



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES.**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL.**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UN LOCAL PARA LA VENTA DE BEBIDAS Y ALIMENTOS
PREPARADOS A BASE DE FRUTAS EN LA UNEMI.**

AUTORES:

Jackson Peova.

Jorge Vaicilla.

Milagro, Julio de 2012

ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de **Ciencias Administrativas y Comerciales** de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO: Que he realizado el Proyecto de Grado con el Título de “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE VENTA DE BEBIDAS Y ALIMENTOS PREPARADOS A BASE DE FRUTAS EN LA UNEMI”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

INGENIERO COMERCIAL

El problema de investigación se refiere a **¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un local que expenda bebidas y ensaladas preparadas a base de frutas en la Universidad Estatal de Milagro?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por los Egresados:

Jackson Genaro Peova Sánchez

092731500-2

Jorge Aladino Vaicilla Montes

092509507-7

Ing. Eduardo Espinoza.

TUTOR DEL PROYECTO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Universidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; Parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título ó Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012

Jackson Peova Sánchez

Jorge Vaicilla Montes.

CI: 092731500-2

CI: 092509507-7



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

SECRETARIO DELEGADO

DEDICATORIA.

Mi carrera culmina y todos lo esfuerzos puestos en ella, quiero dedicar de manera especial al ser que me ha acompañado en todo el transcurso de mi vida y que cada día me inspira e impulsa a seguir adelante con honestidad, Jesús mi buen pastor y amigo fiel que me alentó para superarme y alcanzar mi meta y hoy ser mejor que ayer, también dedico a mi familia y en especial a mi madre Flor Sánchez por su apoyo incondicional y ser la fuerza de motivación diaria, a mis hermanos que me ayudaron en el transcurso de mi carrera, a mis amigos y compañeros con quienes compartí momentos buenos y difíciles y que me supieron apoyar de alguna u otra manera.

A todos ellos que me incentivaron y alentaron en todo momento dedico este trabajo.

Jackson Genaro Peova Sánchez.

DEDICATORIA.

A Dios por ser él quien me ha iluminado desde el cielo despejando cualquier duda y regalándome un poquito de sabiduría para poder terminar con éxito este proyecto. A mis padres Sr. Jorge Vaicilla, Sra. Natividad Montes a la familia Barragán Martínez quienes con esfuerzo y sacrificio han sabido compartir mis momentos más difíciles dándome el apoyo incondicional en todos los aspectos.

A mis hermanos por brindarme su apoyo diariamente, y a todos mis amigos que me apoyaron de alguna u otra manera les dedico este trabajo.

Jorge Aladino Vaicilla Montes

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimientos a la Universidad Estatal De Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Carrera de Ingeniería Comercial, que me acogió en sus aulas para formar parte de esta prestigiosa Institución y a los docentes que impartieron sus conocimientos para formarme y convertirme en un profesional y ser un aporte importante en la sociedad.

Un especial reconocimiento de gratitud a mi tutor de tesis el Ing. Eduardo Espinoza quien con su experiencia, capacidad y paciencia nos supo orientar de una manera adecuada en todo este proceso de trabajo investigativo.

Jackson Genaro Peova Sánchez.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por hacer posible el sueño que toda estudiante anhela en la vida: ser un Profesional. A mis queridos profesores quienes con sus conocimientos y enseñanzas me inculcaron todos los valores morales, éticos y profesionales los cuales los pondré en práctica durante toda mi vida. Mi Director de Tesis, quien ha sido parte fundamental de este proyecto guiándome en los análisis y comentarios suscitados en el transcurso de la misma. Así mismo a todas las personas que han colocado su granito de arena colaborando de la manera más humilde y desinteresada que me han llevado a obtener un gran éxito.

Jorge Aladino Vaicilla Montes.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc. Jaime Orozco Hernández.
Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Estudio de factibilidad para la implementación de un local de venta de bebidas y alimentos preparados a base de frutas en la UNEMI” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 31 de Julio del 2012

Jackson Peova Sánchez

Jorge Vaicilla Montes

Firma del Egresado (a)
CI: 092731500-2

Firma del Egresado (a)
CI: 092509507-7

ÍNDICE GENERAL.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
1.1.1. Problematización	23
1.1.2. Delimitación del problema.	24
1.1.3. Formulación del problema.	24
1.1.4. Sistematización del problema.	25
1.1.5. Determinación del tema.	26
1.2. OBJETIVOS.	26
1.2.1. Objetivo general.	26
1.2.2. Objetivos específicos.	26
1.3. JUSTIFICACIÓN.	27
1.3.1. Justificación de la investigación.	27

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO.	28
2.1.1. Antecedentes históricos.	28
2.1.2. Antecedentes referenciales.	44
2.1.3. Fundamentación.	48
Los países con mayor aumento en el consumo	71
2.2. MARCO LEGAL.	79
2.2. HIPÓTESIS Y VARIABLES.	91
2.2.1. Hipótesis General.	91
2.2.2. Hipótesis particulares.	91
2.2.3. Declaración de las variables.	92
2.2.4. Operacionalización de las variables.	93

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO.

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.	94
3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	96
3.2.1. Características de la población.	96
3.2.2. Delimitación de la población.	96
3.2.3. Tipo de muestra	97
3.2.4. Tamaño de la muestra	97
3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	99
3.3.1. Métodos Teóricos.	99
3.3.2. Métodos empíricos.	102
3.3.3. Técnicas e instrumentos.	102
3.4. PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	103

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.	104
4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.	105
4.3. RESULTADOS.	116
4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.	118

CAPITULO V	
PROPUESTA.	
5.1. TEMA	119
5.2. FUNDAMENTACIÓN	119
5.3. JUSTIFICACIÓN	137
5.4. OBJETIVOS	138
5.4.1. Objetivo General de la propuesta	138
5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta	139
5.5. UBICACIÓN	139
5.6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	142
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO	151
OBJETIVO DEL CARGO	151
5.7. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA	157
5.7.1. Actividades	157
5.7.2. Recursos, análisis financiero	161
5.7.3. Impacto	186
5.7.4. Cronograma	187
5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta	189
BIBLIOGRAFIAS	191
CONCLUSIONES	191
RECOMENDACIONES	192
ANEXOS	193

Índice de cuadros

Cuadro 1.	
Recomendaciones de nutrientes para niños	82
Cuadro 2.	
Recomendaciones de nutrientes para jóvenes.	84
Cuadro 3.	
Recomendaciones de nutrientes para adultos.	90
Cuadro 4.-	
Composición frutas y verduras frescas	102
Cuadro 5.-	
Peso ideal de hombres entre 25 – 59 años (Metropolitan Life Insurance)	127
Cuadro 6.	
Requerimientos de aminoácidos esenciales (mg/kg/día) Según FAO.	128
Cuadro 7.	
Peso ideal de mujeres entre 25 -59 años (Metropolitan Life Insurance)	129
Cuadro 8.-	
Objetivos nutricionales para la población según la OMS.	130
Cuadro 9.	
Operacionalización de las variables	131
Cuadro 10.	
Género de la persona.	132
Cuadro 11.	
Determinación de las personas que consumen alimentos preparados dentro de la UNEMI.	133
Cuadro 12.	
Determinación de los tipos de alimentos que consumen en la UNEMI	134
Cuadro 13.	
Determinación de la cantidad de dinero que gasta cada persona en alimentación dentro de la UNEMI.	135

Cuadro 14.	
Determinación sobre la conformidad de las personas sobre la venta de alimentos que se comercializan en la UNEMI.	136
Cuadro 15.	
Determinación sobre la conformidad de las personas sobre la venta de alimentos que se comercializan en la UNEMI.	137
Cuadro 16.	
Determinación sobre algún tipo de enfermedad que posea.	138
Cuadro 17.	
Determinación sobre algún tipo de enfermedad que posea.	139
Cuadro 18.	
Determinación sobre algún tipo de enfermedad que posea.	140
Cuadro 19.	
Determinación sobre qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por alimentos y bebidas a base de frutas.	141
Cuadro 20.	
Determinación sobre qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por alimentos y bebidas a base de frutas.	142.
Cuadro 21.	
Verificación de la hipótesis.	143
Cuadro 22.	
Análisis FODA	144
Cuadro 23.	
Foco de acciones ofensivas	145
Cuadro 24.	
Foco de acciones defensivas	146
Cuadro 25.	
Estrategias FOFA – Fruta bar UNEMI.SA	147
Cuadro 26.	
Estrategias DODA - Fruta Bar UNEMI S.A	148

Cuadro 27.	
Las 5 fuerzas de PORTER	149
Cuadro 28.	
Proceso de creacion y habilitacion de la sociedad anonima	150
Cuadro 29.	
Proceso para solicitar un local a la administración de la UNEMI	158
Cuadro 30.	
Proceso de selección del local en donde ejecutara las operaciones Fruta bar.	159
Cuadro 31.	
Proceso de reclutamiento y selección de personal de la UNEMI	159
Cuadro 32.	
Proceso de identificación de fuentes de financiamiento para la instalación del FRUTA BAR UNEMI S.A.	160
Cuadro 33.	
Proceso del diseño de publicidad y promociones del FRUTA BAR UNEMI S.A. ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro 34.	
Elaborar diseño de las recetas	161
Cuadro 35.	
Proceso para determinar capacitación interna de personal.	161
Cuadro 36.	
Activos Fijos	162
Cuadro 37.	
Depreciación de los Activos	162.
Cuadro 38.	
Detalle de Gastos	164
Cuadro 39.	
Costo de Ventas	165
Cuadro 40.	
Presupuesto de Ingreso	166

Cuadro 41.	
Inversión del Proyecto	167
Cuadro 42.	
Financiamiento del proyecto	167
Cuadro 43.	
Tasa	167
Cuadro 44.	
Préstamos Bancarios	167
Cuadro 45.	
Tabla de Amortización Anual	168
Cuadro 46.	
Tabla de amortización mensual	168
Cuadro 47.	
Datos	169
Cuadro 48.	
Calculo de Punto de Equilibrio	169
Cuadro 49.	
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados	170
Cuadro 50.	
Balance General	171
Cuadro 51.	
Flujo de Caja Proyectado	172
Cuadro 52.	
Índices Financiero	172
Cuadro 53.	
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados	172
Cuadro 54.	
Tasa de Rendimiento Promedio	172
Cuadro 55.	
Tasa Interna de Retorno	173

Cuadro 56.	
Ratios Financiero	173
Cuadro 57.	
Punto de equilibrio	173
Cuadro 58.	
Capital de Trabajo	174
Cuadro 59.	
Datos	174
Cuadro 60.	
Rendimiento de Liquidez	174
Cuadro 61.	
Rendimiento corriente	174
Cuadro 60.	
Razones	174

Índice de figuras

Figura 1.

Cantidad de hombres y mujeres encuestados 40

Figura 2.

Preferencias en el consumo de alimentos 40

Figura 3.

Visión de la gestión de una cocina. 41

Figura 4.

Gasto de comidas rápidas 55

Figura 5.

Tipo de género. 105

Figura 6.

Gráfico de la primera pregunta de la encuesta. 107

Figura 7.

Gráfico de la segunda pregunta de la encuesta. 108

Figura 8.

Gráfico de la tercera pregunta de la encuesta. 109

Figura 9.

Gráfico de la cuarta pregunta de la encuesta 110

Figura 10.

Gráfico de la quinta pregunta de la encuesta. 111

Figura 11.

Gráfico de la sexta pregunta de la encuesta. 112

Figura 12.

Gráfico de la séptima pregunta de la encuesta. 113

Figura 13.	
Gráfico de la octava pregunta de la encuesta.	114
Figura 14.	
Gráfico de la novena pregunta de la encuesta.	115
Figura 15.	
Gráfico de la décima pregunta de la encuesta.	116
Figura 16.	
Pirámide de alimentos	129
Figura 17.	
Ubicación de la UNEMI	139
Figura 18.	
Organigrama General FRUTA BAR UNEMI	151
Figura 19.	
Punto de equilibrio	168
Figura 20.	
Análisis de costos	169
Figura 21.	
Diseño del FRUTA BAR UNEMI S.A	177
Figura 22.-	
Ensalada de Frutas	177
Figura 23.-	
Frutas en trozos	178
Figura 24.	
Jugo de frutas	179

Figura 25.-	
Batidos de frutas	181
Figura 26.-	
Tostadas de queso, Tostadas de jamón y queso	182
Figura 27.	
Pan de yuca	182
Figura 28.	
Empanadas de queso al horno	183
Figura 29.	
Empanadas de pollo al horno	184
Figura 30.	
Tarjetas de presentación FRUTA BAR UNEMI S.A	185
Figura 31.	
Dípticos del FRUTA BAR UNEMI S.A	186
Figura 32.	
Volantes	186

RESUMEN

La nutrición en cualquier etapa de la vida de las personas es de suma importancia, en especial en la época en la que nos esforzamos por adquirir conocimientos y nos encontramos en los primeros pasos de la incorporación al ámbito laboral, es por esta razón que hemos identificado como principal propósito el de implementar un proyecto que propenda a cambiar la cultura de consumo de comida rápida, lo cual representa un grave problema para la salud, en su lugar se recomienda la alternativa del consumo de alimentos y bebidas preparados a base de frutas, como una propuesta para que las personas que pertenecen a la comunidad universitaria: estudiantes, docentes y personal administrativo, quienes pasan la mayor parte del tiempo diario en estas instalaciones, consuman alimentos de calidad a un precio razonable.

ABSTRACT

Nutrition at any stage of life of people is of paramount importance, especially in there in which we strive to acquire know ledge and we are in the early stages of incorporation into the work place, which is why we have identified main purpose to implement a project that tends to change the culture of fast food consumption, which represents a serious health problem, instead we recommend the alternative of consumption of food and beverages made from fruit, as a proposal that persons belonging to the university community: students, faculty and staff who spend most time in these facilities daily, consume food at a reasonable price.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto efectúa el análisis de la factibilidad para implementar un local que ofrezca alimentos y bebidas a base de frutas, dirigidas a los miembros de la comunidad universitaria, es decir, estudiantes, docentes y personal administrativo de la institución que actualmente consumen de manera indiscriminada comidas rápidas, las mismas que son ricas en grasas y no poseen una cantidad adecuada de nutrientes para el organismo, hecho que finalmente conlleva a adquirir en el mediano plazo enfermedades de diferentes índoles.

Con el objetivo de ofrecer una alternativa saludable y a precio accesible, se determinó la necesidad de aplicar herramientas para el levantamiento de información, encuestas y entrevistas que fueron aplicadas a una muestra representativa de la población en estudio, para identificar sus hábitos de consumo actuales y cuáles serían sus preferencias en el caso de que consideren una alternativa diferente, adicionalmente identificar la frecuencia de consumo, el dinero que invierten en alimentación diaria y todos los aspectos que nos permitan determinar la factibilidad de poner en marcha la presente propuesta.

El documento está dividido en cinco capítulos, y cada uno de ellos subdividido en varias secciones. Primeramente se puede observar el planteamiento y justificación del problema, el marco de referencia, objetivos del proyecto y la metodología aplicable para su adecuada ejecución.

En los capítulos subsiguientes se puede apreciar la metodología aplicada para el levantamiento de información, el posterior análisis de los resultados, la determinación de la ubicación, trámites de constitución de la compañía, análisis organizacional, estudio financiero y análisis de sensibilidad.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones que han sido descritas contemplando los resultados de todos los análisis previamente efectuados, de acuerdo a la metodología aplicada.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1 Problematización.

En la Universidad Estatal de Milagro se ha identificado la posible existencia de un mal hábito alimenticio en los estudiantes, personal administrativo y docentes de la Institución, debido a que los bares que proporcionan el servicio dentro la comunidad universitaria ofrecen principalmente comidas rápidas y otros alimentos con grasas saturadas, grasas trans, gran cantidad de azúcares simples y sal, lo cual no forma parte de una dieta saludable ni balanceada por su bajo valor nutritivo y alto contenido en grasas.

La ausencia de un local que ofrezca alimentos elaborados a base de frutas dentro de la universidad está provocando que los estudiantes y docentes en el mediano y largo plazo se vean afectados por las enfermedades crónicas no transmisibles de origen alimentario nutricional y de enfermedades transmitidas por alimentos, adicionalmente sobrepeso y obesidad, causados por una dieta que no incluye frutas, las mismas que poseen: vitaminas, minerales y fibras que son indispensables para el buen funcionamiento del organismo.

Considerando lo anteriormente citado en el caso de escuelas y colegios, el actual gobierno decidió modificar los patrones alimentarios inadecuados de consumo, por lo cual, la creación de este local constituye una extensión para la universidad en lo que respecta al proyecto de gobierno plasmado en el Acuerdo N° 280 del Ministerio de

Educación, que reforma el funcionamiento de bares en escuelas y colegios, erradicando los malos hábitos alimenticios de los estudiantes, y de esta forma dar continuidad a la cadena de alimentación saludable de nuevos estudiantes que ingresen a la UNEMI.

Por otro lado, dentro de la Universidad no existe un control nutricional ni vigilancia sanitaria sobre los alimentos que se expenden en sus instalaciones por parte de entidades del Ministerio de Salud Pública o por un Comité de la universidad, esto origina que la venta de comidas rápidas sea indiscriminada, causando que los consumidores no tengan alternativas saludables.

Se ha identificado que uno de los factores por los cuales los bares actuales no han optado por la venta de alimentos elaborados a base de frutas, se debe principalmente a la cultura alimenticia de las personas que asisten a la Universidad, que por la premura de sus actividades diarias se auto provocan un desorden alimenticio, consumiendo comidas con alto contenido de grasa por razones tales como: la rapidez del servicio, los bajos precios o porque no tienen conocimiento de las propiedades que ofrecen las frutas como parte de una alimentación sana y balanceada.

En caso de no llegarse a implementar el local como alternativa de alimentación saludable, las personas que pertenecen a la comunidad universitaria continuarán consumiendo los alimentos que les ofrecen con la consecuente continuidad del desorden alimenticio que incidirá directamente en su salud y en el rendimiento académico.

1.1.2 Delimitación del problema.

Espacio.

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Guayas
- **Cantón:** Milagro

- **Sector:** Ciudadela Universitaria km 1,5 Vía Km 26, Universidad Estatal de Milagro.
- **Tiempo.**

El ciclo que tendrá el conocimiento científico para la presente investigación será de cinco años.

- **Universo.**

El presente proyecto involucra a los estudiantes, personal administrativo y docentes de la Universidad Estatal de Milagro con el objetivo de mejorar su hábito alimenticio, al ofrecer una nueva alternativa de bebidas y ensaladas a base de frutas.

1.1.3 Formulación del problema.

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un local que expendiera bebidas y ensaladas preparadas a base de frutas en la Universidad Estatal de Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema.

- ¿Que tipo de controles se implementaran para garantizar la inocuidad, la calidad y excelente presentación del producto?
- ¿En que incide que los estudiantes y docentes de la UNEMI estén llevando un mal hábito alimenticio al consumir alimentos con altos contenidos de grasa?
- ¿Cuáles son las razones por las cuales los dueños de los actuales bares de la UNEMI no ofrecen entre sus productos una línea de alimentos y bebidas a base de frutas?
- ¿Cuáles son las razones por las que cierto grupo de estudiantes, personal administrativo y docentes no consumen los alimentos que se comercializan en los bares de la UNEMI?

- ¿Cómo repercute una alimentación deficiente en el desempeño intelectual y físico de los estudiantes, personal administrativo y docentes de la UNEMI?

1.1.5 Determinación del tema.

Estudio de factibilidad para la implementación de un local para la venta de bebidas y alimentos preparados a base de frutas en la UNEMI.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 Objetivo general.

Determinar la factibilidad económica y social para la creación de un local dedicado a la comercialización de bebidas y ensaladas mixtas a base de frutas.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Determinar las consecuencias dentro de la comunidad universitaria de la falta de aplicación de un control nutricional y vigilancia sanitaria en los bares que se encuentran dentro de las instalaciones.
- Identificar el impacto en la salud y desempeño intelectual de las personas que consumen alimentos con altos contenidos de grasa y que poseen malos hábitos alimenticios.
- Determinar las razones por las que los propietarios de bares de la UNEMI no ofrecen bebidas y alimentos preparados a base de frutas.
- Identificar las razones por las que los estudiantes, personal administrativo y docentes de la comunidad universitaria no adquieren los alimentos que se comercializan en los bares de la UNEMI.
- Realizar un estudio para identificar las preferencias de consumo de alimentos de los estudiantes, personal administrativo y docentes dentro de las instalaciones de la UNEMI.

1.3 JUSTIFICACIÓN.

1.3.1 Justificación de la investigación.

La UNEMI es una prestigiosa institución que cuenta con una moderna infraestructura, tecnología de punta y calidad estudiantil, lamentablemente existe un escaso control nutricional y vigilancia sanitaria en la preparación de los alimentos que ofrecen los locales o bares dentro de sus instalaciones, puesto que todos expenden comidas rápidas, con alto contenido en grasa y bajo valor nutricional, lo que va en detrimento de la salud de las personas que consumen este tipo de alimentos.

El desarrollo de esta investigación surge debido a la necesidad que existe de implementar otra alternativa de consumo de alimentos saludables con el objeto de disminuir el consumo de comidas rápidas dentro de la UNEMI y mejorar el hábito alimenticio de estudiantes, personal administrativo y docentes, para esto se utilizará como instrumento de captura de datos un cuestionario y entrevistas que nos permitirá identificar: los hábitos de consumo que poseen actualmente, los productos a base de frutas de su preferencia, el precio que estarían dispuestos a pagar, la frecuencia de consumo y en general el nivel de aceptación de los productos que ofreceremos para determinar que tan factible es la implementación de un local que expendiera bebidas y ensaladas preparadas a base de frutas.

La importancia de este proyecto radica en lograr que las personas acojan alternativas saludables de alimentación y mejorar sus hábitos alimenticios a través del consumo de frutas, que por su alto valor nutricional y por contener fibra reducen el riesgo de contraer enfermedades y de esta forma minimizar el consumo excesivo de comidas rápidas que está siendo un gran problema en la universidad, ya que incide directamente en la salud, en el desempeño físico, psíquico, intelectual y social de las personas.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO.

2.1.1 Antecedentes históricos.

Desde hace varios años se ha convertido en prioridad mundial el consumo de fruta y hortalizas, debido a que muy pocas personas consumen la cantidad suficiente.

Algunos de los trastornos más comunes y debilitantes del mundo, comprendidos algunos defectos congénitos, el retraso mental y del crecimiento, la debilidad del sistema inmunitario, la ceguera e incluso la muerte, se deben a una alimentación carente de vitaminas y minerales (comúnmente denominados “micronutrientes”). El consumo insuficiente de fruta y hortalizas es uno de los principales factores de tal falta de micronutrientes.

Por lo tanto, para los educadores en nutrición suele ser prioritario fomentar el consumo de fruta y hortalizas. Sin embargo, la mayoría de la población sigue sin consumir suficientes de estos alimentos, según indica un informe FAO/OMS de expertos en alimentación, nutrición y prevención de enfermedades crónicas, presentado este año.

