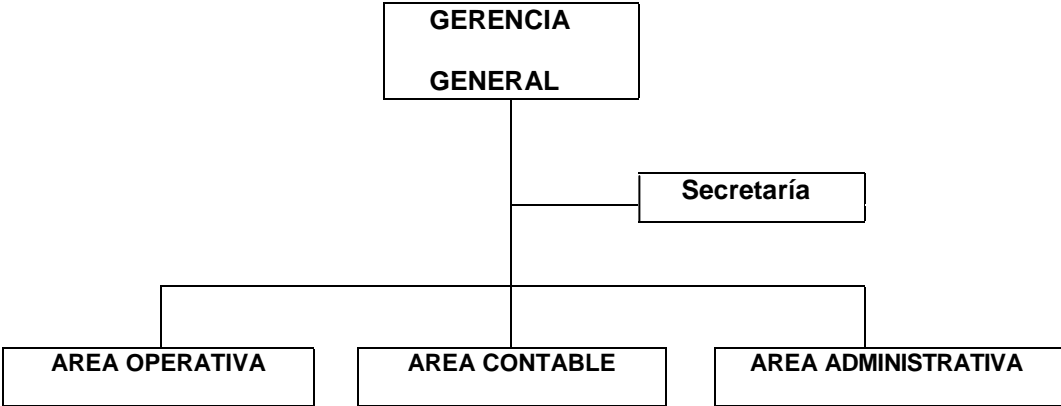
## CRONOGRAMAS

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>AÑO 2011</b>																			
	<b>Abril</b>				<b>Mayo</b>				<b>Junio</b>				<b>Julio</b>				<b>Agosto</b>			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Elaboración del Anteproyecto de Tesis</b>		■	■	■																
<b>Presentación para proceso de aprobación legal</b>				■	■	■	■	■												
<b>Aplicación de Métodos y técnicas de investigación</b>							■	■	■	■										
<b>Recopilación de información</b>										■	■									
<b>Tabulación de resultados y análisis de información</b>												■	■							
<b>Borrador del informe</b>														■	■					
<b>Desarrollo definitivo del informe de tesis</b>															■	■	■	■		
<b>Presentación para trámite legal</b>																	■	■		
<b>Sustentación</b>																			■	■

**“ANEXOS”**

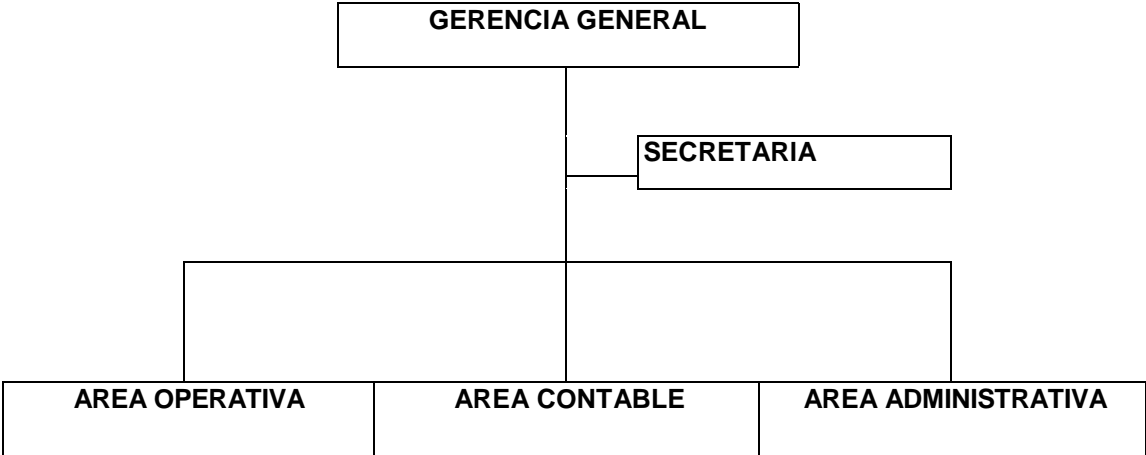
**Anexo 2**

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



**Elaborado por: Tamayo - Guerrero**

## **Receta # 1**

**Fuente:** Recetario

### **Ensalada de champiñones y pavo**



#### **Ingredientes**

- 100 gramos de champiñones.
- 1 pimiento rojo.
- 1 pimiento verde.
- 100 gramos de fiambre de pavo.
- 1 escarola.
- 1 cucharadas de aceite de oliva.
- 1 cucharada de vinagre de vino blanco
- ½ cucharita de orégano.
- Sal.

#### **Elaboración**

Lavar los pimientos y cortarlos a tiras finas, quitando las pepitas. Limpiar los champiñones, cortarlos en rodajas y salpicarlos con el limón. Cortar el pavo en láminas finas. Mezclar los pimientos, champiñones y el pavo con la escarola. Preparar una vinagreta, añadiéndole al vinagre el orégano, aceite, sal y pimienta, todo bien mezclado.

## Receta # 2

### Supremas de pollo al ajo



**Fuente:** Recetario

#### Ingredientes

- 8 supremas de pollo.
- 1 cebolla rallada.
- 2 hojas de laurel.
- 4 cdas de perejil picado.
- 1 cabeza de ajo picadísimo.
- 1/2 taza de vino blanco seco.
- 8 granitos de pimienta blanca molida.
- 1 cda de margarina untable.
- 1 cdita de harina.