Si bien la investigación revela que lo mejor es tomar nueve o diez porciones de fruta y hortalizas al día, las normas alimentarias tienden a recomendar un mínimo de cinco porciones al día. Pero otros estudios indican que la mayoría de la población no satisface siquiera la mitad de este objetivo.

Esto resulta particularmente inquietante dado que estudios científicos recientes indican que la fruta y las hortalizas no sólo contribuyen a prevenir los trastornos causados por la falta de nutrientes, sino que también reducen el peligro de padecer enfermedades cardiovasculares -otra de las principales causas de enfermedad y muerte en todo el mundo- y distintos tipos de cáncer.

El aumento de las enfermedades no contagiosas tanto en los países ricos como en los países pobres se debe, en parte, a la disminución de la actividad física y a un consumo excesivo de energía alimentaria. Pero la OMS atribuye alrededor de tres millones de muertes al año por esas enfermedades al consumo insuficiente de fruta y hortalizas, factor de riesgo casi tan fatal como el consumo de tabaco y el sexo sin precaución.

“En estos momentos es un gran desafío para la salud pública incrementar el consumo de fruta y hortalizas”, afirma Kraisid Tontisirin, Director de Alimentación y Nutrición, en la FAO.

La población no consume fruta y hortalizas por distintas razones: el costo, la conveniencia, el sabor y prejuicios, entre otras. Pero conforme la ciencia reitera la importancia del consumo de estos alimentos, los organismos nacionales de salud, los representantes de la industria y las organizaciones internacionales, comprendida la FAO, están colaborando para tratar estos problemas y encontrar la forma de incrementar el consumo de fruta y hortalizas en todo el planeta.

¿Por qué son importantes la fruta y las hortalizas?

Para iniciar, porque poseen muchas vitaminas y minerales, que cumplen toda una serie de funciones en el organismo: la vitamina A, por ejemplo, mantiene la salud de la vista y la inmunidad contra las infecciones; el potasio favorece el correcto funcionamiento del sistema nervioso y los músculos; y las vitaminas del grupo B son necesarias para transformar los alimentos en energía. (El ácido fólico, una de las vitaminas del grupo B más frecuentes en los alimentos, también contribuye a reducir el peligro de transmitir defectos neurológicos congénitos y a prevenir cardiopatías).

Otros micronutrientes presentes en la fruta y las hortalizas, como la vitamina C y la vitamina E, tienen muchas propiedades antioxidantes que protegen las células de los agentes cancerígenos. La vitamina C, en particular, puede incrementar la absorción de calcio, mineral esencial para la salud ósea y dental, así como la de hierro de otros alimentos (la falta de hierro puede causar anemia, uno de los trastornos más graves asociados a la alimentación, que padecen unos 2 000 millones de personas en todo el mundo).

Muchas frutas y hortalizas además contienen una gran cantidad de fibra, que ayuda a eliminar a través de la digestión sustancias que pueden ser nocivas y a reducir los niveles de colesterol.

Se piensa que gran parte de la fuerza de la fruta y las hortalizas procede de unas sustancias denominadas "fitoquímicas". Las plantas producen estos singulares compuestos para protegerse contra los virus, las bacterias y los hongos.

En los últimos 10 años los científicos han comenzado a aislar cientos de estos compuestos y a descubrir el gran alcance de sus beneficios para la salud. Pero el mecanismo exacto a través del cual las sustancias fitoquímicas defienden la salud, no está claro todavía. Los científicos sospechan que puede deberse a repercusiones individuales y a su interacción, tanto en el mismo alimento como con las sustancias fitoquímicas de otras frutas y hortalizas, así como con las de los cereales integrales, las nueces y las legumbres. Los nutrientes de otros tipos de alimentos también pueden ser un elemento importante del conjunto, porque se conoce que la absorción y el aprovechamiento de algunas vitaminas y minerales –y determinadas sustancias fitoquímicas- dependen de otros nutrientes.

“La mejor recomendación es diversificar lo más posible la alimentación”, explica William D. Clay, Jefe del Servicio de Programas de Nutrición, de la FAO. Este es uno de los principales mensajes de la campaña de la FAO denominada “Aproveche al máximo su alimentación”, iniciativa de información pública orientada a promover una alimentación apropiada y formas de vida saludables.

“Consumir una abundancia de fruta y hortalizas en el marco de una dieta diversificada contribuirá a satisfacer las necesidades de nutrición”, afirma Clay Un desafío –y una oportunidad- para la agricultura

Con lo difícil que puede ser lograr que la población haga caso de un mensaje sencillo, como: “consume más fruta y hortalizas”, el verdadero desafío puede encontrarse en los sistemas de suministro y distribución de alimentos del mundo. La FAO está interviniendo para asegurar que la agricultura, en particular en el mundo en desarrollo, ayude a satisfacer la demanda de alimentos saludables.

“Uno de los principales objetivos es asegurar que el incremento de la producción no comprometa la inocuidad y el valor nutritivo de los alimentos”, explica Alison Hodder, oficial de agricultura de la Dirección de Producción y Protección Vegetal de la FAO.

La Organización fomenta las buenas prácticas agrícolas y colabora con diversos asociados en la elaboración de un marco general para los sistemas de producción de alimentos, que sea a la vez económico y sostenible desde el punto de vista ambiental. Como el período de cosecha de muchos frutos y hortalizas puede ser limitado, la FAO también ofrece información sobre los mejores métodos de conservación de los productos (por ejemplo: secado, elaboración química y tratamientos con calor), que conserven a la vez la máxima cantidad de nutrientes.

Otro objetivo de la FAO es contribuir a que la población tenga más acceso al consumo de fruta y hortalizas. En las zonas rurales, la FAO se esfuerza por divulgar información de horticultura y nutrición, fomentando en las comunidades la producción y el consumo de una variedad de cultivos. En las zonas urbanas la FAO ha presentado la iniciativa “Alimentos en las ciudades”, que es un programa concebido para asociar las estrategias de producción a las de transporte, almacenamiento y comercialización, y atender cuestiones críticas como la pobreza urbana y el costo de los alimentos.

La difusión cada vez más mayor de los beneficios del consumo de fruta y hortalizas ofrece a los productores una ocasión irrepetible de incrementar su producción e participar en nuevos mercados. “La clave es utilizar técnicas como la programación de cultivos, que ayuda a los productores a programar la producción de fruta y hortalizas durante el año –explica Hodder-. La agricultura puede abrirse para satisfacer las necesidades cada vez mayores del consumidor, siempre que el productor sepa anticiparlas”¹

Necesidades nutritivas.

Recomendaciones internacionales.

Requerimientos y recomendaciones

Aunque a simple vista y en el vocabulario del nutricionista los términos requerimientos nutricionales y recomendaciones de ingesta se utilicen indistintamente, lo cierto es que existen diferencias entre ambos que es conveniente matizar. Cada individuo en un momento concreto de su vida y por tanto, de su estado fisiológico, de actividad física y otros condicionantes, necesita unas determinadas cantidades de los diferentes nutrientes y energía imprescindibles para su correcto desenvolvimiento.

A estas necesidades específicas podemos denominarlas requerimientos nutricionales, los cuales son concretos para cada individuo y situación. Como es imposible determinar para cada individuo y en cada momento cuales son dichos requerimientos nutricionales, hay instituciones públicas y privadas que, a partir de datos promedios de requerimientos nutricionales para grupos concretos de individuos, elaboran sus recomendaciones de ingestas nutricionales, las cuales no son exactamente el promedio de los requerimientos para esa población, sino una extrapolación estadística para que dichas recomendaciones resulten adecuadas al

¹ FAO, *Prioridad mundial al consumo de frutas y hortalizas*, <http://www.fao.org/spanish/newsroom/focus/2003/fruitveg1.htm>, extraído agosto del 2003.

mayor porcentaje posible de la población. En palabras del Consejo Nacional de Investigación Americano (NRC), las ingestas recomendadas se definen como:

«Niveles de ingesta de nutrientes esenciales que, sobre las bases de conocimientos científicos, se juzgan adecuadas para mantener los requerimientos nutricionales de prácticamente todas las personas sanas».

A) Requerimientos nutricionales

Como ya hemos indicado, los requerimientos nutricionales de cada nutriente concreto son particulares para cada individuo y cada situación concreta. No obstante, podemos establecer unas estimaciones de que nos sirvan de orientación de las poblaciones de las que se extraen las muestras y que, por tanto, son una buena base de los requerimientos medios, así como de la variabilidad que presenta la población con respecto a dichos requerimientos.

Sin embargo, el establecimiento de buenas estimaciones en poblaciones concretas no siempre es posible por multitud de condicionantes, entre los que incluimos la dificultad de trabajar con muestras humanas por razones éticas, económicas, de tiempo necesario para los estudios, y el carácter de representatividad que tienen dichas muestras. Por ello, a veces, la información es muy limitada y/o incompleta, e incluso se parte de estudios sobre animales y/o in vitro extrapolados a estudios de ingesta humana e incidencia de patologías concretas de enfermedades carenciales. Entre las técnicas utilizadas para determinar los requerimientos nutricionales podemos enumerar: estudios de balance, observaciones epidemiológicas, consumo habitual de nutrientes en poblaciones sanas, complementados con estudios bioquímicos, estudios de fisiología digestiva y experimentación animal.

Son más escasos, aunque de mayor utilidad, los estudios de dietas deficitarias en determinado nutriente, seguidas de la incorporación del nutriente una vez instaurada la carencia. Para establecer los requerimientos, en la mayoría de los casos se suele partir de la base de los niveles de circulación y de almacenamiento normales del nutriente, así como del ritmo de eliminación (vida media del nutriente) o la cantidad diaria destruida o eliminada del nutriente.

Partiendo de que en situaciones fisiológicas la ingesta se compensa con la eliminación del nutriente, se calcula la cantidad que debe absorberse para equilibrar las pérdidas.

Tras la obtención de la cifra media de absorción, se calcula el grado de absorción del nutriente a partir de los aportes habituales de la dieta para establecer la cantidad de nutriente necesario para suplir sus requerimientos. En determinados casos se puede utilizar también la ingesta habitual de nutrientes en poblaciones sanas en las que se conoce que no existen deficiencias del nutriente, y aquellas otras en las que se presenta enfermedad o niveles inadecuados del nutriente en los individuos.

A partir de estas cifras se puede realizar una estimación de los requerimientos mínimos. Un caso particular en los cálculos de los requerimientos son los lactantes, donde se establece el aporte medio de los nutrientes proporcionados por madres sanas bien nutridas, en tetadas normales. Se tiene en cuenta, en estos casos, si la alimentación no es la leche materna, el diferente grado de aprovechamiento que realiza el lactante según la fuente alimentaria del nutriente.

En cualquier caso y como hemos comentado con anterioridad, la estimación de los requerimientos está sujeta a numerosos factores que pueden incidir sobre ella como:

- **Biodisponibilidad del nutriente en la dieta.**

En los diferentes capítulos relativos a los distintos nutrientes hemos comentado la importancia de la forma química de los nutrientes en los alimentos, y las interacciones de estos con otros componentes de la dieta, que puedan aumentar o disminuir su biodisponibilidad.

Todos estos factores de biodisponibilidad por la fuente dietética del nutriente han de tenerse en cuenta, de forma promediada, para evaluar la cantidad de nutriente presente en la dieta que cubre las necesidades del individuo.

- **Otras fuentes del nutriente.**

No sólo hemos de tener en cuenta la fuente más obvia del nutriente, en concreto en la dieta, sino otros aportes, como precursores (triptófano como fuente de niacina), u otras fuentes no tenidas en cuenta (aditivos, agua de bebida, medicamentos, etc.).

- **Efecto del procesado.**

Salvo contadas excepciones, el alimento no se consume tal y como lo produce la naturaleza, sufriendo numerosos efectos en su camino hacia el consumidor, desde simples almacenamientos, hasta tratamientos térmicos devastadores para ciertos nutrientes.

- **Hábitos alimentarios.** Ya hemos comentado que la fuente dietética y el procesado de los alimentos afecta de manera decisiva a la cantidad final del nutriente que llega al consumidor, pero los hábitos alimentarios de éste también son decisivos a la hora de establecer los requerimientos.

No pueden ser iguales las recomendaciones a pueblos que consumen pescado crudo (o casi) que a aquellos otros que lo toman prácticamente carbonizado. Obviamente el aporte nutricional no es el mismo, aunque el alimento en origen pueda serlo.

Tablas de recomendaciones nutricionales

En primer lugar, hemos de tener en cuenta que las tablas que se presentan se expresan para grupos de población concretos en edad y situaciones fisiológicas. En términos generales, podemos comprobar como todas las recomendaciones ofrecidas en las tablas se acogen a grupos de población por sexos en unos rangos de edad similares. Sin embargo, existen algunas diferencias en cuanto al rango de adolescentes.

Cuadro 1. Recomendaciones de nutrientes para niños

Nutrientes	0 - 6 meses		0 - 12 meses		1 - 3 años		4 - 6 años		7 - 10 años	
	CSIC	NRC	CSIC	NRC	CSIC	NRC	CSIC	NRC	CSIC	NRC
Proteínas (g)	14	13	20	14	23	16	30	24	36	28
Ca (mg)	500	400	600	600	650(800)	800	650(800)	800	650(800)	800
P (mg)		300		500		800		800		800
Mg (mg)	60	40	85	60	125	80	200	120	250	170
Fe (mg)	7	6	7	10	7	10	9	10	9	10
Zn (mg)	3	5	5	5	10	10	10	10	10	10
I (ug)	35	40	45	50	55	70	70	90	90	120
Selenio (ug)		10		15		20		20		30
Tiamina (mg)	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,7	0,7	0,9	0,8	1
Riboflavina (mg)	0,4	0,4	0,6	0,5	0,8	0,8	1,0	1,1	1,2	1,2
Niacina (EN)	4	5	6	6	8	9	11	12	13	13
Vitamina B6 (mg)	-0,3	0,3	-0,5	0,6	-0,7	1,0	-1,1	1,1	1,2	1,2
Ácido fólico (ug)	40	25	60	35	100	50	100	75	100	100
Vitamina B12 (ug)	0,3	0,3	0,3	0,5	0,9	0,7	1,5	1,0	1,5	1,4
Ác. Ascórbico (mg)	50	30	50	35	55	40	55	45	55	45
Vitamina A (ER)	450	375	450	375	300	400	300	500	400	700
Vitamina D (ug)	10	7,5	10	10	10	10	10	10	2,5(5)	10
Vitamina E (pi- TE)	-6	3	-6	4	-6	6	-7	7	-8	7
Vitamina K (ug)		5		10		15		20		30

Fuente: Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos.

El NCR eleva la edad del rango adolescente con respecto al calcio hasta los 24 años, debido a la posibilidad de estar consolidando masa ósea hasta esa edad, con la consecuente importancia nutricional de dicho aporte. Las recomendaciones del CSIC (y la actualización de la Complutense) ofrece un mayor rango de edades de individuo adulto, tanto por encima como por debajo de los 50 años, que se ha

resumido en favor de la esquematización de resultados, siendo, en estos grupos las variaciones en las recomendaciones para cada nutriente.

En honor a la brevedad mínima se han colocado en una sola columna las recomendaciones del CSIC y de la Complutense (estas últimas entre paréntesis sólo cuando difieren de las recomendaciones del CSIC).

Si comparamos las recomendaciones de las diferentes instituciones entre sí para cada grupo de población, podremos comprobar que las diferencias son mínimas, salvo algunas que conviene matizar. Estas diferencias se centran sobre todo en una recomendación inferior de calcio, vitamina D y vitamina A en el caso de los datos del CSIC, lo cual en las recomendaciones de la Complutense han sido actualizadas.

En el caso del calcio las diferencias se establecen a la luz de los recientes datos sobre la relación calcio-osteoporosis, de los cuales no se disponía en el momento de la recomendación del CSIC, y que coinciden con las recomendaciones del NRC en su edición anterior. Es de señalar como el ILSI hace distinción entre las recomendaciones de calcio para hombres y mujeres. Para la vitamina D, las recomendaciones españolas se ajustan mejor a la síntesis de esta vitamina a través del sol que se puede realizar en nuestro país, que es superior a la de la población americana, para quien están destinadas las recomendaciones del NRC, superiores en cantidad de vitamina D necesaria en los alimentos. No obstante, cabe destacar que la revisión del Complutense incrementa las recomendaciones de jóvenes a 5 μ g que mantiene en adultos.

Cuadro 2. Recomendaciones de nutrientes para jóvenes.

Nutrientes	Hombres						Mujeres					
	CSIC (10-13)	NRC (11-14)	CSIC (13-16)	NRC (15-18)	CSIC (16-20)	NRC (19-24)	CSIC (10-13)	NRC (11-14)	CSIC (13-16)	NRC (15-18)	CSIC (16-20)	NRC (19-24)
Proteínas (g)	43	45	54	59	56	58	41	46	45	44	43	46
Ca (mg)	800 (-1000)	1200	850 (-1000)	1200	850 (-1000)	1200	800 (-1000)	1200	850 (-1000)	1200	850 (-1000)	1200
P (mg)		1200		1200		1200		1200		1200		1200
Mg (mg)	350	270	400	400	400	350	300	280	330	300	330	280
Fe (mg)	12	12	15	12	15	10	18	15	18	15	18	15
Zn (mg)	15	15	15	15	15	15	15	12	15	12	15	12
I (ug)	125	150	135	150	145	150	115	150	115	150	115	150
Selenio (ug)		40		50		70		45		50		55
Tiamina (mg)	1,0	1,3	1,1	1,5	1,2	1,5	0,9	1,1	1,0	1,1	0,9	1,1
Riboflavina (mg)	1,5	1,5	1,7	1,8	1,8	1,7	1,4	1,3	1,5	1,3	1,4	1,3
Niacina (EN)	16	17	18	20	20	19	15	15	17	15	15	15
Vitamina B (mg)	-1,6	1,7	-2,1	2	-2,1	2	-1,6	1,4	-2,1	1,5	-1,7	1,6
Ác. Ascórbico (mg)	60	50	60	60	60	60	60	50,0	60	60	60	60
Vitamina A (ER)	575 (-1000)	1000	725 (-1000)	1000	750 (-1000)	1000	575 (-1000)	1000	725 (-1000)	1000	750 (-1000)	1000
Vitamina D (ug)	25(5)	10	25(5)	10	25(5)	10	25(5)	8	25(5)	8	25(5)	8
Vitamina E (pi-TE)	-10	10	-11	10	-12	10	-10	8	-11	8	-12	8
Vitamina K (ug)		45		65		70		45		55		60

Fuente: Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos.

Por último, los aportes de vitamina A tanto del ILSI como del NRC y Complutense parecen más adecuados para los requerimientos poblacionales, a la luz de los conocimientos actuales. Para algunos nutrientes (algunas vitaminas y minerales) aún no existen datos suficientes para establecer una ingesta recomendada, aunque si lo son para establecer un rango de ingesta segura y adecuada, como son los casos de la biotina, ácido pantoténico, cobre, manganeso, flúor, cromo y molibdeno.

Algunos de estos nutrientes pueden resultar tóxicos si se supera ampliamente el rango establecido como seguro y adecuado, por lo que no se debe sobrepasar éste.

Por último, existen nutrientes sobre los que no se tienen datos suficientes como para establecer ni tan siquiera un rango de ingesta segura y adecuada a la luz de los escasos y/o contradictorios datos sobre los mismos. Es el caso del níquel o elementos como sodio, potasio y cloro, donde se están reconsiderando propuestas clásicas en virtud del consumo habitual de los mismos, estableciéndose para estos tres últimos sólo cantidades mínimas recomendables. De cualquier modo, hemos de tener en cuenta que en algunos casos las recomendaciones están ligeramente sobrevaloradas cuando no existe riesgo de toxicidad en los rangos establecidos como recomendables para los nutrientes, y aun así, se pueden dar casos concretos de deficiencias de nutrientes concretos con dietas que cumplen las recomendaciones (por ejemplo, en mujeres con menstruaciones copiosas).²

² MORENO, Rafael: *Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos*, pp. 266-270

Cuadro 3. Recomendaciones de nutrientes para adultos.

Nutrientes	Hombres					Mujeres				
	CSIC	ILSI	NRC	CSIC	NRC	CSIC	ILSI	NRC	CSIC	NRC
	20-50	20-59	25-50	>50	>50	20-50	20-59	25-50	>50	>50
Proteínas (g)	54		63	54	63	41		50	41	63
Ca (mg)	600 (-800)	600	800	600 (-800)	800	600 (-800)	800	800	700 (-800)	800
P (mg)		800	800		800			800		800
Mg (mg)	350	420	350	350	350	330		280	300	280
Fe (mg)	10	06-12	10	10	10	18	(12-24)	15	10	10
Zn (mg)	15	08-10	15	15	15	15		12	15	12
I (ug)	140	150	150	140	150	110		150	110	150
Selenio (ug)		20	70		70			55		55
Tiamina (mg)	1,1	1,8	1,5	1,0	1,2	0,9		1,1	0,8	1,0
Riboflavina (mg)	1,7		1,7	1,4	1,4	1,4		1,3	1,1	1,2
Niacina (EN)	20	20	19	16	15	15		15	12	13
Vitamina B (mg)	2,0	3,0	2,0	2,0	2,0	2,0		2,0	2,0	2,0
Ác. Ascórbico (mg)	60	80	60	60	60	60		60	60	60
Vitamina A (ER)	750 (-1000)	1000	1000	750 (-1000)	1000	750 (-800)		800	750 (-800)	800
Vitamina D (ug)	2,5	5	5	2,5	5	2,5		5	2,5	5
Vitamina E (pi- TE)	-12	12	10	-12	10	-12		8	-12	8
Vitamina K (ug)		100	80		80			65		65

Fuente: Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos.

En 1977, la Asamblea Mundial de la Salud decidió que la principal meta de los gobiernos y de la Organización Mundial de la Salud (OMS) debería consistir en alcanzar para todos los ciudadanos del mundo en el año 2000 un grado de salud que les permitiera llevar una vida social y económicamente productiva, la conocida directriz SALUD PARA TODOS EN EL AÑO 2000. En 1978 se celebró en Alma-Ata (URSS) una Conferencia ínter nacional sobre Atención Primaria de Salud.

En esta conferencia, se declaró que la atención primaria de salud es la clave para alcanzar la salud para todos, instando a todos los gobiernos a que formularan estrategias y políticas encaminadas a su desarrollo. En el informe de esta Conferencia se subraya que el desarrollo de la salud es imprescindible para el progreso social y económico, que los medios para alcanzarlos se hallan íntimamente relacionados entre sí, y que debe considerarse que las acciones encaminadas a mejorar la situación sanitaria y la socioeconómica se apoyan mutuamente, en lugar de rivalizar entre sí.

En 1979, el Consejo Ejecutivo de la OMS, estableció los principios fundamentales para la formulación de estrategias, con el fin de alcanzar el objetivo de Salud para todos en el año 2000. Sin embargo no se trata de una estrategia de la OMS, sino, más bien, de una expresión de responsabilidad individual y colectiva de los países para el logro de dicho objetivo. Esta estrategia plantea, entre otras, la necesidad de elaborar programas de atención que, de acuerdo con las circunstancias y recursos de cada país, desarrollen medidas de promoción de la salud, prevención de la enfermedad, tratamiento y rehabilitación. Considera, fundamental la vigilancia social de la infraestructura de la tecnología de salud, a través de un alto grado de participación de la comunidad.

Es preciso, para el logro de dicha estrategia, el compromiso político de los gobiernos a nivel nacional e internacional, así como el de los grupos financieros, de los profesionales de la salud y de otros sectores, e indispensable la movilización de todos los recursos humanos en cada país, de acuerdo con sus características específicas, así como la cooperación internacional. En este sentido gran número de países de todas las regiones han formulado ya sus estrategias nacionales encaminadas a alcanzar la salud para todos en el año 2000.

Para el logro de esta estrategia, la OMS ha elaborado 38 objetivos, entre los cuales cabe destacar los referentes a la educación y la salud de los niños y adolescentes, en los que se orienta que es preciso proporcionar a las poblaciones los conocimientos, las posibilidades y las motivaciones necesarias para adquirir y mantener un adecuado nivel de salud, así como la enorme importancia de la participación activa de la familia, profesores y grupos sociales en el desarrollo y fortalecimiento de estilos de vida sana en los niños.

Actualmente más de la mitad de la población mundial tiene menos de 25 años (el 20 por 100 menores de 10 años y el 30 por 100 entre 10 y 25 años). La aceleración de la urbanización y de los cambios tecnológicos enfrenta a la población infantil a cambios espectaculares en cortos espacios de tiempo, lo que dificulta el ajuste de conductas establecidas en otra época y grandes problemas a la hora de orientarse.

La salud de las comunidades no se refiere a la supervivencia de los individuos que la componen, sino al desarrollo de todas sus potencialidades, promoviendo el máximo de calidad en la vida y no sólo de cantidad de años por vivir. Los jóvenes pueden y quieren asumir mayor responsabilidad en el cuidado de su salud y su vida, y ello dependerá del comportamiento de otros (los no tan jóvenes). Este es el reto que la sociedad tiene planteado.

Si la salud de los jóvenes depende especialmente de su comportamiento, estos necesitan comprender los cambios que se producen simultáneamente en su cuerpo, mente, ambiente y relaciones sociales durante este período de transición de la infancia a la edad adulta.

Es importantísima la actuación de las personas adultas más cercanas a ellos (profesores y familia), no sólo como vehículos de transmisión de conocimientos, sino también como potenciadores de la participación activa del niño y adolescente en su estima y autocuidado. No olvidemos que los jóvenes se caracterizan por su gran actividad, su idealismo y su capacidad de crear conceptos nuevos si se les da la oportunidad. Este texto, pretende ser un instrumento más para el logro del objetivo Salud para todos en el año 2000.

Una herramienta de trabajo, que permita al profesorado cooperar activamente con este objetivo. Una manera de proporcionar información y orientación en el proceso de enseñanza de los escolares, para el conocimiento y utilización de los recursos disponibles en su entorno, de forma favorable a su salud, que les permita gozar más y mejor una vida en el medio natural y social donde se desarrollan.³

2.1.2 Antecedentes referenciales.

Control a bares escolares inicia en mayo

Pese a la puesta en vigencia (en el año 2006) del Acuerdo N° 280 del Ministerio de Educación, que reforma el funcionamiento de los bares escolares, tanto en escuelas particulares como fiscales, los chicos prefieren la comida 'rápida'.

El mencionado Acuerdo Ministerial incorpora el Reglamento Sustitutivo para el Manejo y Administración de Bares Escolares de los establecimientos educativos del país, con el objeto de mejorar la calidad de vida de los estudiantes de los niveles inicial, básico y bachillerato.

Además contempla normas nutricionales e higiénicas que permitan seleccionar, preparar y expender alimentos y bebidas saludables; sin embargo esta disposición se cumple a medias, según lo manifestó el Comisario de Salud Carlos Franco.

Por ello, a partir de la primera semana de mayo, la Dirección de Salud -a través del Departamento de Educación para la Salud y la Comisaría de la Salud- junto con la Dirección de Educación, emprenderán en el control a los bares escolares.

El control se basará en la calidad de alimentos que expenden y el nivel de cumplimiento de los estándares de sanidad contemplados en el Reglamento expedido por el Ministerio de Educación.

³CALVO, Socorro: *Educación para la salud en la escuela*.pp 1-4.

Para el efecto, se desarrollará un proceso de capacitación técnica y legal a cada uno de los dueños y expendedores de comida de los bares tanto de escuelas como de colegios, a fin de que conozcan sobre nutrición y consumo de agua segura, así como prevención de enfermedades.

Franco acotó que el objetivo es que rectores y directores de los planteles asuman su rol protagónico, que según el Acuerdo Ministerial están obligados a llamar a concurso para la atención de los bares escolares, y quienes participen no deben ser familiares de las autoridades del plantel.

Así mismo, las autoridades educativas están en la obligación de entregar un menú diario a quienes administran el bar para la preparación de alimentos; todo ello con la finalidad que alumnos y maestros se habitúen al consumo de alimentos sanos como frutas y leche de soya.

Los alimentos y bebidas que se expendan en los bares escolares deben ser naturales y frescos, cuyas características físicas, químicas y biológicas no atenten contra la salud de los que consumen.

Todos los alimentos y bebidas elaboradas deberán tener el correspondiente Registro Sanitario. Se prohíbe la presencia de animales en el bar, cerca de él o sus alrededores.

En cuanto a los alimentos para el expendio, éstos deben ser manipulados mediante guantes plásticos desechables, pinzas limpias e inoxidables y servidas en envases desechables o en su empaque original.

Si se utiliza vajilla retornable, su limpieza se la realizará con agua circulante y detergente; de igual forma hay que incentivar el uso de servilletas desechables y manteles de tela preferentemente blanca.

Hay que evitar la manipulación simultánea de dinero y alimentos; usar delantal y gorro limpios, en buen estado de conservación y de color claro; usar manteles secos, limpios y de color claro para el secado de la vajilla.

Se prohíbe la venta de alimentos preparados con químicos y el uso de aditamentos como la mayonesa, mostaza, salsa de tomate o cualquier otro que incremente las posibilidades de intoxicación.

Entre los alimentos que no se puede vender en estos bares están las hamburguesas, perros calientes, gaseosas, frutas verdes como grosella o mango con sal.

La combinación de alimentos preparados debe ser equilibrada, considerando el uso de hidratos de carbono, proteínas, grasas, vitaminas y minerales.

El documento aclara que es responsabilidad de las autoridades institucionales y los docentes mantener un estricto control que impida el consumo de cigarrillos y alcohol, por los integrantes de la comunidad educativa.

En el Acuerdo Ministerial se ordena que los locales de los bares escolares completos tengan un área mínima de diez metros cuadrados, con suficientes luz y ventilación.

En el caso de bares adaptados o quioscos, deben tener acceso cercano a servicios higiénicos y lavabos; además de poseer un depósito de agua limpia y fresca.

Tanto el administrador como los empleados del bar, deberán presentar el certificado de salud, previo al ejercicio de su actividad y cumplir con las normas sanitarias establecidas en el MSP.

Las normas sanitarias contemplan el aseo personal: cabellos y uñas cortas y limpias; piel sana, sin afecciones cutáneas o heridas; no toser o estornudar sobre los alimentos; no fumar ni ingerir licor en el bar.⁴

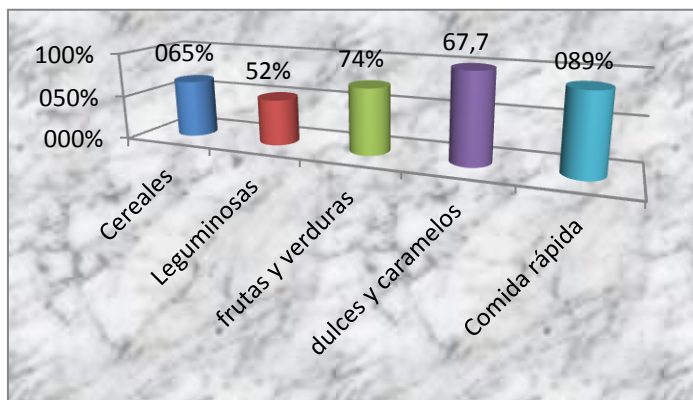
“Esta «educación» debería ser extensible a los centros de enseñanza (con una línea de Educación Higiénico-dietética: dieta, ejercicio, pensamiento y relajación, cuidado y protección de la naturaleza, o sea, que orienten en el cuidado de la salud del futuro adulto).”⁵

⁴MINISTERIO DE EDUCACION: “Control a bares escolares”, *Diario la hora*.

⁵MORÓN, Andrés: *El engaño de las dietas: cómo aprender a adelgazar*. p 160.

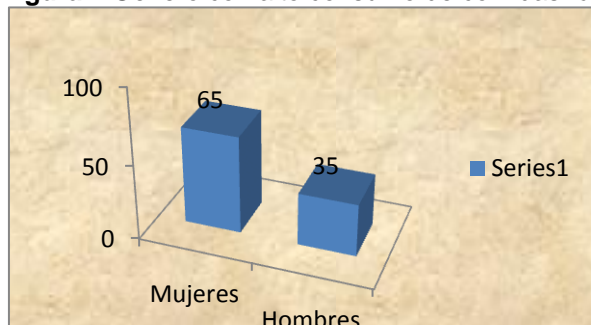
Con el objeto de tener una idea cuantitativa de los futuros estudiantes de la Universidad, consideremos datos de un sondeo realizado por la ESPOCH a 384 estudiantes adolescentes entre 10 a 18 años de la ciudad de Guayaquil, de los cuales el 65% son mujeres y el 35 % varones, el 61% pertenece a establecimientos privados y el restante 39% a establecimientos públicos, muestran que el 65,2% consumen cereales, el 52% leguminosas, 82,3% lácteos, 62% embutidos, el 74% consumen de frutas y verduras, 67,7% dulces y caramelos, un 88,8% comida rápida, tipo de bebidas que consumen entre comidas 76,8% cuya frecuencia de consumo se aleja de la recomendada para esta edad; tiempos de comida, el 30,5 % de adolescentes no consumen tres comidas diarias y el 69,5% tienen sus tres tiempos de comida; características de la dieta, el 43% considera que su dieta es poco variada, el 29,2% no desayuna, y el 38,2% no cena todos los días, con los datos anteriores es posible tener una idea de la tendencia de consumo de alimentos por parte de los futuros estudiantes de las universidades.

Figura 1. Porcentaje de consumo de alimentos.



Fuente: Estudiantes de la ESPOCH.

Figura 2. Genero con alto consumo de comidas rápidas.



Fuente:Estudiantes de la ESPOCH

“Cualquier alteración de los alimentos en su calidad o precios, debidamente comprobados, será motivo de amonestación verbal o escrita y suspensión temporal o definitiva de la administración del bar. Cigarrillos y Alcohol La Ministra de Educación (e) Gloria Vidal, mediante oficio circular N° 194, recordó a los Subsecretarios Regionales y Directores Provinciales de Educación, que se encuentran vigentes los Acuerdos Ministeriales N° 2369 del 2 de junio de 1992, y 280 del 31 de mayo de 2006, que prohíben la venta y consumo de cigarrillos y alcohol en los bares escolares de los establecimientos educativos de todos los niveles del país”⁶

2.1.3 Fundamentación.

Las frutas y verduras.

Los alimentos de origen vegetal se clasifican en grupos de acuerdo a su apariencia externa, a la manera de obtenerlos y a sus características organolépticas y nutricionales. Por este motivo la clasificación alimentaria no se corresponde a la clasificación botánica.

Se llaman frutas a un grupo de frutos comestibles, de naturaleza carnosa, que se pueden comer sin preparación.

Se llaman hortalizas a las partes comestibles de las plantas que se cultivan en las huertas. Las hortalizas provienen de diferentes partes de las plantas que se cultivan en las huertas:

- 1) Raíces y rizomas, como nabos, remolacha y zanahorias.
- 2) Bulbos y tubérculos, como ajos, puerros y cebollas.
- 3) Tallos hojas y hierbas como espinacas, acelgas, lechugas y espárragos.
- 4) Flores e inflorescencias como: alcachofas y coliflor.

⁶ MORENO ROJAS, Rafael: *Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos*, p. 268.

5) Frutos y semillas (incluidos entre las hortalizas desde un punto de vista alimenticio, no botánico), como pepino, tomate, berenjena y calabaza.

Los champiñones y las setas, cuerpos fructíferos de los hongos basidiomicetos, se incluyen también entre las hortalizas, aunque no son de origen vegetal.

Se llaman verduras a las hortalizas de los grupos 3 y 4.

Otros alimentos de origen vegetal no se incluyen en estos grupos son: Los aceites, los cereales, el azúcar, los frutos secos, las legumbres y las patatas.

La importancia del consumo de frutas y verduras es conocida desde hace miles de años. Las primeras descripciones se atribuyen a los egipcios en el llamado Papiro de ebers, que data delo 1500 A.C.

“los pasos recomendados a seguir para implantar en cada tipo de cocina, de un modo adaptado a las peculiaridades del sector, una gestión higiénica planteada desde la perspectiva del autocontrol.”⁷

Figura 3. Visión de la gestión de una cocina.



Fuente. Eduardo Montes.

⁷ MONTES, Eduardo, LLORET, Irene, A, Miguel: *Manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración (2a. ed.)*, p 389.

Principios inmediatos.

Las verduras y las frutas son ricas en agua (75-96%), fibra soluble e insoluble e hidratos de carbono, los glúcidos, principalmente la fructosa, varían en función de la variedad de alimento: (1-9%) en las verduras, entre las más ricas están nabos remolacha, puerros y alcachofas; y (5-20%) para las frutas secas. La disponibilidad de los glúcidos de las frutas frescas depende de la maduración: así, un plátano verde contiene especialmente almidón poco digerible, pero este se transforma en fructosa a medida que avanza la maduración, de tal manera que un plátano maduro contiene un 20% de fructosa y menos de 1% de almidón. En las frutas secas, como las pasas, el contenido de fructosa alcanza el 60-70%.

Las verduras y las frutas son pobres en proteínas (1-2%), y en lípidos (trazas), salvo el aguacate, las aceitunas y el coco. La grasa del aguacate y de las aceitunas contiene sobre todo ácidos grasos mono insaturados (65-75%), mientras que en el coco hay sobre todo ácidos grasos saturados (85%).

Por su riqueza en agua, por su cantidad de fibra y su escasez de nutrientes energéticos, las frutas y sobre todo las verduras, contienen una densidad calórica (contenido en kilocalorías por peso de alimento), particularmente baja.

Como la disponibilidad alimentaria actual conduce a una alimentación con exceso de grasa y azúcares, muy densa en energía, el consumo diario de verduras permite reducir la densidad calórica global de la alimentación, contribuyendo con un papel primordial en la prevención de la obesidad.⁸

⁸ VAZQUEZ, Clotilde, DE COS, Ana, LÓPEZ, Nomdedeu: *Alimentación y Nutrición*, pp 110-112.

Cuadro 4. Composición de frutas y verduras secas.

	FRUTAS FRESCAS	VERDURAS FRESCAS
AGUA	75-90%	80-95%
GLUCIDOS	-Agrios y frutas rojas: 7-10% -Frutos con hueso y pepitas: 10-15% -Plátanos: 20% Aumentan con la maduración. La mayoría son azúcares simples, raro almidón.	-Partes al aire: 1-6% -Raíces: 2-6% Azúcares simples a veces almidón.
FIBRA	1-4% (Frambuesa, membrilla). Algunas veces más del 7% pectinas (sobre todo en la manzana).	2-5% Algunas veces: 9% (perejil) Pectinas en algunos (tomate, zanahoria)
LIPIDOS	<0.05%	<0.05%
PROTEINAS	1%	0.5-3% 5% en guisantes. Habas frescas y nabos.
MINERALES	Aportes ricos en: -Potasio (plátanos). -Calcio (agrios). -Magnesio (kiwis) y muchos otros como hierro, magnesio, cobre, variable en cobre.	Aportes importantes en verduras de hojas: -Potasio, calcio. -Magnesio, cobre, etc.
VITAMINAS	Muy ricos en vitaminas hidrosolubles: -C: agrios y frutas rojas. -Del grupo B. Muy ricos en provitamina A: Frutas muy coloreadas.	-C: pimientos, col, perejil. -Del grupo B. -Provitaminas A. Verduras muy coloreadas.
OTROS	-Ácidos orgánicos: >cítricos, mólico y tártrico. -Polifenoles (sabor, color) etc.	-Ácidos orgánicos: Cítrico, mólico y oxálico. Polifenoles: sabor, color, etc.
ACIDOS	Variable según glúcidos. Media: 50 Kcal.	Variable según glúcidos. Media: 30 Kcal.

Fuente: Clotilde Vázquez Martínez.

El negocio de las calorías: el negocio de la insatisfacción

Detrás del culto al cuerpo, existen una serie de condiciones socioeconómicas que se mueven buscando sus propios intereses. Pero como consecuencia, pueden aparecer repercusiones negativas sobre la salud. Los intereses de las grandes industrias, en este caso, pueden afectar seriamente el bienestar de las personas.

El acoso a todo aquel que se aleje del normo peso no sólo se realiza a nivel de calle, sino que también se ve reflejado en el ámbito comercial, donde los medios de comunicación extienden su influencia publicitaria. La incidencia de los más media en el siglo pasado y en este que iniciamos es más que conocida por todo el mundo.

Con sus spots, estos mensajes publicitarios tienen una gran capacidad de mediatizar el consumo y las preferencias de toda la población, lo cual es un elemento perjudicial para la autoestima o salud en general. La raíz de la problemática podríamos buscarla en la producción dietética y su comercialización, explotadas por los más variados sectores empresariales y sobre todo del ramo de la alimentación, que se están enriqueciendo a costa de numerosas personas que buscan la tan ansiada felicidad.

La insatisfacción corporal ha generado una gama de miles de productos, centros, revistas, etc., que maneja muchísimo dinero por todo el mundo. Por supuesto, aquellos que se enriquecen gracias a esta circunstancia, actúan con el claro ánimo de, más allá de la explotación del producto, conseguir la perpetuación de su mercado fomentando la sensación de frustración y marginalidad de las personas con exceso de peso u obesidad.

El objetivo es fomentar el consumo de productos bajos en calorías y otros adelgazantes, que ayudarán a perder peso pero que tendrán un aporte económico extra que garantiza la fiabilidad de acción, por parte del comprador. Con su propia publicidad, se pretende implicar a la mayor parte de consumidores posibles en aquel problema al que pretenden dar solución con sus productos. Estos despliegues publicitarios influyen en la población, sobre todo en las mujeres (aunque no cabe despreciar el evidente y creciente acoso al varón), extendiendo así el descontento del público con diferentes partes de su cuerpo que serán susceptibles de ser tratadas mediante una publicidad de dietas y artilugios milagrosos o por simples intervenciones quirúrgicas al alcance de todos.

Esta sensación, además, es potenciada por la introducción de modelos que encarnan los resultados positivos que experimentará el espectador; dichos modelos no necesitarían de estos productos.

Del contenido de estos anuncios sobresalen aspectos como las continuas llamadas a la autoestima, la felicidad y el éxito social que la pérdida de peso llevaría al consumidor. Además, la procedencia estrictamente natural de los componentes del producto ofrece una fiabilidad más precisa del mismo para el consumidor. Se tiene la impresión de que lo industrial impregna todos los aspectos de nuestra vida, las personas muestran cierta nostalgia hacia el medio rural o, cuando menos, de la vivacidad de un entorno ecológico. De aquí la nueva llamada a lo biosaludable.

Seguramente este es un anhelo deseado, pero esta publicidad lo utiliza a menudo para dar una imagen de su producto alejada de la realidad, ya que la industria es la madre de los alimentos que ingerimos en nuestro medio. Lamentablemente, en la práctica, elementos naturales y beneficiosos para nuestra salud, como es el descanso, el paseo relajado, una alimentación menos procesada, el agua, la luz natural, etc.,

No son tan valorados como la propaganda que se anhela a través de la publicidad. Esta pretendida naturalidad viene acompañada por la voluntad de justificar los beneficios de sus propuestas. Todo este negocio gira alrededor de «lo natural». Bajo este término «natural» se quieren justificar una multiplicidad de productos, desde todo tipo de alimentos hasta pastillas.

Se ensalzan las investigaciones de los creadores de los productos y luchan por mostrarse como pioneras en la consecución de resultados eficientes en las relaciones tiempo-resultado y esfuerzo-resultado, acentuando así la impresión de «producto milagro» suministrador de la ansiada felicidad.

Se genera pues una ilusión que induce a la adquisición del objeto haciendo buena la sentencia de Guarín que afirmaba que: «El aire que respiramos está compuesto de oxígeno, nitrógeno y publicidad.»⁹

La obesidad infantil

La obesidad es un cúmulo de grasa superior a las cantidades razonables en relación con la edad, la talla y el sexo de un individuo como resultado de la existencia de un balance energético positivo que se prolonga durante un tiempo.

Tiene repercusión en toda la economía que implica alteraciones en diferentes subsistemas, por lo cual muchos especialistas mencionan el síndrome metabólico que incluye además de la obesidad, a la hipercolesterolemia, hipertrigliceridemia, elevación de las LDL y VLDL, disminución de las HDL, hiperuricemia y aumento de la resistencia a la insulina.

No es por tanto un trastorno único, por el contrario se acepta que es un grupo heterogéneo de trastornos asociados que repercuten grandemente en la morbilidad y mortalidad de las poblaciones a través de altas incidencias de diabetes tipo II, hipertensión arterial, enfermedades cerebrovasculares, enfermedades cardiovasculares, algunos tipos de cáncer y apnea obstructiva del sueño entre otras.

En este trabajo se expone el resultado de una revisión bibliográfica sobre la obesidad infantil con el propósito de alertar sobre su incremento y necesidad de actuar para disminuir sus manifestaciones en niños y niñas.

Desarrollo

La obesidad presente en la infancia y la adolescencia es causa principal de hipertensión mantenida en los adolescentes y de complicaciones vasculares en adultos jóvenes, además de ser un factor de riesgo importante de la existencia de

⁹MORÓN, Andrés: *El engaño de las dietas, cómo aprender a adelgazar*. pp 162 - 164.

adultos obesos por la formación en estas edades de un número elevado de adipocitos que facilitan el depósito de las grasas.

El peso excesivo en niños y adolescentes contribuye a deformidades ortopédicas, reducción de la actividad física y distorsión de la estética corporal que pueden afectar la autoestima, las relaciones interpersonales y su proyección social.