#### Preparación

Condimente las supremas de pollo con sal y pimienta. Luego ponga una plancha de hierro a calentar, una vez caliente dore en ella las supremas de ambos lados, mejor que no se cocinen por dentro. Luego reserve. En una sartén ponga la cebolla rallada, las hojas de laurel y la mitad de los ajos

molidos, revuelva continuamente sobre el fuego hasta que parezca rehogado.

Luego agregue el caldo, el vino blanco seco y la pimienta en granos, cocine hasta que rompa el hervor y la salsa se haya reducido bastante, agregue las supremas que reservo antes, junto con dos cdas de perejil.

Déjelas hervir suavemente, en cuanto estén cocidas agregue el resto de ajo y perejil.

Sírvalas acompañadas con puré gratinado en el horno.



## Receta # 3

### Ensalada campestre



**Fuente:** Recetario

### **Ingredientes:**

#### **Para la Ensalada:**

- 2 tomates pelados y cortados en rodajas.
- 1 pepino grande cortado en rodajas bien finas.
- 1 cebolla cortada en rodajas finas.
- 1/4 kilo de tocino (bacon) frito y triturado.
- 6 cucharadas d aceite de oliva virgen extra.
- 1/2 taza de quesorallado.
- 1/4 taza de zumo de limón.
- 1/4 cucharadita de mentafresca.
- 1/2 cucharadita de pimienta.
- 1/2 cucharadita de sal.
- 2 lechugas.
- 1 taza de trocitos de pan fritos en aceite de oliva virgen extra.
- 1 huevodoro.

**Para el Aderezo:**

- 1 taza de mayonesa hecha con aceite de oliva virgen extra.
- 2 cucharadas de cebollinos picados.
- 6 cucharadas de crema de leche en polvo.
- 1 cucharada de vinagre con estragón.
- 6 cucharadas de agua hirviendo.
- 3 filetes de anchoa picados.
- 1/4 taza de perejil picado.
- 1 cucharada de jugo de limón.
- 1/4 cucharadita de sal de ajo.
- Pizca de pimienta.

**Preparación:**

Esta receta puede ofrecer múltiples variedades, según los aderezos o salsas que se utilicen, y de acuerdo con los vegetales o frutas que les añadamos. La receta básica consiste en colocar sobre una fuente grande sobre un lecho de lechuga, los tomates y el pepino. Aparte, mezcle el aceite de oliva virgen extra, el zumo de limón, la sal, la pimienta y la menta. Bata todo bien y eche esta mezcla por encima. Añádele los trocitos de pan fritos, sívala enseguida. En las variedades, puede añadirse rodajas de cebollas, el bacon, lascas bien finas de aguacate, o de naranja. También puede adornarse con huevos duros, langostinos o filetes de anchoas. Cubra todo con el siguiente aderezo: en un tazón, mezcle todos los ingredientes dichos anteriormente. Bata con un batidor de alambre hasta unir bien. Refrigere hasta el momento de servir. Rinde 1 1/2 tazas de aderezo.

## Receta # 4

### Ensalada tibia con pollo



**Fuente:** Recetario

#### **Ingredientes:**

- Supremas de pollo 3
- Hierbas
- Aceite de oliva 3 cucharaditas
- Tomates cherry 200 gramos
- Pimiento rojo 1
- Espinacas 1 atado
  
- Alcaparras 20 gramos -Brotos de vegetales frescos -
- Vinagreta de soja -Salsa de soja a gusto
  
- Mostaza 20 gramos -
- Miel 2 cucharaditas -
- Vinagre blanco a gusto

**Preparación:**

Cortar las supremas en tiras finas, colocar en una olla junto con las hierbas y el aceite de oliva. Cocinar durante 45 minutos a 80° C para confitar los ingredientes. Luego cortar los tomates cherry al medio y el pimiento rojo en juliana y saltear en aceite de oliva.

Mezclar todos los ingredientes. Salsear el plato con la vinagreta. A continuación disponer las hojas limpias de espinaca en un plato. Servir sobre las hojas de espinaca .Decorar con los brotes de vegetales frescos.

## Receta # 5

### Ensalada de aguacates rellenos



**Fuente:** Recetario

#### **Ingredientes:**

- 2 aguacates maduros.
- 1 pechuga de pollo.
- 50 g de pasas de corinto.
- Apio rallado a gusto.
- Mayonesa casera con aceite de oliva virgen extra.
- 1 yogurt natural sin azucarar.
- Curry y sal al gusto.
- 1 limón.

#### **Para Acompañar:**

- Lechuga en juliana.

#### **Preparación:**

Fileteamos las pechugas de pollo y las hacemos a la plancha con un chorrillo de aceite de oliva virgen extra (lo justo para darle sabor y evitar que se pegue). Salar a gusto. Cuando estén hechas y frías, las picamos fino y

reservamos. Las pasas de corinto, las echamos en agua hirviendo y las mantenemos un par de minutos para que se vuelvan a hidratar las pasas. Pasar por agua fría y escurrir. Mientras se hacen las pechugas, partimos los aguacates por la mitad, le sacamos el hueso y los pelamos. En la parte más gorda, le cortamos una rodajita, para que se "asiente" el aguacate en el plato. Rociamos inmediatamente con limón para evitar que se ponga negro y salamos a gusto. En una ensaladera, mezclamos las pechugas de pollo picadas, las pasas, el apio rallado, el yogurt, el curry y mayonesa casera, hasta obtener una salsa que ligue todo y quede jugoso (la mayonesa por eso es "a ojo"). Se lava y pica lechuga en juliana y se pone en el fondo del plato o ensaladera. Encima se colocan los medios aguacates y se rellenan la mezcla de la ensaladera. Lo reservamos en la nevera hasta que lo vayamos a comer.