La obesidad constituye una pandemia que afecta a los diferentes grupos etarios, sin límites en relación con la raza o el sexo. En los países desarrollados es una de las mayores afecciones sanitarias que se informa en la literatura científica en los últimos años y también en los países no desarrollados se puede presentar con una elevada prevalencia junto con la desnutrición por defecto.

La prevalencia de la obesidad tiene relación con la edad, sexo, raza, nivel educacional y situación socio económica de los afectados. Este problema es un efecto de varias causas que tienen relación con diversos factores.

Se clasifica la obesidad de causa primaria cuando corresponde a elementos ajenos al individuo, como las provocadas por el medio ambiente y de causa secundaria cuando corresponde a elementos propios del individuo afectado, como las enfermedades genéticas y neuroendocrinas. En los casos que concurren varios factores causales o etiológicos se clasifica la obesidad como mixta.

Para liberarla en forma de calor, lo que se denomina como elevada eficiencia energética del obeso. Toda alteración del estado de nutrición normal se acompañará en mayor o menor medida de modificaciones funcionales, estructurales o ambas que podrán ser detectadas bien por métodos de laboratorio, clínicos o ambos. En dependencia de su intensidad, duración y época de la vida, será la magnitud de las modificaciones detectadas y su repercusión sobre el estado de salud.

Los estudios antropométricos permiten detectar las transformaciones morfológicas que son expresión de alteraciones en tamaño, estructura y composición corporal que responden a determinado estado nutricional. Pueden indicar riesgos para la salud o afectación de la misma.

La evaluación nutricional mediante la antropometría, utiliza la medición corporal simple, como el peso, la talla, las circunferencias o pliegues grasos, en relación con la edad y el sexo. También emplea la asociación de dos medidas corporales entre sí, como la relación de la talla con el peso o la circunferencia de cintura con la de la cadera.¹⁰

El misterio de las frutas tropicales

Cada vez encontramos una gran diversidad de frutas tropicales, que a diferencia de la piña y la banana, eran hasta poco tiempo desconocidas para la mayoría de nosotros.

Estas frutas nos llaman la atención y nos sorprenden con sus exóticas formas, sus vivos colores, su peculiar aroma, y si nos decidimos a comprarlas. Su delicioso y singular sabor.

Las frutas tropicales han iniciado recientemente a proliferar con una gran diversidad en los mercados occidentales siendo hasta ahora desconocidas para muchos. Estas frutas exóticas en a otros casos son totalmente naturales y ecológicas así no estén certificadas debido a su método de cultivo. Frutas de Colombia, frutas de Puerto Rico, Malasia, Brasil, El Salvador o frutas del Ecuador entre otros países están transportando incluso los puntos de venta de frutas nuevos sabores, colores, aromas y formas de disfrutar de estos tipos de frutas tropicales. Totalmente estas frutas exóticas alcanzan hasta los consumidores como fruta fresca, pulpa de frutas o frutas deshidratadas. Aun milita mucha inexperiencia en cuanto a la manera de consumir estas frutas tropicales lo cual puede llevar a su rechazo.

Son excelentes para la elaboración de batidos y jugos de frutas, ya sean mezclados con leche o agua, así como para la preparación de helados y postres.

Estas frutas son especialmente ricas en vitaminas A, B y C, en calcio, hierro, potasio y magnesio, por lo que son ideales para el sistema nervioso y el sistema inmunitario,

¹⁰VISSER, Richard, GONZÁLEZ Troadio, CABALLERO Ángel: *Obesidad infantil*, pp 1- 5.

para el estrés y constituyen un poderoso agente contra el envejecimiento. Además están especialmente recomendadas para aquellas personas que sigan alguna dieta de adelgazamiento, pues a excepción del aguacate y el banano, tienen muy pocas calorías.

Recomendaciones de nutrientes concretos

A) Proteínas

Los criterios mantenidos para establecer los requerimientos de proteínas se basan en el equilibrio entre el nitrógeno ingerido y excretado en adultos. Sin embargo, en niños es necesario un balance positivo (depósito de nitrógeno en el organismo), siendo además necesario en lactantes un crecimiento armónico para que se considere adecuado el aporte de nitrógeno. Por otra parte, en relación a las proteínas, es necesario no sólo evaluar su cantidad total aportada sino la calidad de ésta, ya que un aporte inadecuado en aminoácidos esenciales, aun cuando el aporte proteico total sea suficiente, puede ocasionar balances negativos por una infrautilización proteica. Por ello es necesario, no sólo establecer unos criterios de aporte mínimo y recomendable de proteínas, sino a su vez establecer unos mínimos de aminoácidos esenciales. Ya comentamos en su momento que la cisteína puede reemplazar un 30 % de los requerimientos de metionina, y que la tirosina hace otro tanto con un 50 % de los requerimientos de fenilalanina, por lo que las recomendaciones de estos aminoácidos se hacen por parejas. El aporte de proteínas en relación al aporte calórico debería situarse en un 12-15 % como ya indicamos, no obstante, en niños, nunca debe ser inferior al 5 %, ni tampoco se deben sobrepasar las recomendaciones generales de proteínas en más del doble.

Para determinar la calidad nutricional de las proteínas, entre otros índices, se puede emplear el índice nutricional, que se calcula como: $([\text{proteínas animales} + \text{proteínas de leguminosas}] / \text{proteínas totales})$, estando en España este índice en 0,7, que es el valor óptimo.

Cuadro 5. Peso ideal de hombres entre 25 – 59 años (Metropolitan Life Insurance).

Talla (cm)	Compleción		
	Pequeña	Mediana	Grande
158	58,3-61,0	59,6-64,2	62,8-68,3
159	58,6-61,3	59,9-64,5	63,1-68,8
160	59,0-61,7	60,3-64,9	63,5-69,4
161	59,3-62,0	60,6-65,2	63,8-69,9
162	59,7-62,4	61,0-65,6	64,2-70,5
163	60,0-62,7	61,3-66,0	64,5-71,1
164	60,4-63,1	61,7-66,5	64,9-71,8
165	60,8-63,5	62,1-67,0	65,3-72,5
166	61,1-63,8	62,4-67,6	65,6-73,2
167	61,5-64,2	62,8-68,2	66,0-74,0
168	61,8-64,6	63,2-68,7	66,4-74,7
169	62,2-65,2	63,8-69,3	67,0-75,4
170	62,5-65,7	64,3-69,8	67,5-76,1
171	62,9-66,2	64,8-70,3	68,0-76,8
172	63,2-66,7	65,4-70,8	68,5-77,5
173	63,6-67,3	65,9-71,4	69,1-78,2
174	63,9-67,8	66,4-71,9	69,6-78,9
175	64,3-68,3	66,9-72,4	70,1-79,6
176	64,7-68,9	67,5-73,0	70,7-80,3
177	65,0-69,5	68,1-73,5	71,3-81,0
178	65,4-70,0	68,6-74,0	71,8-81,8
179	65,7-70,5	69,2-74,6	72,3-82,5
180	66,1-71,0	69,7-75,1	72,8-83,3
181	66,6-71,6	70,2-75,8	73,4-84,0
182	67,1-72,1	70,7-76,5	73,9-84,7
183	67,7-72,7	71,3-77,2	74,5-85,4
184	68,2-73,4	71,8-77,9	75,2-86,1
185	68,7-74,1	72,4-78,6	75,9-86,8
186	69,2-74,8	73,0-79,3	76,6-87,6
187	69,8-75,5	73,7-80,0	77,3-88,5
188	70,3-76,2	74,4-80,7	78,0-89,4
189	70,9-76,9	74,9-81,5	78,7-90,3
190	71,4-77,6	75,4-82,2	79,4-91,2
191	72,1-78,4	76,1-83,0	80,3-92,1
192	72,8-79,1	76,8-83,9	81,2-93,0
193	73,5-79,8	77,6-84,8	82,1-93,9

Fuente: Rafael Moreno

B) Lípidos

Si bien ya hemos comentado que los lípidos pueden sintetizarse a partir de otros principios inmediatos (vía acetilcoenzima A), lo cierto es que existen algunos ácidos grasos esenciales que deben aportarse regularmente en la dieta, como ya se dijo, siendo también los lípidos el vehículo habitual de incorporación de las vitaminas liposolubles a nuestro organismo. Como ya indicamos, es necesario un aporte de unos 3-6 g/día de ácidos linoleico, lo que supone un 1-2 % de la ingesta energética diaria en adultos, si bien la AAP y ESPGAN recomiendan subir a 3-6 % en niños. En cualquier caso, recordemos la recomendación de no superar el 10 % de las calorías de la dieta en forma de ácido linoleico, siendo preferible mantenerse por debajo del 7 % para evitar repercusiones a largo plazo.

Pero sabemos que no sólo el ácido linoleico es esencial para el desarrollo orgánico, existiendo otros del tipo Ω -3 y Ω -6 que son esenciales o muy recomendables en la dieta tanto de adultos, como de niños. Si bien no existen recomendaciones oficiales de estos ácidos grasos, se están proponiendo algunos valores orientativos como, 10-25 % de la ingesta propuesta para linoléico en forma de ácidos Ω -3, o en el caso de prematuros aportes de 55 mg/100 kcal (aproximadamente un 0,5 % de la energía de la dieta) en forma de ácido linolénico. Si bien algunos ácidos grasos como el eicosapentaenoico, docosahexaenoico y araquidónico pueden sintetizarse a partir de los ácidos linoléico y linolénico, los lactantes parecen ser deficientes, en las enzimas que provocan estas elongaciones (elongasas) y desaturaciones (desaturasas), por lo que sus membranas pueden tener menores cantidades de aquellos si se alimentan con leches de fórmula en las que no se suplementan con este tipo de ácidos grasos esenciales para un correcto desarrollo de las membranas neuronales y de la retina. En cuanto a la proporción de la grasa en el aporte energético, se cifra entre un 30-35 % de las calorías diarias totales (sólo recomendable llegar al 35 % si la grasa culinaria principal es el aceite de oliva).

Cuadro 6. Requerimientos de aminoácidos esenciales (mg/kg/día) Según FAO.

Aminoácidos	Lactantes	Niños	Adolescentes	Adultos
Histidina	28	?	?	(8 - 12)
Isoleucina	70	31	28	10
Lisina	161	73	42	14
Lisina	103	64	44	12
Metionina + Cisteína	58	27	22	13
Fenilamina + tirosina	125	69	22	14
Treonina	87	37	28	7
Triptófano	17	18,5	3,3	3,5
Valina	93	38	25	10

Fuente: Rafael Moreno.

C) Hidratos de carbono

Para este principio inmediato sólo referiremos los porcentajes recomendados sobre el aporte calórico total de la dieta, que se cifran entre un 50 y un 55 %, siendo preferible que en su mayoría lo constituyan glúcidos complejos.

D) Elementos inorgánicos y vitaminas

Como hemos comprobado en los capítulos correspondientes a estos nutrientes, los requerimientos y los fundamentos que llevan a realizar las recomendaciones de cada uno de ellos son muy variados, dependiendo de numerosos factores como: mecanismos de absorción, distribución, almacenamiento, excreción, utilidad fisiológica, vida media en el organismo, etc., que motivan que cada elemento inorgánico y cada vitamina tengan entidad propia para discutir y asignar requerimientos.

Cuadro 7. Peso ideal de mujeres entre 25 -59 años (Metropolitan Life Insurance).

Talla (cm)	Compleción		
	Pequeña	Mediana	Grande
158	58,3-61,0	59,6-64,2	62,8-68,3
159	58,6-61,3	59,9-64,5	63,1-68,8
160	59,0-61,7	60,3-64,9	63,5-69,4
161	59,3-62,0	60,6-65,2	63,8-69,9
162	59,7-62,4	61,0-65,6	64,2-70,5
163	60,0-62,7	61,3-66,0	64,5-71,1
164	60,4-63,1	61,7-66,5	64,9-71,8
165	60,8-63,5	62,1-67,0	65,3-72,5
166	61,1-63,8	62,4-67,6	65,6-73,2
167	61,5-64,2	62,8-68,2	66,0-74,0
168	61,8-64,6	63,2-68,7	66,4-74,7
169	62,2-65,2	63,8-69,3	67,0-75,4
170	62,5-65,7	64,3-69,8	67,5-76,1
171	62,9-66,2	64,8-70,3	68,0-76,8
172	63,2-66,7	65,4-70,8	68,5-77,5
173	63,6-67,3	65,9-71,4	69,1-78,2
174	63,9-67,8	66,4-71,9	69,6-78,9
175	64,3-68,3	66,9-72,4	70,1-79,6
176	64,7-68,9	67,5-73,0	70,7-80,3
177	65,0-69,5	68,1-73,5	71,3-81,0
178	65,4-70,0	68,6-74,0	71,8-81,8
179	65,7-70,5	69,2-74,6	72,3-82,5
180	66,1-71,0	69,7-75,1	72,8-83,3
181	66,6-71,6	70,2-75,8	73,4-84,0
182	67,1-72,1	70,7-76,5	73,9-84,7
183	67,7-72,7	71,3-77,2	74,5-85,4
184	68,2-73,4	71,8-77,9	75,2-86,1
185	68,7-74,1	72,4-78,6	75,9-86,8
186	69,2-74,8	73,0-79,3	76,6-87,6
187	69,8-75,5	73,7-80,0	77,3-88,5
188	70,3-76,2	74,4-80,7	78,0-89,4
189	70,9-76,9	74,9-81,5	78,7-90,3
190	71,4-77,6	75,4-82,2	79,4-91,2
191	72,1-78,4	76,1-83,0	80,3-92,1
192	72,8-79,1	76,8-83,9	81,2-93,0
193	73,5-79,8	77,6-84,8	82,1-93,9

Fuente: Rafael Moreno.

Guías alimentarias

Las recomendaciones nutricionales son datos de elevado interés para los profesionales dedicados a la Nutrición y la Dietética. Sin embargo, son difícilmente interpretadas por la población general, que es quien debe ajustar sus hábitos alimentarios a dichas recomendaciones. Por este motivo es necesario hacer una traducción de los términos técnicos de las recomendaciones nutricionales al lenguaje cotidiano del consumidor. Esto significa no hablar de nutrientes, sino de alimentos; no hablar de gramos, miligramos y microgramos, sino de veces al día, a la semana o al mes; y de platos, vasos, o cualquier otra unidad culinaria que el consumidor entienda y le cueste poco trabajo mensurar.

Y por supuesto, significa llevar la información nutricional a canales de comunicación a los que el consumidor tenga acceso.¹¹

Cuadro8 .Objetivos nutricionales para la población según la OMS.

Nutriente	Limite Inferior	Limite superior
Grasa total (%kcal)	15	30
Ácidos grasos saturados (%kcal)	0	10
Ácidos grasos poliinsaturados (%kcal)	3	7
Colesterol (mg/día)	0	300
Hidratos de carbono totales (%kcal)	55	75
Glúcidos complejos (%kcal)	50	70
Glúcidos simples (%kcal)	0	10
Fibra total (g/día)	27	40
Proteínas totales (%kcal)	10	15
Sal (g/día)		6

Fuente: Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos.

¹¹ MORENO, Rafael: *Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos*, pp 266- 270

Las propiedades de las frutas exóticas

Piña

Aunque es originaria de Sudamérica, hoy en día se cultiva en casi todos los países tropicales y subtropicales. Es rica en vitamina C, B1 y B2, fósforo, calcio, hierro y en fibra, lo que la convierte en un poderoso diurético, además de poseer características antiinflamatorias. Lo ideal es tomarla al natural, sobretodo después de una comida copiosa pues ayuda a disolver los lípidos y las albúminas.

Aguacate o Palta

Es originario de Centroamérica, aunque se cultiva en casi todos los países tropicales y subtropicales, su piel es oscura y rugosa, pero también existe una variedad de piel lisa y verde.

Es rico en sales minerales y vitamina B y E, lo que le convierte en un alimento anti estresante, ideal para personas nerviosas, además contiene hasta un 30% de grasa insaturada o lo que es lo mismo, grasa vegetal sin colesterol, lo que hace de él un alimento estupendo para nuestro corazón.

Papaya

Es una fruta blanda, muy jugosa y de consistencia mantecosa; crecen en regiones tropicales de África y Sudamérica, aunque se cultiva en todos los países tropicales, su forma recuerda la de una pera y es de color verde y amarillo, su carne es color anaranjado. Esta fruta ocupa el primer puesto mundial en lo que a exportación se refiere.

Su contenido en vitamina A y C es muy elevado, por lo que es recomendada para dietas ricas en sodio, además es muy digestiva, y ayuda a disolver las grasas sobrantes del organismo. Podemos consumirla de postre, aunque es ideal para preparar algún entrante, rellenándola tanto de carne como de marisco, o algún tipo de ensalada. Curiosidades: si la consumimos verde y hervida, sirve para calmar el dolor de estomago.

Maracuyá / Fruta de la pasión / Granadilla

De sabor ligeramente ácido y muy aromática. La fruta de la pasión amarilla (*P. Edulisflavicarpa*) es de color amarillo, en forma de baya y con un sabor agridulce. La fruta de la pasión morada (*P. Edulissims*) es más pequeña y de color púrpura o morado. La granadilla (*P. EdulisLigularis*), es otra variedad de la fruta de la pasión también conocida como granadilla dulce, de color anaranjado, dorado o amarillo pardo con pequeñas pintas blancas de sabor agridulce.

Es originaria de Sudamérica, aunque se cultiva en todos los países tropicales y subtropicales. Es ovalada y de color amarillento, al igual que su pulpa. Es rica en vitamina A y C. Se consume en zumo, dulces y batidos. Su mayor virtud, es que es muy refrescante.

Además, contiene una cantidad elevada de fibra, que mejora el tránsito intestinal y reduce el riesgo de ciertas alteraciones y enfermedades.

Guayaba

Es originaria de Centroamérica, aunque es cultivada en todos los países tropicales. Es redonda y de piel amarilla o verde, su pulpa es de color blanco y gelatinoso, sus pepitas también son comestibles. Muy rica en vitamina C y B1. Por ser una fruta muy aromática y dulce, es ideal para la elaboración de tartas y mermeladas.

Esta fruta tropical pertenece a la familia de las Mirtáceas. Muchas de sus especies son muy aromáticas, como el eucalipto y el clavero.

Todas las guayabas las producen árboles del género *Psidium* que crecen en regiones tropicales de América, Asia y Oceanía. En otros países también se la conoce como guayabo, guara, arrayana y luma. Cuando están maduras, exhalan un profundo aroma que las hace muy sugestivas y tentadoras.

Es de bajo valor calórico, por su escaso aporte de hidratos de carbono y menor aún de proteínas y grasas. Destaca su contenido en vitamina C; concentra unas siete veces más que la naranja.

Tamarillo / Tomate de árbol

Procede de Sudamérica, y sólo se cultiva en las zonas tropicales altas: Brasil, Colombia y Sudáfrica. Se trata de una fruta ligeramente ovalada, que dependiendo de su variedad, el color de su piel será rojo, naranja o amarillo, y si lo seccionamos, es lo más parecido a un tomate. Posee un sabor agridulce, y muchísima vitamina E además de calcio. Su componente mayoritario es el agua. Es ideal para las dietas de adelgazamiento, ya que tiene poquísimas calorías a expensas de su aporte de hidratos de carbono. Destaca su contenido de provitamina A y C, de acción antioxidante.

Coco.

El cocotero del cual procede este fruto es la palmera más cultivada e importante a nivel mundial.

Propio de las islas de clima tropical y subtropical del océano Pacífico, su cultivo se ha extendido por Centroamérica, el Caribe y África tropical.

En ciertos países europeos, encuentra su mejor salida el coco fresco; el protagonista indiscutible de ferias y verbenas y de común uso en múltiples preparaciones de repostería artesanal e industrial.

La grasa constituye el principal componente tras el agua y es rica en ácidos grasos saturados (88,6% del total), por lo que su valor calórico es el más alto de todas las frutas. Aporta una baja cantidad de hidratos de carbono y menor aún de proteínas. Así mismo, el coco es rico en sales minerales que participan en la mineralización de los huesos (magnesio, fósforo, calcio) y en potasio.

En cuanto a otros nutrientes, destaca su aporte de fibra, que mejora el tránsito intestinal y contribuye a reducir el riesgo de ciertas alteraciones y enfermedades.

Mango

Está reconocido en la actualidad como uno de los tres o cuatro frutos tropicales más finos.

Este fruto carnoso, sabroso y refrescante, es también conocido como "melocotón de los trópicos". Es el miembro más importante de la familia de las Anacardiáceas o

familia del marañón, género *Mangifera*, el cual comprende unas 50 especies, nativas del sureste de Asia e islas circundantes, salvo la *Mangifera africana* que se encuentra en África. Su cultivo se viene realizando desde tiempos prehistóricos. Hoy día se cultiva sobre todo en la India, Indonesia, Florida, Hawái, México (el principal país exportador del mundo), Sudáfrica, Egipto, Israel, Brasil, Cuba, Filipinas y otros numerosos países.

Aporta una cantidad importante de hidratos de carbono por lo que su valor calórico es elevado. Es rico en magnesio y en lo que a vitaminas se refiere, en provitamina A y C (200 gramos de pulpa cubren las necesidades de una persona de dichas vitaminas).

Plátano o Banana

El plátano es el cuarto cultivo de frutas más importante del mundo. Pertenece a la familia de las Musáceas, la cual incluye los plátanos comestibles crudos (*Musa Cavendish*), los bananitos o plátanos enanos (*Musa x paradisiaca*) y los plátanos machos o para cocer (*Musa paradisiaca*). Al plátano macho también se lo conoce como "plátano de guisar o hartón", más grande y menos dulce que el resto de variedades de su misma familia.

El plátano tiene su origen en Asia meridional, siendo conocido en el Mediterráneo desde el año 650 d.C. La especie llegó a Canarias en el siglo XV y desde allí fue llevado a América en el año 1516. Su cultivo se ha extendido a muchas regiones de Centroamérica y Sudamérica, así como de África subtropical; constituyendo la base de la alimentación de muchas regiones tropicales. Los nutrientes más representativos del plátano son el potasio, el magnesio, el ácido fólico y sustancias de acción astringente; sin despreciar su elevado aporte de fibra, del tipo fruto-oligosacáridos.

Melón

El melón es el fruto de la melonera, planta de tallo rastrero que pertenece a la familia de las Cucurbitáceas, que incluye unas 850 especies de plantas herbáceas que producen frutos generalmente de gran tamaño y protegidos por una corteza dura.

Al género Cucumis pertenecen especies tan diversas como el pepino (Cucumissativus L.) y el kiwano (Cucumismetuliferus). El origen del melón es muy impreciso, algunos autores afirman que el melón es oriundo de Asia Central, mientras que otros sitúan su origen en el continente africano. Se cultiva en Brasil, Costa Rica, Sudáfrica y España.

El 80% de la composición de esta fruta es agua, y las escasas calorías que aporta se debe a su contenido moderado de azúcares. La cantidad de beta-caroteno, de acción antioxidante, depende de la intensidad del pigmento anaranjado en la pulpa.

Debe consumirse siempre maduro. Estará maduro cuando al apretar sus extremos éstos se hundan un poco. Además de combatir la depresión, tienen un efecto laxante suave y protegen tu estomago.

Sandía

La sandía, también conocida como patilla, melón de agua o melancia, es uno de los frutos de mayor tamaño de cuantos se conocen y puede alcanzar hasta los 10 kilos de peso. Es el fruto de la sandia, planta de la familia de las Cucurbitáceas, que incluye unas 850 especies de plantas herbáceas que producen frutos generalmente de gran tamaño y protegidos por una corteza dura. La sandía se considera originaria de países de África tropical y su cultivo se remonta desde hace siglos a la ribera del Nilo, desde donde se extendió a numerosas regiones bañadas por el mar Mediterráneo.

Se cultiva en Sudamérica, Turquía, Grecia, España e Italia) La sandía se puede decir que es la fruta que más cantidad de agua contiene (93%), por lo que su valor calórico es muy bajo, apenas 20 calorías por 100 gramos. El color rosado de su pulpa se debe a la presencia del pigmento licopeno, sustancia con capacidad antioxidante.

Noni.

Es una fruta tropical de increíble efecto En 1993 Científicos Norteamericanos investigaron las Propiedades de esta fruta debido a que descubrieron que los nativos de algunas islas utilizaban esta fruta para curar la mayoría de sus enfermedades.

Después de estudiarla, consideraron que sus Beneficios eran una bendición de la tierra y decidieron que era necesario que el resto del Mundo debían conocerlo e igualmente beneficiarse de sus maravillosos efectos.

Los resultados obtenidos por su venta en el mundo, han sido espectaculares. Miles de personas lo han consumido y sus efectos han logrado disminuir (y en muchos casos desaparecer) las enfermedades que los aquejaban. NONI, ya esta en mas de 40 países desde 1996 cuando salió al mercado.

Borojo.

Es un energético natural y les permite sobrevivir a este exigente tipo de vida, cubrir necesidades alimentarias y muchas enfermedades. Con jugo de Borojo pueden realizar caminatas bajo alta temperatura sin alimento, subir montes, recorrer selvas y llegar al límite de su fortaleza.

Los indígenas del lugar acostumbran dejar en un recipiente con agua los frutos de Borojo que se caen de maduros. Esta agua convertida en jugo les proporciona una fuente de energía inusitada.

Cuando deben trasladarse de una a otra punta de la selva o acercarse al almacén por provisiones en una larga travesía, lo único que lleva es un recipiente con jugo de Borojo.

Naranjillo o Lulo.

El origen de la naranjilla es desconocido. Su progenitor silvestre puede haber sido descubierto probablemente en Colombia.

Color amarillo-naranja. Su fruto ácido, amarillo verdoso tiene una pulpa con numerosas semillas y jugo de color verde. Su estructura interna se asemeja a la del tomate.

Las regiones cultivadas son Colombia y Ecuador. En menor escala en Panamá, Costa Rica y Guatemala.

Es versátil, puede ser consumida fresca o cocida. Se usa para preparar jugos,

jaleas, mermeladas y otros preservados. Es rica en vitaminas, proteínas y minerales. Se dice que contiene pepsina.¹²

Las comidas rápidas, un triunfo en todo el mundo.

Figura 4. Gasto de comidas rápidas



Fuente: EAE Business School.

No importa el país, o la dieta, o si la región tiene la mejor dieta del mundo. La comida rápida es un éxito internacional. Su triunfo radica en el apresuramiento del servicio, y por otro lado en los bajos precios y la plasticidad de horarios.

Estos son los motivos que llevan a las personas a acostumbrar los establecimientos de comida rápida: la falta de tiempo y de poder adquisitivo, además de que a casi cualquier hora del día se hallan abiertos. Estas son las claves del éxito de este tipo de comida según se desprende del reciente estudio titulado “El Consumo de Comida Rápida: situación en el mundo y acercamiento autonómico”, realizado por la Escuela de Negocios EAE.

En el gráfico superior se puede apreciar los 13 países con mayor consumo de comida rápida del mundo, juntos suponen el 89,13% del consumo total mundial. Los tres países con el mayor **gasto en comida rápida por persona en el año 2010 son**

¹²ALIMENTACION SANA, *El secreto de las frutas tropicales*,

<http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/frutastropicales.htm>, extraído en Mayo del 2012.

Japón, Estados Unidos y Canadá, con 169,03€, 166,94€ y 116,52€ por habitante al año respectivamente. En el lado inverso se encuentran los dos países más poblados del mundo, **India y China, y España, con 5,52€, 14,65€ y 21,81€ respectivamente.**

- **Restaurantes de Servicio Rápido (RSR):** son aquellos locales en los que se vende comida y bebida pero no se sirve en mesa

- Establecimientos de “comprar y llevar”: son aquellos en los que se vende comida preparada fresca y en los que el 80% de sus ingresos vienen por ventas en las sus clientes se llevan la comida para su consumo fuera del local

- Comercio en la calle: stands o furgonetas en los que se venda una oferta limitada de comida preparada y bebidas.

- **Locales de fiesta:** son aquellos ubicados en lugares con instalaciones relacionadas con el ocio como casinos, salas de juego, teatros, cines o hipódromos.

La comida rápida en el mundo

El tamaño del mercado de **comida rápida en el mundo fue en 2009 de 144.600 millones de euros.** Esto supone un crecimiento superior al 20% desde el año 2005, cuando el tamaño de este mercado era de 119.800 millones de euros, lo que implica un crecimiento medio anual entre 2005 y 2009 del 4,8%.

En el año 2009 se dispensaron 208.100 millones de tickets, **con un precio medio de 0,69 euros.** A pesar de existir un aumento en el número de transacciones entre los años 2005 y 2009 el precio medio del ticket apenas ha sufrido modificaciones en este tiempo, estando siempre alrededor de los 70 céntimos de euro.

Los países con mayor consumo

Los tres países en los que más se consume comida rápida (en euros) son: **Estados Unidos, Japón y China, con 51.800, 21.529 y 19.657 millones de euros respectivamente.** Es decir, que en Estados Unidos, el país en el que nació el sector, se consume más del 35% del consumo mundial de comida rápida¹⁹, casi dos veces y media más que en Japón, segundo consumidor y 2,6 veces más que en China.

Los países con menor consumo

España, Italia y Australia. Los tres occidentales y dos de ellos de herencia mediterránea, **con consumos de 1.004, 1.809 y 1.857 millones de euros respectivamente**. A la vista de estas cifras, parece que en España no es tan alto como parece el consumo de comida rápida. Italia consume 1,8 veces más y Estados Unidos más de 51 veces más. El consumo español total en fast food es muy moderado comparado con otros países. España representa el 0,69% del consumo mundial en comida rápida.

Los países con mayor aumento en el consumo

Tres emergentes son los países que mayores crecimientos en el gasto en comida rápida presentan entre 2006 y 2010: **India, China y Brasil, con incrementos del 59,92%, 50,55% y 29,29%**. Esto supone que el crecimiento medio anual para cada uno de ellos ha sido de 11,98%, 10,11% y 5,86% respectivamente.

Comida rápida y obesidad

La Universidad de Tufts realizó un estudio en 42 restaurantes, tanto de comida rápida como de menú del día. La intención era comparar el contenido calórico de los alimentos con el que constataba en el menú del establecimiento, y el resultado fue que **el 40% de los alimentos contenían 10 kcal más por porción que las que se indicaban en el envase o menú**, y un 19% ofrecía al menos unas 100 kcal más por porción, un 52% tenía al menos 10 kcal menos de las indicadas en el envase o menú.

Evidentemente, la comida rápida no es la más saludable del mundo. Estados Unidos, el país donde el éxito de la comida rápida es más evidente, tiene **alrededor de 105 millones de obesos, un 34,4% de la población**. La preocupación es tal que la Agencia Estadounidense de Medicamentos y Productos Alimentarios exige a través de una normativa aprobada por la Administración Obama el cumplimiento de las normas de etiquetado nutricional.

El caso de China

El caso de China es destacable debido a que el precio medio del **ticket de compra de comida rápida ha aumentado entre 2006-2010 un 37,6%**, el mayor aumento del conjunto de los países analizados. ¿Por qué? Tienen mucho que ver, nuevas tendencias de consumo occidentales que se están implantando en el país, así como el crecimiento que está teniendo su economía, que acerca estos productos a sus habitantes.

El caso de España

España es el segundo país cuyo aumento del **precio medio del ticket de compra ha sido más elevado entre 2006-2010, con una subida del 14,5%**. ¿La razón? La crisis financiera internacional. La crisis ha supuesto que buena parte de la población española haya decidido recortar gastos. Uno de ellos, es comer fuera de casa.

Aquí también se busca la eficiencia económica, y la comida rápida resulta sin duda una buena alternativa. Así pues, el aumento de consumo de fast food ha provocado que cada vez se gaste más en cada ticket.

Nutrientes Esenciales.

Agua Componente indispensable para la vida y muy abundante en la mayoría de los alimentos. El agua se absorbe a nivel intestinal y luego transportado por la sangre a los demás órganos. La podemos encontrar en el organismo en forma intracelular formando parte del protoplasma celular, y extracelular, como líquido intersticial, linfa y como parte del plasma sanguíneo.

Funciones

- transporte de nutrientes y productos residuales.
- regulación de la temperatura corporal
- disolvente de sustancias
- componente estructural de las células

El agua se elimina a través de la orina, la materia fecal, la piel y los pulmones. El balance entre pérdida y ganancia de agua debe ser neutro ya que un balance positivo de terminaría un cuadro de retención hídrica y uno negativo un cuadro de deshidratación.

Necesidades diarias.

Adulto 35 ml/kg. de peso

Niño 50 o 60 ml/kg de peso

Proteínas.

Las encontramos en la carne, la leche y sus derivados, los huevos, las legumbres. Las proteínas son degradadas durante la digestión a aminoácidos, que son transportados por la sangre y distribuidos a los diferentes tejidos. Los aminoácidos vuelven a unirse luego para formar proteínas humanas como la hemoglobina y algunas hormonas.

Las proteínas que el organismo desecha se transforman en urea, que pasa a formar parte de la orina y es eliminada al exterior.

Funciones.

- aporte de aminoácidos esenciales, necesarios para el crecimiento y la reparación de los tejidos.
- equilibrio ósmico de las células.
- forman parte de glicoproteínas, hormonas, lipoproteínas, enzimas, anticuerpos
- Constituyen el 20 % del peso corporal en un adulto.

Glúcidos, Hidratos De Carbono O Carbohidratos.

Los encontramos en las hortalizas, las frutas, la leche. Las moléculas más sencillas de los glúcidos son los monosacáridos como la glucosa y la fructosa y las más complejas son los polisacáridos como el almidón y el glucógeno. Los polisacáridos son degradados a moléculas más sencillas en el tubo digestivo. Se acumulan como glucógeno en el hígado y los músculos.

Funciones.

- principal fuente de energía (cuando el cuerpo no cuenta con ellos como fuente de energía recurre a los lípidos y las proteínas)
- forman parte de la estructura celular
- son constituyentes de los anticuerpos

Lípidos o grasas.

Los encontramos en los productos lácteos, las carnes, los aceites y las frutas secas. Su aporte son los ácidos grasos esenciales (linoleico, linolénico, araquidónico) Representan el 10 % del peso corporal por lo cual necesitamos ingerir 56 g diarios para mantener esta proporción.

Funciones.

- Fuente de energía
- Protección para vasos sanguíneos, nervios y otros órganos
- Componentes de la membrana celular
- Estimulantes del apetito vehículos para la absorción de vitaminas A, D, K y E
- Componentes del tejido nervioso

Minerales

Representan el 5 % del peso corporal y regulan muchos procesos del organismo.

Pueden ser: Macronutrientes o macro elementos de los cuales necesitamos niveles superiores a los 100 gr. diarios y son: calcio, magnesio y fósforo

Micronutrientes u oligoelementos de los cuales el organismo necesita unos pocos Mg. diarios y son: yodo, cobre, hierro, potasio, sodio y cloro, flúor, azufre, zinc y manganeso.

Vitaminas

Compuestos orgánicos complejos que están presentes en los tejidos animales y vegetales. Aseguran las funciones celulares y también algunos procesos metabólicos.

No son elaboradas por el organismo e ingresan a él con los alimentos.

Pueden ser:

- Hidrosolubles si se disuelven en agua y son: A, D, E y K
- Liposolubles si se disuelven en grasas y son C, B1, B2, B5, B6, B12, PP, ácido fólico y factor H.¹³

¹³RIFFRAN, Natalia: *Nutrientes esenciales*, pp 4-11.

El departamento de alimentos y bebidas

Para abordar esta obra, debe interpretarse que estaremos hablando del Departamento de Alimentos y Bebidas (AA y BB) desde la perspectiva de ser el mismo parte de un hotel o bien de un restaurante. En este último caso el Departamento de Alimentos y Bebidas y el restaurante se consolidarán en un solo negocio, mientras que en el caso del hotel, el Departamento de Alimentos y Bebidas es solo una parte del negocio.

En este capítulo desarrollaremos la gestión del departamento considerando al mismo con la estructura funcional que utilizan las grandes cadenas hoteleras internacionales. Consideramos que esta es la mejor manera para explicar la complejidad de dicho departamento. Los conceptos podrán ser aplicados a estructuras más pequeñas e incluso en restaurantes independientes. No obstante, en estos casos habrá que considerar la disponibilidad de recursos, e incluso la cultura del emprendimiento.

Estos departamentos interactúan entre sí con la dinámica de las operaciones del negocio de la hotelería. Por su parte, el Departamento de Alimentos y Bebidas puede estar dividido en las siguientes áreas:

- Restaurantes
- Bares
- Cafeterías
- Desayunadores
- Servicio a las Habitaciones (Room Service)
- Servicio de Banquetes
- Salas de Reuniones y
- Conferencias Servicio de Catering
- Frigo bares
- Otros (máquinas de bebidas, negocios especializados, etc.)

Conceptos asociados a la gestión

Antes de definir las instalaciones y las áreas de funcionamiento del Departamento de Alimentos y Bebidas, vamos a analizar algunos conceptos asociados con la gestión de explotación del departamento de AA y BB dentro de un hotel.

- a) Medios y unidades de producción
- b) Centros de apoyo
- c) Centro de producción de ingresos.

a) medios y unidades de producción

Encontramos aquí a las cocinas con sus áreas de producción divididas en diferentes partidas y su correspondiente despacho a los salones. Estas unidades de producciones pueden ser independientes para cada centro de ingresos o bien funcionar como cocinas centralizadas. Estas últimas, en caso de ser aplicables, mejoran la rentabilidad ya que optimizan los costos. Por su parte las cocinas independientes suelen tener costos mayores con un menor aprovechamiento de los costos fijos.

b) centros de apoyo

Nos referimos en este caso a las instalaciones y actividades de funcionamiento del hotel que apoyan y suministran a los centros de producción lo necesario para el eficiente funcionamiento de los mismos.

c) centros de producción de ingresos

Aquí identificamos a todas las instalaciones o actividades que generan ingresos al Departamento. También son conocidos como puntos de venta. Restaurantes, bares, cafeterías, etc.¹⁴

¹⁴FEIJOÓ, José: *Gerenciamiento en hoteles y restaurantes*, pp 24-27.

Un camino hacia la higiene mental.

En la actualidad podemos decir que el obeso hoy sufre «presiones» a estos tres niveles:

Físico: se ve mermada su salud y las presiones para que adelgace le llegan de todos los ámbitos: médico, familia, amigos...

Psíquico: estas «recomendaciones» se traducen en una preocupación y presión mental, donde la búsqueda de salidas no es ni inmediatas, ni efectivas, y las experiencias con las dietas rozan la frustración.

Social: la publicidad, la moda por la delgadez, «rematan» la insatisfacción.

Aunque en este apartado trataremos el problema desde la psicoterapia, debemos entender que la solución a la obesidad se debe tratar a estos tres niveles y es básico transmitir la necesidad de un cambio global en el estilo de vida para la recuperación de nuestro equilibrio interno.

De esta manera, el apoyo dietético (cambio en lo físico) debe ir alternado con el apoyo emocional, racional y motivacional (cambio en lo psicológico).¹⁵

¹⁵MORÓN, Andrés: *El engaño de las dietas*, p 140.

2.2 MARCO LEGAL.

En la creación de una empresa es necesario cumplir con requisitos legales decretados por el gobierno y para lograr una mejor comprensión se detalla a continuación la información previamente investigada y actualizada de los mismos:

De su Constitución: Este tipo de negocio se constituirá como una Compañía en nombre colectivo ya que estará conformada por dos socios copropietarios según el

Art.1.-de la Codificación de la **Ley de Compañía** específica que: Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 43.- El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos. La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil.

Responsabilidades de los socios.-

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales. No obstante cualquier estipulación contractual.

De la inscripción:

El **Código de Comercio.**

Art. 119.-señala que: “Toda compañía de comercio, antes de dar principio a sus operaciones deberá ser constar con su constitución pactos y condiciones, en escritura pública que se presentará por suscripción en el Registro Mercantil....”.

Del Registro Único de Contribuyentes Para desarrollar las actividades comerciales es necesario contar con el Registro Único de Contribuyentes, conforme indica DE LA CODIFICACIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE

Art. 3.- DE LA INSCRIPCIÓN OBLIGATORIA.- especifica que: “Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyente. **Art 5.-DEL NÚMERO DE REGISTRO.-** El Servicio de Rentas Internas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas. **De los Permisos que debemos obtener:** Para establecer legalmente un negocio se debe cumplir con los permisos de ley:

Del Cuerpo de Bomberos.

Art 35.- De la **Ley de defensa contra incendios** que habla sobre las Facultades especiales de los Primeros Jefes de Cuerpos de Bomberos.

De los que otorga el Municipio Impuesto de Patentes Municipales: Establecerse el impuesto de patentes municipales que se aplicará de conformidad como lo que determina la **LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL**, en sus art. 364 y 365.

Art. 364.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago del impuesto todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Art. 365.- Para ejercer una actividad económica de carácter comercial o industrial se deberá obtener una patente, anual, previa inscripción en el registro que mantendrá para estos efectos, cada municipalidad.

En caso de que sea artesano: Si la Administración Tributaria Municipal, determine que la inversión efectuada por el artesano es superior a la referida en el literal b del artículo 1 de la Ley Reformativa a la Ley de defensa Artesanal, publicada en el Reg. Oficial # 940 del 7 de mayo de 1996, (\$86,000.00) procederá a realizar la determinación tributaria correspondiente.

Art. 367 del mismo cuerpo de Ley, estarán exentos de impuesto únicamente los artesanos calificados como tales por la JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO.

Art 21.-DE LA LEY DE ORDENANZA MUNICIPAL DE PATENTES que trata de las exenciones establece lo siguiente: Están exentos de este impuesto los artesanos calificados, teniendo como obligación individual cada artesano presentar los requisitos para el registro y obtener los beneficios, reservándose la Dirección Financiera, el derecho de observar las calificaciones que por uno u otro motivo no se ajusten a las disposiciones de la ley. La Dirección financiera Municipal llevará u registro oficial para fines estadísticos. N° 00558 REGISTRO OFICIAL N16 1 sept. – 09.

Del Permiso del Ministerio de Salud Pública.

Art 361.- de la Constitución de la República del Ecuador dispone que “El Estado ejercerá la rectoría del sistema nacional de salud a través de la autoridad sanitaria nacional, será responsable de formular la política nacional de salud, normará, regulará y controlará todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector.”

Ley Orgánica de Salud.

Art 6.-Numeral 24, Corresponde a la autoridad sanitaria nacional la regulación, vigilancia, control y autorización Para el funcionamiento de los establecimientos y servicios de salud, públicos y privados, con o Sin fines de lucro.

Art 16.- "El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes".

Constitución de la República del Ecuador

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Soberanía alimentaria

Art 26.- "Con el fin incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos; y la coordinación de las políticas públicas".

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.

5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agro biodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.
12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.
13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.
14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Art. 282.- El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra.

Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes.

El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental.

De la misma forma, conforme al Capítulo Segundo de la Constitución Política del Estado, referente a los derechos del Buen Vivir, sección primera, Art. 13 dice: " las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales".

Objetivo 2. Expresa que es responsabilidad del Estado "Mejorar las capacidades y potencialidades de la población".

Objetivo 2.1. Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales".

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Disertación.-

La disertación es una presentación de tipo oral de alguna persona sobre un tema específico, generalmente apoyada por medios gráficos, auditivos o visuales.

Autóctonos.-

Que se ha originado o ha nacido en el mismo país o lugar en que se encuentra.

Dieta occidental.-

Es una combinación de los alimentos tiene una importancia decisiva para la buena digestión y metabolización. Sin una digestión completa, el cuerpo no puede extraer ni asimilar bien los nutrientes ni si quiera de los más saludables alimentos.

Tell de Jarro.-

Es una pequeña elevación de tierra con agua abundante que propicia buenas cosechas y permite, por tanto, afincarse en sus tierras.

Provitaminas.-

Sustancias contenidas en los alimentos capaces de transformarse en una vitamina funcional, como en el caso de los carotenos, que una vez ingeridos se transforman en la vitamina A.

Comida rápida.-

El concepto comida rápida (del inglés conocido también como Fast food) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros) o a pie de calle.

Inocuidad.-

Es la condición de los alimentos que garantiza que no causaran daño al consumidor cuando se preparen y /o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan.

Enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA).-

Las ETA son aquellas que se originan por la ingestión de alimentos infectados con agentes contaminantes en cantidades suficientes para afectar la salud del consumidor. Sean sólidos naturales, preparados, o bebidas simples como el agua, los alimentos pueden originar dolencias provocadas por patógenos, tales como bacterias, virus, hongos, parásitos o componentes químicos.

Infecciones.- Son enfermedades que resultan de la ingestión de alimentos que contienen microorganismos vivos perjudiciales.

Intoxicaciones.-

Son las ETA producidas por la ingestión de toxinas formadas en tejidos de plantas o animales, o de productos metabólicos de microorganismos en los alimentos, o por sustancias químicas que se incorporan a ellos de modo accidental, incidental o intencional desde su producción hasta su consumo. Ocurren cuando las toxinas o venenos de bacterias o mohos están presentes en el alimento ingerido.

Toxi.-

Infecciones causadas por alimentos: es una enfermedad que resulta de la ingestión de alimentos con una cierta cantidad de microorganismos causantes de enfermedades, los cuales son capaces de producir o liberar toxinas una vez que son ingeridos.

Manual de calidad.-

Es el documento básico del sistema de calidad, su objeto es definir qué actividades se deben realizar para lograr una adecuada gestión de la calidad y las personas o departamentos a los cuales implican dichas actividades.

Equilibrio Humano.-

Mantener un clima laboral que incentive la motivación de capital humano de la organización. En la gestión se utilizan técnicas para hacer eficiente los procesos de producción.

Equilibrio Financiero.-

Obtener un resultado que garantice el desarrollo y crecimiento de la empresa y satisfaga los requerimientos de sus socios/accionistas.

Prever.-

Adelantarse a las necesidades y los acontecimientos. Controlar: todos los elementos que participan de los procesos, tales como materias primas, elaboración, presentación, servicios, facturación, atención al cliente, etc.

Procedimientos operativos.-

Son documentos complementarios del manual de calidad en los que se describe cómo se realiza una determinada actividad.

Instrucciones técnicas.-

Son documentos complementarios de los procedimientos operativos. Son similares a ellos, en el sentido de que determinan asimismo la forma de realizar las actividades relativas al sistema de calidad.

Micronutrientes.-

Se conocen como micronutrientes a las sustancias que el organismo de los seres vivos necesita en pequeñas dosis. Son indispensables para los diferentes procesos metabólicos de los organismos vivos y sin ellos morirían.

Horticultura.-

La horticultura es la ciencia encargada del cultivo de plantas. Esta rama de la agricultura se preocupa fundamentalmente de la producción de plantas utilizadas por el hombre, para alimentación, ornamentación y también para fines medicinales.

Biodisponibilidad.-

La biodisponibilidad es un término farmacocinética que alude a la fracción de la dosis administrada del mismo, que alcanza su diana terapéutica o lo que es lo mismo que llega hasta el tejido sobre el que realiza su actividad.

Ácido pantoténico.-

El ácido pantoténico es una vitamina, también conocida como vitamina B5. Se encuentra ampliamente distribuida tanto en el reino vegetal como animal y abunda en la carne, las verduras, los granos de cereales, las legumbres, los huevos y la leche.

Intoxicación.-

Una intoxicación se produce por exposición, ingestión, inyección o inhalación de una sustancia tóxica. Las intoxicaciones accidentales o voluntarias debidas al consumo de medicamentos son las más frecuentes.

Setas.-

Las setas o callampas son los esporocarpos, *cuerpos fructíferos* o *pileo* de un conjunto de hongos pluricelulares (basidiomycota) que incluye muchas especies. Suelen crecer en la humedad que proporciona la sombra de los árboles, pero también en cualquier ambiente húmedo y con poca luz.

Hongos basidiomicetas.-

Los basidiomicetes son una clase de hongos con aparato vegetativo formado por hifas tabicadas o anastomosadas y caracterizadas por sus esporas de origen sexual en el exterior de las células madres, que reciben el nombre de basidios, y el de basidiosporas las esporas por ellas formadas.

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.

Complicaciones vasculares.-

El pie diabético es la complicación más temida de los pacientes con el trastorno metabólico de la glucosa, ya que se puede presentar en cualquier momento de la evolución de la devastadora enfermedad, que casi invariablemente termina afectando todos los órganos de la economía.

Antropometría.-

La antropometría es la ciencia que estudia las dimensiones del cuerpo humano, para alcanzar a conocer estas dimensiones del cuerpo humano, se recurre a la estadística determinando aquellos valores que son considerados como promedio en el hombre.

Aminoácidos.-

Aminoácido es una molécula orgánica con un grupo amino ($-NH_2$) y un grupo carboxilo ($-COOH$; ácido). Los aminoácidos más frecuentes y de mayor interés son aquellos que forman parte de las proteínas.

Acetil coenzima A.-

Es un compuesto intermediario clave en el metabolismo, que consta de un grupo acetilo, de dos carbonos, unido de manera covalente a la coenzima A.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.4.1 Hipótesis General.

La causa principal del desorden alimenticio de la comunidad universitaria se debe a la ausencia de la comercialización de productos elaborados a base de frutas.

2.3.2 Hipótesis particulares.

- La ausencia de un local en la UNEMI que expendiera alternativas alimentarias saludables como bebidas y ensaladas preparadas a base de frutas obliga a que la mayor parte de las personas que pertenecen a la comunidad universitaria consuma comidas rápidas para satisfacer su necesidad.
- El consumo de comidas con alto contenido de grasa y bajo valor nutricional provoca enfermedades gástricas, hepáticas, cardiovasculares y del sistema circulatorio.

- Si los bares de la UNEMI no llegaran a contar con un adecuado control nutricional sobre como se debe llevar una alimentación saludable a diario, la comunidad universitaria tenderá a adquirir problemas de obesidad y cardiovasculares.
- La ausencia de un local que expendan bebidas y ensaladas de frutas en la UNEMI, ocasiona que los estudiantes no tengan otras opciones de alimentarse sano y obliga al consumo de comidas rápidas para satisfacer su apetito.
- Con la tendencia de que las personas busquen alimentarse de una manera saludable en los exteriores de la UNEMI, esto ocasionaría que los dueños de los bares disminuyan en sus ingresos.

2.4.1 Declaración de las variables.

Variable independiente.-Manual nutricional.

Variable dependiente.-Inocuidad.

Variable independiente.- Desorden alimenticio.

Variable dependiente.- Enfermedades cardiovasculares.

Variable independiente.- Reglamento sustitutivo.

Variable dependiente.- Control nutricional.

Variable independiente.- Limitación de alimentos.

Variable dependiente.- Insatisfacción de los clientes.

Variable independiente.- Falta de conocimientos.

Variable dependiente.- Ineficiencia.

2.4.2 Operacionalización de las variables.

Cuadro 9. Operacionalización de las variables

VARIABLE	CONCEPTUALIZACION	INDICADORES
Variable independiente: Manual Nutricional.	Es una guía que indica como se debe alimentarse el ser humano para llevar una excelente calidad de vida.	*Fomentar conocimientos sobre la importancia de las frutas.
Variable dependiente: Inocuidad	Es la condición de los alimentos que garantiza que no causaran daño al consumidor cuando se preparen y /o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan.	*Control de la condición de alimentos que se preparan en los bares.
Variable independiente: Desorden alimenticio.	La ausencia de alternativas de alimentación saludable ocasiona que las personas consuman alimentos con un alto contenido en grasa y bajo valor nutricional.	*Reducir demanda de comidas rápidas.
Variable dependiente: Enfermedades, cardiovasculares.	Las enfermedades cardiovasculares es aquella enfermedad que ataca directamente el corazón por el exceso de grasas acumuladas.	*Tablas nutricionales.
Variable independiente: Reglamento sustitutivo.	Son nuevas leyes que establece una entidad pública con la finalidad de establecer cambios en la sociedad.	*Planes de adaptamientos a nuevas reformas.
Variable dependiente: Control nutricional.	Corresponde a un proceso continuo y sistemático que permite monitorear la ingesta de nutrientes por parte de las personas.	*Reglamento sustitutivo.
Variable independiente: Alimentos limitados.	Consiste en una decadencia o limitación de alimentos.	*Elaborar listas de productos nuevos.
Variable dependiente: Insatisfacción de los clientes.	La mala manipulación de los alimentos y la falta de inocuidad ocasionan enfermedades en las personas que consumen los alimentos contaminados.	*Grado de insatisfacción de clientes.
Variable independiente: Falta de conocimientos.	Es cuando no se conoce con exactitud alguna actividad lo cual provoca la ineficiencia.	*Capacitación continúa.
Variable dependiente: Ineficiencia	Es la falta de conocimientos que se da en las personas cuando no poseen conocimientos sobre lo que están realizando.	*Manual de funciones.

Fuente: Peova Jackson y Vaicilla Jorge.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO.

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

Investigación aplicada: Esta investigación utiliza los conocimientos prácticos cotidianos para utilizarlos en beneficio de la sociedad.

Esta investigación se la realizará a lo largo del desarrollo del proyecto con la finalidad de buscar y consolidar los conocimientos acerca de las bondades de las frutas.

Investigación explicativa: Este tipo de investigación se encarga de establecer las causas del fenómeno y que efectos producen.

La investigación será aplicada en el presente proyecto para indagar sobre las causas que dan origen a los problemas socio económicos, nutricionales, laborales, de emprendimiento, ambientales detectados durante el desarrollo de este diseño y así buscar soluciones adecuadas a estas necesidades insatisfechas.

Investigación exploratoria: Investigación que se realiza sobre los objetos poco estudiados y cuyos resultados proporcionan un nivel básico de conocimiento.

En el presente trabajo aplicaremos la investigación exploratoria con el fin de documentar ciertas experiencias reales en nuestro medio, y ampliar temas poco estudiados para aumentar el grado de familiaridad para tener un conocimiento general sobre el contexto particular.

Investigación correlacional: Esta mide dos a más variables que posiblemente estén relacionadas entre sí las cuales están actuando directamente en el sujeto o fenómeno.

Aquí se aplicará esta investigación para medir el grado de relación entre varios temas o factores que estén asociados e influyen entre las personas y el medio.

Investigación bibliográfica: Primera investigación a la que se acude por que en ella se apoya para emprender la búsqueda de información a través de libros, links, revistas, etc.

Esta aplicación es primordial y se la aplica día a día ya que proporciona información existente como base para el desarrollo de estudio.

Investigación de campo: Investigación aplicada necesaria para comprender y resolver necesidades o problema determinados. Se desarrolla en un ambiente natural de interrelación donde se obtiene datos relevantes para su análisis e interpretación.

Este tipo de investigación proporcionará datos primordiales basados en encuestas y entrevistar a fin de obtener una fuente de información directa y fidedigna de los temas a tratarse.

Investigación cuantitativa: Investigación que permite cuantificarlos datos obtenidos de la recolección de campo mediante procesos matemáticos, científicos y/o estadísticos.

En esta investigación se recolectarán datos de los cuales obtendremos mediante el análisis estadístico resultados que permitan inferir en busca de la verificación de hipótesis planteadas.

Investigación cualitativa: Es describir las cualidades de un fenómeno existente sin tener que entrar a procesos de evaluación cuantitativos.

Los temas a tratarse en el presente trabajo serán descritos de manera sistemática y organizada con base en criterios técnicos y servirán de base en la búsqueda de alternativas de solución a las múltiples interrogantes existentes.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población.

Milagro es una ciudad situada en la Provincia del Guayas de la República del Ecuador, Su nombre es San Francisco de Milagro.

“Milagro es uno de los cantones más joven de la provincia. Su cantonización fue decretada el 17 de septiembre del año 1913.

Según el (INEC) en el Censo de Población y vivienda realizado en noviembre del año 2010 en la Ciudad de Milagro existen 83.393 mujeres y 83.241 hombres en total la ciudad se compone de 166.634 ciudadanos.

3.2.2 Delimitación de la población.

La Universidad Estatal de Milagro fue fundada el 8 de febrero del 2001 en el trayecto de estos años la UNEMI ha venido creciendo en calidad estudiantil, infraestructura moderna, como la creación de nuevos edificios para las diversas Unidades Académicas que existen, tecnología de punta en sus laboratorios y en las áreas de estudio donde imparten clase los docentes, también año a año se esta incrementando el número de estudiantes, algunos provenientes de cantones aledaños como Bucay, El Triunfo, La Troncal, Marcelino Maridueña, Naranjito, Yaguachi, entre otros que se inscriben para formar parte de esta prestigiosa Institución.

La comunidad Universitaria se encuentra constituida por un total de 5.470 personas, comprendido entre estudiantes, docentes, personal administrativo y colaboradores que esta dividido de la siguiente manera.

Según datos actualizados a Mayo del 2012 la UNEMI posee un total de 5.007 estudiantes matriculados en diversas Unidades Académicas, datos recopilados por la Secretaria General de la Universidad.

De acuerdo a la información proporcionada por el Departamento de Talento Humano, indica que un total de 463 personas laboran en diversas áreas como Administrativa, Docencia y trabajadores dentro de Universidad, datos actualizados a Mayo del 2012.

3.2.3 Tipo de muestra

La muestra es **no probabilística** ya que se seleccionará a criterio del investigador (es), es decir que las personas a entrevistar y encuestar serán escogidas de acuerdo al perfil que se ajuste al tema motivo de la investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra que analizaremos de la población, se aplicara la respectiva fórmula estadística, considerando un margen de error de 0,5.

Al aplicar la formula considerando que la población es finita y se conoce con certeza su tamaño, e ingresar los datos de los que disponemos, se obtiene que el tamaño de muestra representativa de la población corresponde a un total de 359 personas, a saber:

Fórmula:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población.

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{5.470(0,25)}{\frac{5.469(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{5.470(0,5)(0,5)}{\frac{(5.470-1)0,05^2}{1,96^2} + 0,5(0,5)}$$

$$n = \frac{1367,5}{3,809063932}$$

$$n = \frac{1367,5}{\frac{13,6725}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = 359.01$$

Por lo tanto, se determina que para que la muestra sea representativa de la población, es necesario encuestar a 359 personas.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos.

Método Analógico

Método que se aplica cuando los datos o valores determinados permiten establecer comparaciones en base a similitudes de un objeto o fenómeno con respecto a otro similar.

El método analógico se utilizará para realizar comparaciones entre los distintos temas de estudio, por ejemplo la comparación entre sistemas de cultivo existentes y mencionados en el estudio.

Método inducción – deducción

Método Inductivo.- Cuando el objeto estudiado de forma particular conlleva a inferencias respecto a lo general o colectivo de la población o muestra.

Método Deductivo.- Cuando se parte de lo general a lo Particular, es decir, cuando el estudio de una muestra o población permite conocer de manera promedio las características de un individuo.

Partiendo del marco referencial en base a la información investigada y obtenida de fuentes confiables se pueden proponer hipótesis particulares las cuales a futuro serán comprobadas o rechazadas.

Método analítico-sintético

Método analítico.- Descomposición de un todo en sus partes o elementos para observar y determinar causas y efectos de uno o varios fenómenos de la naturaleza.

Método sintético.- Este método explica un todo en pocas palabras de tal manera que su concepto sea entendible para todos.

Estos métodos tanto el analítico como el sintético son fundamentales para poder entender y posteriormente explicar las causas y efectos de la temática a tratar.

El análisis permitirá entender de forma práctica la información recabada por la investigación y la síntesis permitirá explicar las conclusiones y resultados obtenidos por ejemplo de las verificaciones hipotéticas.

Método dialéctico

Este método investiga la verdad mediante el análisis de las teorías y el intercambio de información para llegar a consensos.

El método dialéctico es una herramienta importante la cual se aplica en la información real obtenida de las entrevistas realizadas a personas que el investigador crea pertinente consultar.

Método hipotético-deductivo

En este método el investigador debe suponer una hipótesis como resultado de inferencias que ha realizado en base a la información empírica obtenida.

En el presente trabajo se han planteado algunas hipótesis basadas en datos empíricos resultado de los problemas y sub problemas planteados.

Método histórico-lógico

Este método se refiere a que los problemas en la sociedad no se presentan por azar del destino, sino, es el resultado de largos procesos que dan origen a su existencia y evolucionan constantemente de acuerdo a tendencias.

La lógica se refiere a los resultados predecibles muestras que lo histórico se refiere al registro de la evolución de los hechos y fenómenos. Este método también aplicable en el estudio permitirá tener una base bien fundamentada sobre los hechos acontecidos durante períodos históricos y la información tanto teórica como estadística sirva de marco referencial y ayuden a la elaboración de nuevas hipótesis.

3.3.2 Métodos empíricos.

Es aquel que no necesita de un estudio previo, debido a que se obtiene en base a la práctica, experiencia o conocimientos básicos del ser humano. En el presente proyecto se aplicará como método empírico fundamental:

La observación

Se registrará visualmente lo que ocurre en el entorno de la Comunidad Universitaria, los hechos tal y como ocurren en la realidad, comparando la relación entre los hechos y las teorías para su posterior análisis.

3.3.3 Técnicas e instrumentos.

Como técnica de investigación complementaria tenemos:

La encuesta

Documento de preguntas que permite determinar el mercado y observar las necesidades referentes al servicio de un local que expendía bebidas y ensaladas a base de frutas, las mismas que serán dirigidas a **359** personas que forman parte de la comunidad universitaria.

La entrevista

Es un diálogo con una persona experta en el tema a tratar. Será aplicada en el proyecto para recoger información verídica, conocer la realidad del medio en base a la experiencia y los conocimientos que posee nuestro entrevistado, lo cual enriquecerá la base de datos.

El muestreo

Es una técnica de investigación que consiste en seleccionar una muestra característica de la población que es objeto de estudio. La población motivo del estudio es de carácter finita ya que conocemos con certeza el tamaño de la misma.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Luego de la recolección de datos e información relevante cualitativa y cuantitativa mediante la herramienta de investigación como lo son las encuestas y entrevistas, se procede al registro inmediato de las cifras encontradas, las cuales nos proporcionaran resultados en porcentajes e índices importantes para comprobar o verificar las hipótesis planteadas.

El procesamiento de estos datos se los realizará a través del programa Excel, el cual no solo tabulará sino que permitirá presentar mediante gráficos concluyentes y dinámicos la información obtenida de la encuesta realizada a la población seleccionada a criterio del investigador.

CAPITULO IV
MARCO METODOLOGICO.
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

Son varios los negocios de alimentos y bebidas que ofrecen sus productos a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la UNEMI, lamentablemente estos no cuentan con una amplia variedad de productos saludables, al contrario ofrecen productos que con el tiempo tienen incidencias negativas en la salud de quienes los consumen, es por esta razón que se ha identificado un nicho de negocio que ofrecerá alimentos y bebidas a base de frutas que mejoren el hábito alimenticio y por ende permita un mejoramiento en su calidad de vida.

Los actuales propietarios de estos negocios, no consideran por el momento ofrecer una alternativa similar a la que estamos proponiendo, de hecho si entramos en el mercado, indican que no tomarán medidas, pues están seguros de contar una clientela fija y fiel que siempre consumirá en su local.

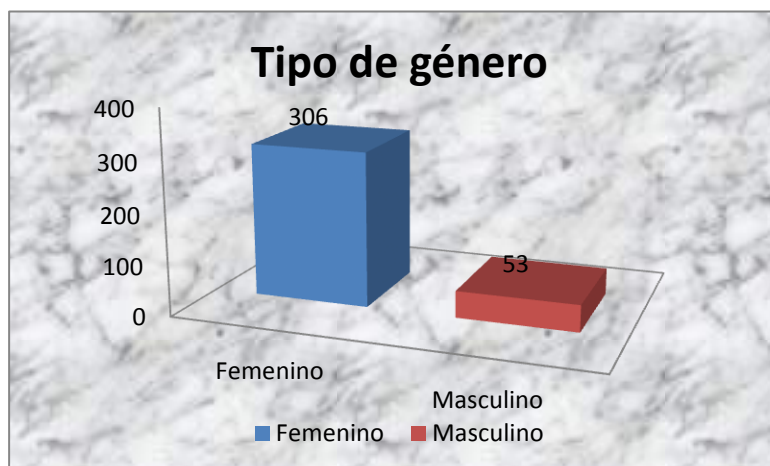
Por otro lado los consumidores de estos tipos de alimentos, están conscientes de que efectivamente el consumo indiscriminado y frecuente producirá sus efectos en el mediano y largo plazo, por lo que optarán por consumir alimentos más saludables y nutritivos, más aún si son elaborados con materia prima de calidad, cumpliendo buenas prácticas de higiene, si son tratados de forma amable y oportuna, además de brindar alternativas que sean de precios accesibles.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

Cuadro 10. Género de la persona.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	53	15%
Femenino	306	85%
TOTAL	359	100,00%

Figura 5. Tipo de género.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

Se realizó un total de 359 encuestas en base a la fórmula aplicada previamente para el cálculo de una muestra representativa de la Comunidad Universitaria, dentro de la cual se obtuvo que el 85% corresponde al género femenino y el 15% corresponde al género masculino.

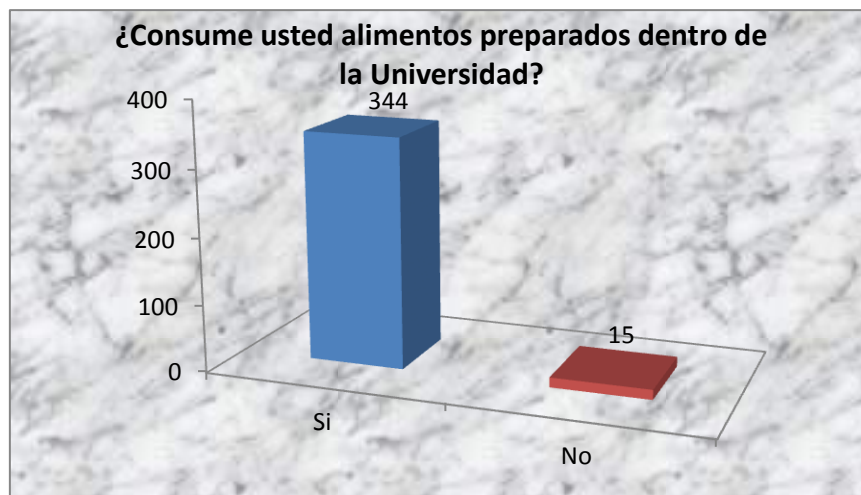
A continuación se detalla la tabla de frecuencia y el análisis de cada una de las preguntas incluidas en el cuestionario de la encuesta efectuada:

Pregunta 1.- ¿Consumen usted alimentos preparados dentro de la Universidad?

Cuadro 11. Determinación de las personas que consumen alimentos preparados dentro de la UNEMI.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	344	96%
NO	15	4%
TOTAL	359	100,00%

Figura 6. Grafico de la primera pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

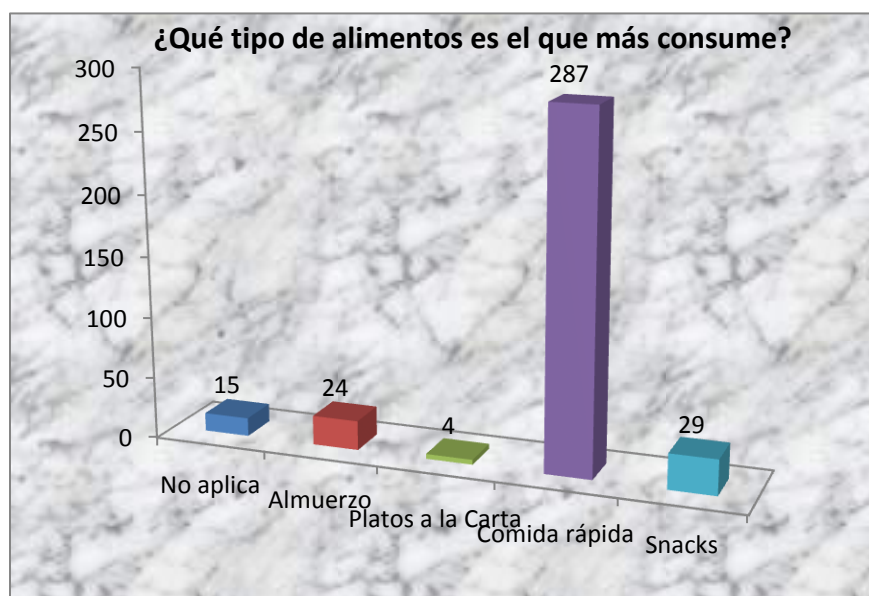
El 96% de los encuestados consumen alimentos dentro de las instalaciones universitarias, aunque no se sienten satisfechos por la calidad de alimentos que comercializan, mientras un mínimo 4% se sirve alimentos preparados en su domicilio debido a que los alimentos que se comercializan en la UNEMI contienen altos contenidos de grasas saturadas.

Pregunta 2.- ¿Qué tipo de alimentos es el que más consume?

Cuadro 12. Determinación de los tipos de alimentos que consumen en la UNEMI.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
NO APLICA	15	4%
ALMUERZO	24	7%
PLATOS A LA CARTA	4	1%
COMIDA RÁPIDA	287	80%
SNACKS	29	8%
TOTAL	359	100,00%

Figura 7. Grafico de la segunda pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

El 80% de los encuestados consumen comida rápidas como salchipapas en su gran mayoría, hamburguesas, sandwiches y otros tipos de alimentos que poseen altos contenidos de grasa, mientras que un 8% prefieren consumir snacks, jugos y otros tipos de alimentos que no contenga excesos de grasa y el 7% opta por adquirir almuerzos, especialmente el personal administrativo, docentes y trabajadores.

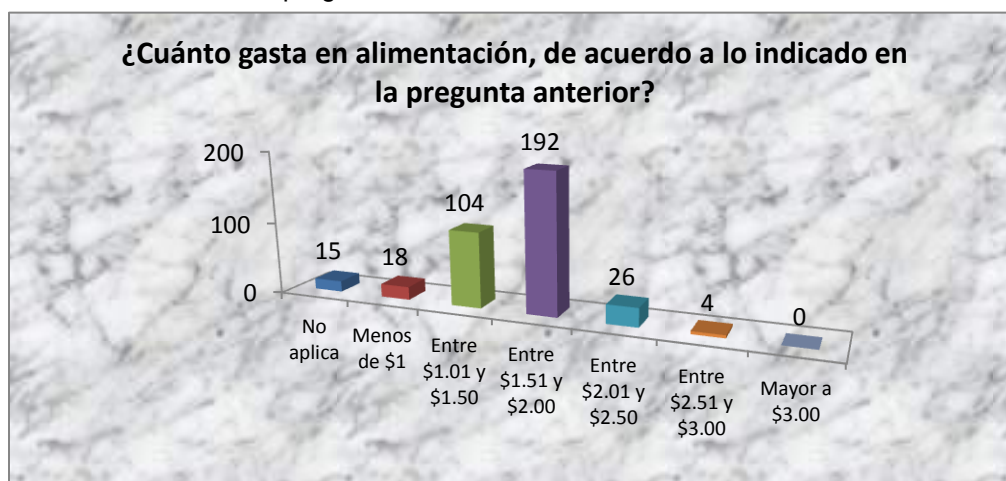
Un ínfimo 1% se inclina por los platos a la carta.

Pregunta 3.- ¿Cuánto gasta en alimentación, de acuerdo a lo indicado en la pregunta anterior?

Cuadro 13. Determinación de la cantidad de dinero que gasta cada persona en alimentación dentro de la UNEMI.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
No aplica	15	4 %
Menos de \$1	18	5 %
Entre \$1.01 y \$1.50	104	29 %
Entre \$1.51 y \$2.00	192	54 %
Entre \$2,01 y \$2.50	26	7 %
Entre \$2.51 y \$3.00	4	1 %
Mayor a \$3.00	0	0 %
TOTAL	359	100,00%

Figura 8. Grafico de la tercera pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

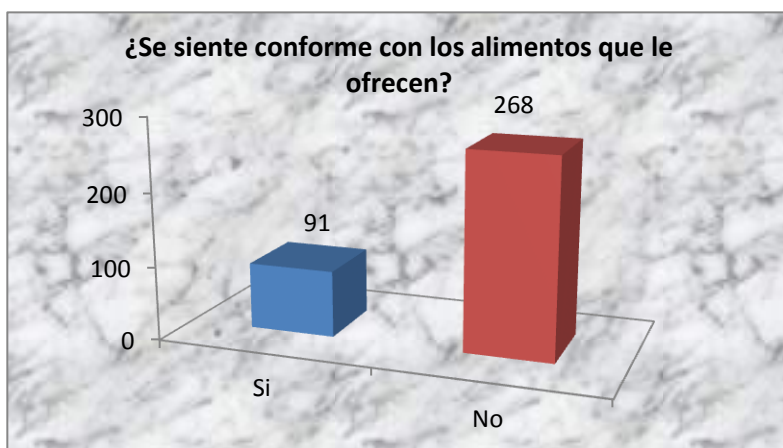
Del total de las personas que hemos encuestado más de la mitad, es decir el 54% gastan entre \$1.51 y \$2.00 en alimentación dentro de las instalaciones de la universidad; un significativo 29% gastan alrededor de \$1.50 y ninguno sobrepasa \$3.00.

Pregunta 4.- ¿Se siente conforme con los alimentos que le ofrecen?

Cuadro 14. Determinación sobre la conformidad de las personas sobre la venta de alimentos que se comercializan en la UNEMI.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	91	25 %
NO	268	75 %
TOTAL	359	100,00%

Figura 9. Grafico de la cuarta pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

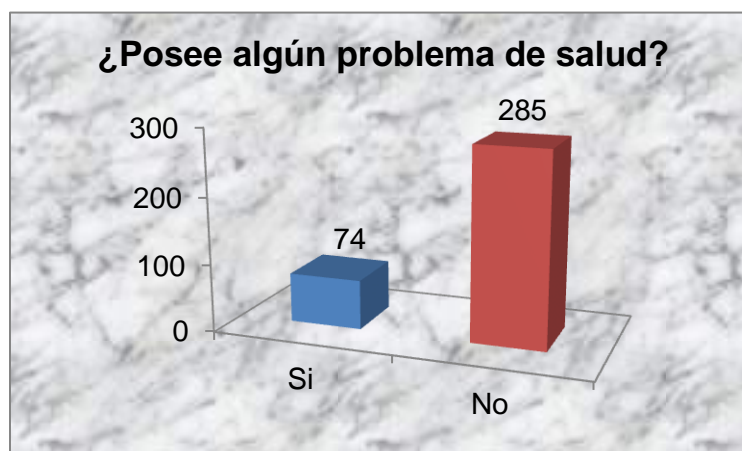
El 75% del total encuestado no está conforme con los alimentos que le ofrecen los bares dentro de la UNEMI porque no existe una diversidad de alimentos saludables lo que permita realizar una mejor opción de comer saludables, y únicamente un 25% si se encuentra conforme ya que ellos llevan un mal habito alimenticio desde sus hogares.

Pregunta 5.- ¿Posee algún problema de salud?

Cuadro 15. Determinación sobre la conformidad de las personas sobre la venta de alimentos que se comercializan en la UNEMI.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	74	21 %
NO	285	79 %
TOTAL	359	100%

Figura 10.- Grafico de la quinta pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

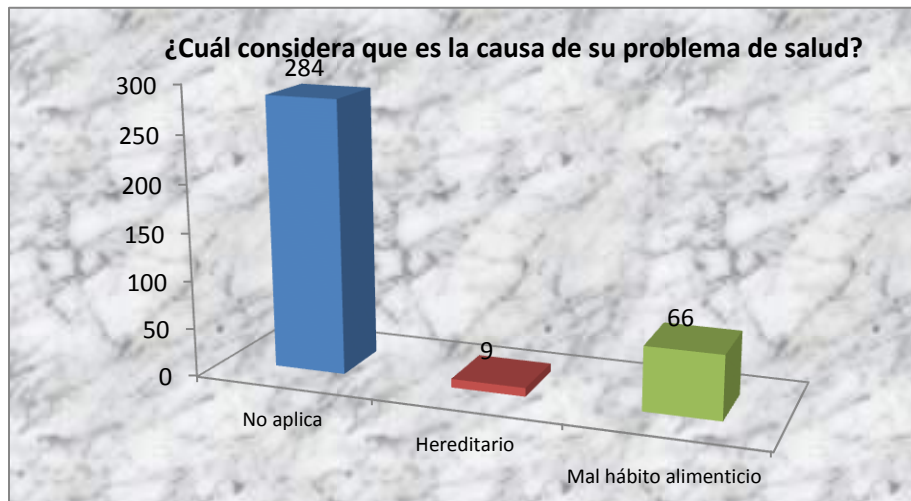
Del total de las personas encuestadas el 79% no posee ningún tipo de enfermedad, mientras que el 21% si sufre de algún impacto en su salud como enfermedades cardiovasculares, problemas de obesidad, hepáticas y otros tipos de enfermedades.

Pregunta 6.-¿Cuál considera que es la causa de su problema de salud?

Cuadro 16. Determinación sobre algún tipo de enfermedad que posea.

VARIABLE	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
NO APLICA	284	79 %
HEREDITARIA	9	3 %
MAL HÁBITO ALIMENTICIO	66	18 %
TOTAL:	359	100%

Figura 11. Grafico de la sexta pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

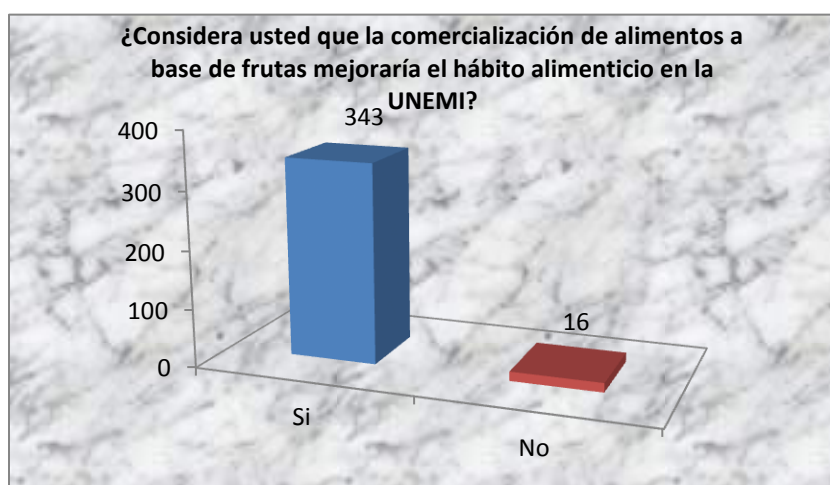
De las personas que se han encuestado el 79% no posee enfermedad alguna, el 18 adquirió una enfermedad por el mal hábito alimenticio y solo un 3% poseen enfermedades hereditarias.

Pregunta 7.- ¿Considera usted que la comercialización de alimentos a base de frutas mejoraría el hábito alimenticio en la UNEMI?

Cuadro 17. Determinación sobre algún tipo de enfermedad que posea.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	343	96 %
NO	16	4 %
TOTAL	359	100,00%

Figura 12. Grafico de la séptima pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

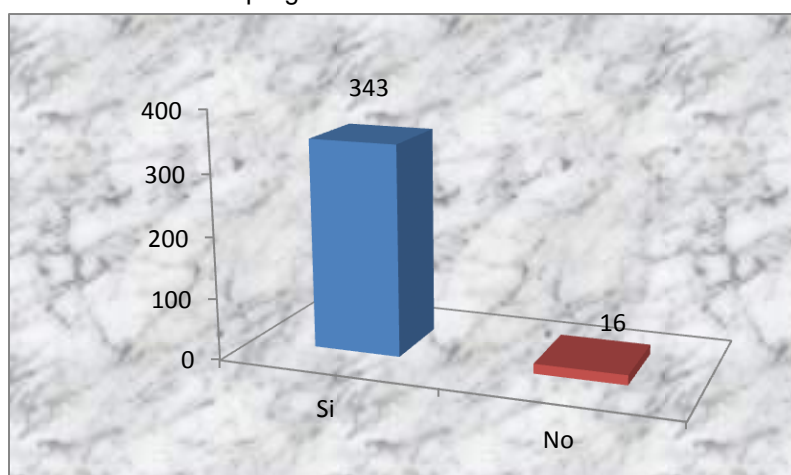
Del total de los encuestados se ha considerado que el 96% de los encuestados coinciden en que la alimentación a base de frutas les ayudaría a mejorar su hábito alimenticio porque es recomendable que exista un local que comercialice bebidas y alimentos a base de frutas, mientras que un 4% le daría igual.

Pregunta 8.- ¿Estaría dispuesto a consumir alimentos a base de frutas?

Cuadro 18. Determinación sobre algún tipo de enfermedad que posea.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	343	96 %
NO	16	4 %
TOTAL	359	100,00%

Figura 13. Grafico de la octava pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

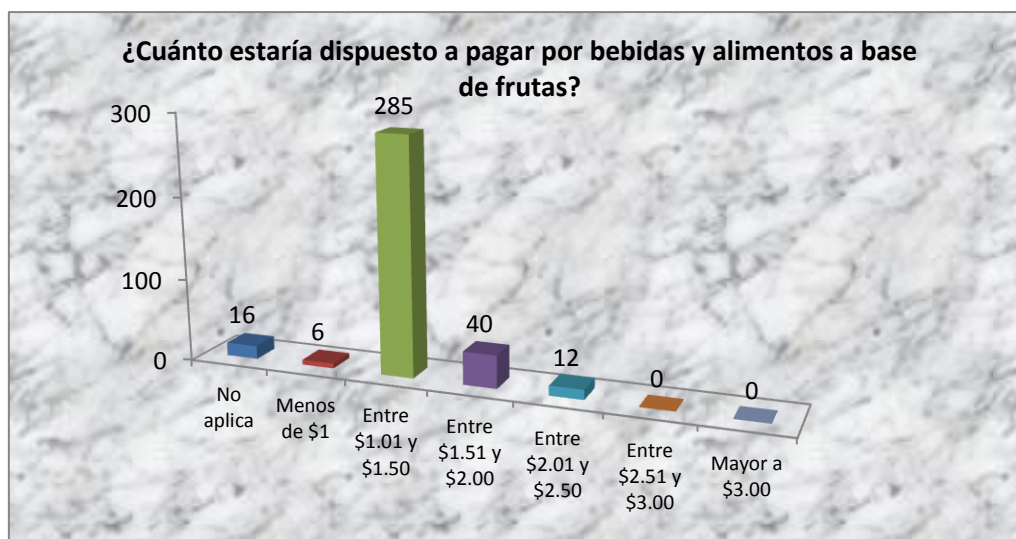
El 96% de los encuestados está dispuesto a consumir alimentos y bebidas preparados con frutas porque consideran que es una necesidad para que las personas mejoren su forma de alimentarse de una manera saludable y así se evitaría disminuir enfermedades a causa de alimentos condimentados, mientras que solamente un 4% considera que no lo haría porque no tienen atracción sobre las frutas.

Pregunta 9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por bebidas y alimentos a base de frutas?

Cuadro 19.- Determinación sobre que cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por alimentos y bebidas a base de frutas.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
No aplica	16	5 %
Menos de \$1	6	2 %
Entre \$1.01 y \$1.50	285	79 %
Entre \$1.51 y \$2.00	40	11 %
Entre \$2,01 y \$2.50	12	3 %
Entre \$2.51 y \$3.00	0	0 %
Mayor a \$3.00	0	0 %
TOTAL	359	100,00%

Figura 14. Grafico de la novena pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

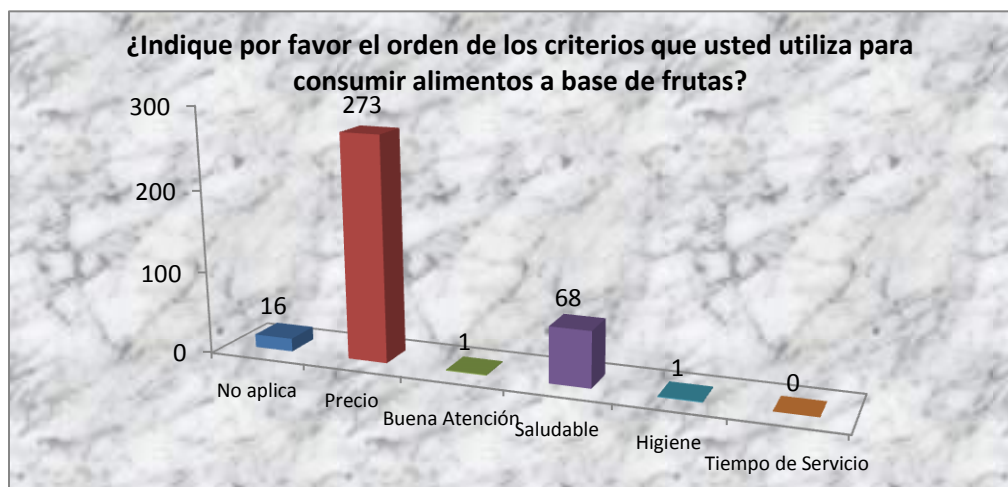
Del total de encuestados el 79% están dispuestos a pagar entre \$1.01 y \$1.50, seguido muy distanciamenete por un 11% que involucra un gasto del orden de \$1.51 y \$2.00.

Pregunta 10.- ¿Indique por favor el orden de los criterios que usted utiliza para consumir alimentos a base de frutas?

Cuadro 20. Determinación sobre que cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por alimentos y bebidas a base de frutas.

VARIABLE	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
No aplica	16	5 %
Precio	273	76 %
Atención	1	0 %
Saludable	68	19 %
Higiene	1	1 %
Tiempo de servicio	0	0 %
Total:	364	100%

Figura 15. Grafico de la decima pregunta de la encuesta.



Fuente: Encuesta realizada por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Análisis.-

Del total de encuestados un mercado 76% se inclina por el precio de los productos y el 19% por un producto saludable.

4.3 RESULTADOS.

Una vez culminado el análisis de los datos de las encuestas y los enfoques mostrados por las personas entrevistadas, es posible afirmar que es muy factible y viable tanto social como económicamente la propuesta de implementación de un local que expendiera alimentos y bebidas a base de frutas.

Se encuestaron un total de 359 personas, entre estudiantes, docentes y personal administrativo de la UNEMI, de los cuales el 85% pertenecen al género femenino, un 4% no consumen alimentos dentro de las instalaciones de la UNEMI porque prefieren prepararlas en sus domicilios de una forma más segura y sana, el 75% no están conformes con los alimentos que les ofrecen por considerarlos muy grasos y con baja cantidad de nutrientes, un 21% poseen problemas de salud, de los cuales el 18% de ellos se debe al mal hábito alimenticio, un 96% considera que el consumo de frutas mejoraría su hábito alimenticio, un 76% considera que el principal criterio para consumir frutas está basado en el precio y un 19% debido a que son productos saludables.

El tipo de alimentos que más predilección poseen los miembros de la comunidad universitaria son las comidas rápidas, el cual representa un nivel alto del orden del 80% del total de los encuestados.

El rango de valores que actualmente consume de forma diaria el personal encuestado, se encuentra que un 54% paga entre \$1,51 y \$2,00, pero para consumir bebidas y alimentos a base de frutas el 79% estarían dispuestos a pagar entre \$1,01 y \$1,50.

La falta de aplicación de un adecuado control nutricional está provocando la venta indiscriminada de comidas rápidas, adicionalmente indican que dicho control nutricional y la vigilancia sanitaria son casi imperceptibles o nulos, pero que se deben tomar medidas inmediatas al respecto porque están atentado contra el bienestar y buena salud de los comensales.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Cuadro 21. Verificación de la hipótesis.

HIPOTESIS	VERIFICACIÓN
<p>La causa principal del desorden alimenticio de la comunidad universitaria se debe a la ausencia de la comercialización de productos elaborados a base de frutas.</p>	<p>¿Se siente conforme con los alimentos que le ofrecen los bares de la UNEMI? Según los datos de las personas encuestadas el 75% de la comunidad universitaria no esta de acuerdo con los alimentos que ofrecen los bares porque la gran mayoría son comida chatarra, mientras que el 25% esta de acuerdo con lo que ofrecen los bares.</p>
<p>La ausencia de un local en la UNEMI que expendan alternativas alimentarias saludables como bebidas y ensaladas preparadas a base de frutas obliga a que la mayor parte de las personas que pertenecen a la comunidad universitaria consuma comidas rápidas para satisfacer su necesidad.</p>	<p>¿Estaría dispuesto a consumir alimentos a base de frutas dentro de la UNEMI? De los datos proporcionados por las personas encuestadas indica que el 96% de la comunidad universitaria estaría dispuesto a mejorar su habito alimenticio consumiendo alimentos a base de frutas, mientras que un 4% indica que no consumirían estos alimentos dentro de la UNEMI, porque ellos solo consumen alimentos preparados en casa.</p>
<p>El consumo de comidas con alto contenido de grasa y bajo valor nutricional provoca enfermedades gástricas, hepáticas, cardiovasculares y del sistema circulatorio.</p>	<p>¿Posee algún problema de salud a causa de un mal hábito alimenticio? Según los resultados obtenidos de la encuesta indica que el 18% posee enfermedades a causa de los malos hábitos alimenticios que han obtenido en su tiempo de estudio universitario, mientras que un elevado porcentaje poseen enfermedades derivadas a una mala alimentación.</p>
<p>Si los bares de la UNEMI no llegaran a contar con un adecuado control nutricional sobre como se debe llevar una alimentación saludable a diario, la comunidad universitaria tenderá a adquirir problemas de obesidad y cardiovasculares.</p>	<p>¿Qué tipo de alimentos es el que más consume? Datos de los resultados de las encuestas nos indica que el 80% de la comunidad universitaria consumen comidas rápidas, lo que es necesario un debido control nutricional en los bares universitarios para disminuir el porcentaje de ventas de comidas rápidas.</p>
<p>La ausencia de un local que expendan bebidas y ensaladas de frutas en la UNEMI, ocasiona que los estudiantes no tengan otras opciones de alimentarse sano y obliga al consumo de comidas rápidas para satisfacer su apetito.</p>	<p>¿Considera usted que la comercialización de alimentos a base de frutas mejoraría el hábito alimenticio en la UNEMI? Según los datos de las personas encuestadas un 96% indica que la comercialización de alimentos a base frutas a la comunidad universitaria servirá para ir educando a las personas de como alimentarse sano.</p>
<p>Con la tendencia de que las personas busquen alimentarse de una manera saludable en los exteriores de la UNEMI, esto ocasionaría que los dueños de los bares disminuyan en sus ingresos.</p>	<p>Indique por favor el orden de los criterios que usted utiliza para consumir alimentos a base de frutas? Según los datos de las personas encuestadas indica que el 76% de la comunidad universitaria esta enfocado en alimentarse sano pero de una manera económica sugiriendo que los alimentos elaborados a base de frutas no posean precios elevados.</p>

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

CAPITULO V

PROPUESTA.

5.1 TEMA

Propuesta para la implementación del Fruta bar de la Universidad Estatal de Milagro:
“FRUTA BAR UNEMI”

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El actual consumo de gran cantidad de comida chatarra en la UNEMI, provoca que las personas presenten hábitos alimenticios deficientes y el consecuente impacto en la salud.

Por otro lado, el insuficiente control nutricional y vigilancia sanitaria provocan directamente incidencias en el estado de salud, ya sea por una dieta no balanceada o porque no se garantiza la inocuidad de los alimentos que se consumen dentro de las instalaciones de la UNEMI.

Es muy importante considerar los siguientes aspectos en la implementación de un Fruta bar:

Equilibrio Financiero: Obtener un resultado que garantice el desarrollo y crecimiento de la empresa y satisfaga los requerimientos de sus socios/accionistas.

Equilibrio Comercial: Ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades y deseos de los clientes y mantenga una eficiente relación precio/calidad.

Equilibrio Humano: Mantener un clima laboral que incentive la motivación de capital humano de la organización. En la gestión se utilizan técnicas para hacer

eficiente los procesos de producción. Algunas de ellas son: prever, controlar, dirigir, organizar y decidir.

Prever: adelantarse a las necesidades y los acontecimientos. **Controlar:** todos los elementos que participan de los procesos, tales como materias primas, elaboración, presentación, servicios, facturación, atención al cliente, etc.

Dirigir: todas las tareas realizadas por los profesionales del sector.

Organizar: los sectores del departamento para optimizar los recursos, evitando duplicidad de funciones.

Decidir: de acuerdo a cada necesidad, desarrollando planes de acción y contando para ello con información precisa.

Precios: Decisiones sobre precios de lista, saldos, descuentos, forma de pago, liquidaciones, márgenes, etc.

Producto: Decisiones respecto al surtido a trabajar, tanto en amplitud como en profundidad de líneas y su constante actualización.

Promoción: Decisiones sobre la comunicación al cliente.

Presentación: Decisiones respecto al lay-out del bar, atmósfera, presentación de los productos.

Personal: administración de los vendedores, servicio al cliente, informes, control. **Servicio:** Decisiones sobre el nivel de servicio a prestar al cliente. Obviamente, debe haber coherencia entre el posicionamiento buscado, el tipo de necesidades del cliente meta y la aplicación de las variables de marketing antes mencionadas.

Otro importante factor que repercute directamente es la gestión higiénica, pues la planificación de las actividades de la cocina y la organización global de la empresa. En este sentido, la especialización del personal por tareas y la estructurada secuenciación temporal del trabajo la favorecerán de modo sinérgico.

Difícilmente se podrá realizar de forma correcta, por ejemplo, el lavado y desinfección de las frutas, si no se prevé la ejecución de esta tarea con la anticipación suficiente respecto al momento de la comanda que cuenten con estos ingredientes.

Fundamentación científica:

El consumo de alimentos con alto contenido de grasa provoca en corto y mediano plazo obesidad, la misma que es un cúmulo de grasa superior a las cantidades razonables en relación con la edad, la talla y el sexo de un individuo como resultado de la existencia de un balance energético positivo que se prolonga durante un tiempo.

Tiene repercusión en toda la economía que implica alteraciones en diferentes subsistemas, por lo cual muchos especialistas mencionan el síndrome metabólico que incluye además de la obesidad, a la hipercolesterolemia, hipertrigliceridemia, elevación de las LDL y VLDL, disminución de las HDL, hiperuricemia y aumento de la resistencia a la insulina.

No es por tanto un trastorno único, por el contrario se acepta que es un grupo heterogéneo de trastornos asociados que repercuten grandemente en la morbilidad y mortalidad de las poblaciones a través de altas incidencias de diabetes tipo II, hipertensión arterial, enfermedades cerebrovasculares, enfermedades cardiovasculares, algunos tipos de cáncer y apnea obstructiva del sueño entre otras.

La obesidad presente en la infancia y la adolescencia es causa principal de hipertensión mantenida en los adolescentes y de complicaciones vasculares en adultos jóvenes, además de ser un factor de riesgo importante de la existencia de adultos obesos por la formación en estas edades de un número elevado de adipocitos que facilitan el depósito de las grasas.

El peso excesivo en niños y adolescentes contribuye a deformidades ortopédicas, reducción de la actividad física y distorsión de la estética corporal que pueden afectar la autoestima, las relaciones interpersonales y su proyección social.

La obesidad constituye una pandemia que afecta a los diferentes grupos etarios, sin límites en relación con la raza o el sexo.

En los países desarrollados es una de las mayores afecciones sanitarias que se informa en la literatura científica en los últimos años y también en los países no desarrollados se puede presentar con una elevada prevalencia junto con la desnutrición por defecto.

La prevalencia de la obesidad tiene relación con la edad, sexo, raza, nivel educacional y situación socio económica de los afectados. Este problema es un efecto de varias causas que tienen relación con diversos factores.

Se clasifica la obesidad de causa primaria cuando corresponde a elementos ajenos al individuo, como las provocadas por el medio ambiente y de causa secundaria cuando corresponde a elementos propios del individuo afectado, como las enfermedades genéticas y neuroendocrinas. En los casos que concurren varios factores causales o etiológicos se clasifica la obesidad como mixta.

Para liberarla en forma de calor, lo que se denomina como elevada eficiencia energética del obeso. Toda alteración del estado de nutrición normal se acompañará en mayor o menor medida de modificaciones funcionales, estructurales o ambas que podrán ser detectadas bien por métodos de laboratorio, clínicos o ambos. En dependencia de su intensidad, duración y época de la vida, será la magnitud de las modificaciones detectadas y su repercusión sobre el estado de salud.¹⁶

¹⁶VISSER, Richard; GONZÁLEZ, Troadio; CABALLERO, Ángel: *Obesidad infantil*, p 1-3

Factores que influyen en nuestro equilibrio interno.

Historia personal.

Nuestra infancia

A estas edades tempranas ya se empiezan a dar condiciones adversas, junto a otros signos de diferenciación bien conocidos. Frases, como «el gordito» son frecuentes, lo que supone las primeras formas de rechazo. Esto puede ser el inicio de un bloqueo de la personalidad primaria. La hipernutrición también es frecuente: los caprichos, dulces a diario, dieta caprichosa... van preparando el terreno.

Nuestro entorno familiar próximo

La estructura familiar y las relaciones entre los miembros de la familia han de proporcionar una seguridad emocional, promocionando la obtención de un equilibrio personal. Este equilibrio personal es el que va a permitir una relación más sana con los diferentes ámbitos de la vida, incluida la comida. Las inseguridades personales pueden fomentar la aparición de conductas alimentarias no recomendables, como respuesta a situaciones que no se pueden manejar correctamente. Desde la familia se debe ofrecer una educación alimentaria adecuada, conociendo los alimentos y sus propiedades, sin una excesiva preocupación por las calorías consumidas, sino por una dieta completa en nutrientes.

Actualidad personal: Nuestra personalidad

Tanto en la actitud hacia la comida, como en nuestra conducta alimentaria, vemos la importancia de los factores de personalidad de cada persona, mucho más a la hora de comenzar un régimen alimentario. La autoestima puede actuar de motivación interna durante el tiempo en el que se siga esta dieta. Una autoestima positiva ayuda a combatir las ganas de comer alimentos «prohibidos» y mantiene el buen humor. (Este es un aspecto importante porque el humor puede sufrir cambios importantes cuando se producen cambios alimentarios restrictivos).

Cuando la persona mantiene el esfuerzo al hacer dieta y comienza a perder peso y/o volumen, es decir, cuando obtiene los resultados esperados, la autoestima se refuerza, y a su vez, esta refuerza la motivación necesaria para continuar con este esfuerzo.

Muchas personas obtienen de la conducta alimentaria un placer más allá de la necesidad de ingerir alimentos. Estas personas combaten el nerviosismo, la ansiedad, ingiriendo alimentos. Esto es relativamente frecuente: épocas de exámenes, problemas en el trabajo, sobreesfuerzo continuado, estrés... y puede convertirse en una conducta patológica. Debemos aprender a controlar y manejar esta ansiedad mediante otros mecanismos, tales como:

Técnicas de relajación, control de la respiración, control del pensamiento ansioso, etc. Otras soluciones al alcance de cualquiera serían baños relajantes, realizar algún deporte, escuchar música. A la hora de hacer un cambio de alimentación hay que estar convencidos y motivados. Es bueno, por ejemplo, hacer una relación de los motivos que nos empujan a este cambio, o ir apuntando las ventajas que se van obteniendo mientras se mantiene este tipo de alimentación. En los momentos en los que la motivación flaquea, el revisar estos listados y comprobar los beneficios que se obtienen, permite renovar los motivos y entusiasmo iniciales.

Nuestros pensamientos están estrechamente ligados con nuestros sentimientos. Así, el pensar de forma positiva, evaluando los resultados y los medios que debemos poner en juego, en general mantener esta postura positiva, nos hace sentir mejor, aumenta nuestra autoestima y la motivación para realizar cambios alimentarios, y puesto que cada vez nos sentimos mejor, la conducta es continuamente reforzada.

El medio y el concepto de salud.

Educación nutricional Los factores de los que depende la salud son bien conocidos: la paz y la justicia, el trabajo, la alimentación, la vivienda, la educación...

De la cultura depende parte del desarrollo de los pueblos. Una parte de esta es la educación, que debería cuidarse de «proteger» nuestra salud; esta sería la Educación Nutricional, también a edades tempranas (escuelas, institutos...). Anorexia y bulimia En ambas enfermedades se pierde el control sobre la conducta alimentaria, desarrollando hábitos de alimentación patológicos, llenos de rituales y creencias extrañas en relación con la comida. En la anorexia y en la bulimia es importante el control: sobre la ingesta o no de alimentos, el uso o no de laxantes o purgas, las calorías consumidas, el ejercicio físico, etc.

Otras características comunes son: la excesiva importancia del plano físico-estético sobre los otros aspectos de la personalidad, la obsesión con los alimentos y hábitos patológicos a la hora de comer.

Aunque estos son los más visibles, también encontramos con bastante frecuencia personas con problemas familiares, psicológicos (sobre todo ansiedad, depresión, factores de personalidad) que están manteniendo las conductas realizadas. Aun pudiendo ser estas tanto causa como consecuencia de las conductas patológicas, es necesario que sean tratadas de forma adecuada para la curación.

Recuperación del equilibrio psicológico interno.

- La psicoterapia debe ir encaminada a recuperar el equilibrio perdido: Creando sugerencias/emociones fortalecedoras y positivas.
- Potenciando la autoestima, evitando la autodestrucción y otros rechazos.
- Utilizando técnicas de relajación para eliminar tensiones crónicas y la ansiedad.¹⁷

Fundamentación técnica.

Los estudios antropométricos permiten detectar las transformaciones morfológicas que son expresión de alteraciones en tamaño, estructura y composición corporal que responden a determinado estado nutricional. Pueden indicar riesgos para la salud o afectación de la misma.

¹⁷ MORON, Andrés: *Estudio y análisis de una epidemia, la obesidad*, pp 140-144.

La evaluación nutricional mediante la antropometría, utiliza la medición corporal simple, como el peso, la talla, las circunferencias o pliegues grasos, en relación con la edad y el sexo. También emplea la asociación de dos medidas corporales entre sí, como la relación de la talla con el peso o la circunferencia de cintura con la de la cadera.

Índices:

Peso para la edad, peso para la talla, circunferencia cintura– cadera, entre otros. En la determinación del exceso de grasa en el cuerpo se utilizan múltiples métodos. Los más comunes y económicos son los que emplean las relaciones peso para la talla y el peso para la edad.

Con estos métodos solo algunas excepciones podrían ser excluidas como por ejemplo los individuos muy musculosos que tiene un exceso de peso por tejido magro. En estos casos se utilizan las medidas de pliegues y circunferencias de algunas áreas anatómicas.

Es importante conocer la distribución de la grasa en el cuerpo pues es reconocido que la distribución superior de esta, conocida como obesidad androide, es un factor de riesgo para el padecimiento de enfermedades cardiovasculares mientras que una distribución inferior, nombrada como obesidad ginecoide, tiene relación con enfermedades vasculares de miembros inferiores y trastornos ginecológicos. Para lograr este objetivo se debe utilizar el índice de cintura/cadera.

La capa de grasa subcutánea no se distribuye uniformemente y por lo tanto su espesor varía de un sitio a otro. Además, hay que considerar el perímetro de la región en que se toma el pliegue, por ejemplo, a iguales valores de pliegue tricípital, tendrá más grasa el individuo con mayor perímetro de brazo.

Para tratar de obtener una estimación más cercana a la realidad, se ha utilizado la suma de tres pliegues grasos, tricípital, subescapular y suprailíaco, como medio de valoración de la cantidad de grasa del individuo. Existen ecuaciones en las que mediante el empleo de dos o más pliegues grasos se estima el porcentaje de grasa

corporal. Estas ecuaciones han sido elaboradas mediante la obtención de estas dimensiones corporales en individuos a los cuales se les ha calculado el porcentaje de grasa corporal con el empleo del pesaje hidrostático.

La razón entre la circunferencia de la cintura y la circunferencia de la cadera o simplemente la circunferencia de la cintura están siendo utilizadas cada vez más en la estimación de un incremento relativo de la grasa abdominal, para detectar así a los individuos en riesgo.

Se han establecido valores de este índice y de la circunferencia de la cintura que indican riesgos aumentados de padecer diabetes mellitus no insulino dependiente, dislipidemias, hipertensión arterial y coronariopatías, entre otras enfermedades. La relación entre el índice cintura/cadera o la circunferencia de la cintura y la distribución de la grasa central, tanto subcutánea como intra abdominal, ha sido estudiada en hombres y mujeres, encontrándose que están altamente correlacionados el índice cintura/cadera y la circunferencia de la cintura con la grasa intra abdominal.

La grasa intra abdominal presenta una respuesta fisiológica distinta a la situada subcutáneamente, que la hace más sensible a los estímulos lipolíticos, mecanismo por el cual se incrementan los ácidos grasos libres en la circulación portal, punto de partida para el inicio de procesos fisiopatológicos que facilitan la aparición de las enfermedades y afecciones antes señaladas .

Además de las investigaciones antropométricas es necesario investigar el nivel de actividad física, el gasto energético y su relación con la ingesta energética para comprobar el balance energético del individuo.

De acuerdo con el tipo de investigación y la cantidad de individuos a investigar se realizan diferentes determinaciones. El nivel de actividad física, puede ser determinado usando sensores de movimiento o ergómetros aplicados individualmente, aunque es posible su determinación por el método de tiempo movimiento que es más económico y de fácil aplicación.

El gasto energético total puede ser medido por diferentes métodos como el agua doblemente marcada con isótopos estables, pero por su elevado costo y complejidad de ejecución solo se realiza en investigaciones de un número reducido de individuos. La ingesta energética es posible determinarla por registro o recordatorio de consumo de alimentos durante diferentes tiempos o por métodos de pesada de alimentos.

También se realizan, en estos estudios, investigaciones de laboratorios para obtener información del estado nutricional. Entre estas se encuentran el estudio del lipidograma, test de tolerancia a la glucosa, albúmina sérica, proteínas totales, hemoglobina y cantidad total de leucocitos, entre otras.

El pronóstico de la obesidad en el niño depende de las acciones que se realicen sobre ella y es un reto importante para los terapeutas por el elevado número de fracasos que se reportan en estos tratamientos.

Se acepta por tanto que es una entidad de complejo tratamiento de forma multidisciplinaria donde deben participar pediatras, nutriólogos, dietistas, psicólogos, comunicadores sociales y maestros entre otros técnicos y profesionales que trabajen por modificar los factores de alimentación y estilos de vida u otros factores causales.

El pronóstico de las afecciones que aparecen secundarias a la obesidad depende de la disminución de la adiposidad, pues en varios estudios se observó que con este resultado se puede contribuir a normalizar la tensión arterial, el Lipidograma y la tolerancia a la glucosa.

En el tratamiento dietético de la obesidad en niños y adolescentes es necesario observar que se deben satisfacer las necesidades de nutrientes para su crecimiento y desarrollo, lograr un cambio gradual del tejido graso por tejido magro, por lo cual no se deben usar dietas restrictivas. Las dietas deben corresponder con el peso ideal del paciente de acuerdo con su edad y sexo, es decir para el peso del 50 percentil del grupo poblacional al cual pertenece.

Las mejores acciones de salud son las preventivas, donde la labor educativa de la población constituye el aspecto más importante sobre esta pandemia.

Las actividades educativas deben ser dirigidas a lograr una correcta nutrición con hábitos de alimentación y estilos de vida saludables, donde la actividad física sea suficiente y adecuada. Investigaciones realizadas en el Caribe encontraron elevadas proporciones de obesidad en la población adulta, además de presentar malos hábitos alimentarios, poca actividad física y tener antecedentes de obesidad durante la infancia y también se señaló que uno de cada cuatro niños no realiza ejercicios físicos fuera de la escuela, uno de cada cinco niños no desayuna, uno de cada dos niños no ingiere frutas, dos de cada tres niños no come vegetales y uno de cada dos niños consume todos los días, alimentos fritos. A estos resultados se añade el problema de la no percepción del riesgo de la obesidad en los países caribeños pues se considera a la obesidad como una manifestación de completo bienestar y belleza.¹⁸

Fundamentación económica:

La venta de alimentos y bebidas elaboradas a base de frutas dentro de las instalaciones de la UNEMI es una actividad muy rentable dada la necesidad y alta demanda por parte de estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad, que pretenden mejorar su hábito alimenticio y por ende calidad de vida. El precio de venta de los productos es accesible para todos los demandantes, en especial para la mayoría de estudiantes universitarios que aún no generan sus propios ingresos y que desean incluir en su dieta diaria el consumo de frutas por las distintas propiedades y beneficios para la salud que estas representan, en contraparte de los alimentos que actualmente se están ofreciendo en los bares de la universidad que provocan enfermedades y obesidad en las personas que los consumen de forma regular.

¹⁸VISSER, Richard; GONZÁLEZ, Troadio, CABALLERO, Ángel: *Obesidad infantil*, p 4, 5.

Figura 16. Pirámide de alimentación diaria.



Fuente:Series de guías alimentarias.

En conclusión la relación entre el buen precio que se pondrá a disposición, la frecuencia y la cantidad de personas que consuman los productos, garantizan la estabilidad del negocio y la obtención de un buen margen para el inversionista.

Desarrollo del planeamiento estratégico minorista

El establecimiento de la estrategia empresarial no debería ser obra de la casualidad o de la buena voluntad o impulso de los directivos y personal de la empresa. Por el contrario, la definición de la estrategia empresarial surge como resultado de un profundo análisis cuyos pasos constituyen lo que se denomina planeamiento estratégico.

A su vez, este planeamiento comenzará desde el nivel corporativo, pero también habrá un planeamiento estratégico a nivel de unidades de negocios y otro para cada nivel funcional (como el desarrollo del planeamiento de marketing o del planeamiento financiero), cada uno de ellos con alcances y objetivos propios pero que se coordinan entre sí.

Obviamente, en un pequeño negocio minorista como un autoservicio de barrio no existe esta diferenciación, y lo que es peor, muchas veces de acuerdo a mi experiencia como asesor de este tipo de negocios, tampoco existe siquiera un plan (lo que no quita que a veces pueda ser temporalmente exitoso) más allá del deseo de ganar plata con el negocio, o de independizarse, o una forma de mantener una entrada para sobrevivir.

En consecuencia, lo que se expone a continuación se refiere a negocios minoristas – independientemente de su tamaño– que tengan el planeamiento estratégico como fundamento de su permanencia y crecimiento.

Los pasos en el desarrollo del modelo estratégico del planeamiento minorista a nivel corporativo comprenden:

1. Definir la misión corporativa
2. Establecer objetivos corporativos para cada UEN (si las hubiera).
3. Análisis situacional - identificación de temas estratégicos • competencia • tendencias del medio • clientes • aspectos éticos y legales - fortalezas y debilidades (externas e internas) - amenazas y oportunidades
4. Análisis estratégico de brechas (distancia entre el rendimiento existente y el deseado)
5. Reformulación de objetivos.
6. (Re) evaluación estratégica: ¿En qué negocio deberíamos estar? ¿Cómo debemos competir? ¿Cómo podemos lograr mayores retornos de los recursos productivos?
7. Identificación y evaluación de las alternativas estratégicas.

8. Desarrollo de las estrategias departamentales Marketing Finanzas Administración Recursos Humanos Logística Compras

9. Implementación de la estrategia

10. Control Una vez definidos los aspectos que hacen a su estrategia corporativa en cuanto mercado a atender, especialidad en la que se va a participar, objetivos de rentabilidad, crecimiento, imagen de empresa, volúmenes de venta, estrategias competitivas, cada departamento funcional debe preparar un plan para alcanzar sus propios objetivos. El desarrollo de los pasos del planeamiento comercial debería ser:

a) Selección del mercado meta en el que competir Esto incluye:

Estudios de los posibles segmentos que integran el mercado geográfico a atender.

Evaluación del potencial de cada segmento:

- Crecimiento
 - Capacidad de compra
 - Competencia actual y futura
 - Barreras de entrada y salida
 - Medición y proyección de la demanda para cada segmento objetivo factible
 - Otras variables significativas
- **b) Definir el posicionamiento detallista deseado.-** Lugar que se desea ocupar con el nombre del negocio (emblema) en la mente del consumidor del mercado meta a los efectos de obtener alguna ventaja o diferenciación competitiva sostenible.

A diferencia del posicionamiento del fabricante habitualmente centrado en la marca de sus productos, lo que se posiciona para el minorista es el nombre del negocio asociado a un atributo diferencial valorado por el mercado meta que se desea atender.

Muchos minoristas en especial los pequeños sólo consiguen un posicionamiento del tipo “el almacén de la esquina” o “la carnicería de la otra cuadra”, cuya debilidad no radica solamente en esa especie de anonimato colectivo, sino en su falta de planificación en lograr una identificación clara. Dicho de otra manera mi pregunta como consultor es: “¿eso es lo que se quería lograr?”. Creo, y supongo que el lector también, que sin hacer mucho esfuerzo de investigación, en la mayoría de estos casos, la respuesta será un “no”.

Adicionalmente, en el caso de la comercialización de marcas propias, también debe pensarse la política y posicionamiento de éstas.

c) Implementar el mix detallista.- Este conjunto de decisiones debe apuntar a consolidar el posicionamiento buscado y a satisfacer las necesidades del mercado meta seleccionada como objetivo.

Plaza: Decisiones sobre la localización y logística comercial.

Nota: muchas veces la ubicación en esta etapa ya está definida previamente, en otras sin embargo está definida la zona (Mar del Plata, por ejemplo) pero puede haber dudas acerca de la decisión del mejor punto de venta específico.

Precios: Decisiones sobre precios de lista, saldos, descuentos, forma de pago, liquidaciones, márgenes, etc.

Producto: Decisiones respecto al surtido a trabajar, tanto en amplitud como en profundidad de líneas y su constante actualización.

Promoción: Decisiones sobre la comunicación al cliente, tanto dentro del salón como a través de medios y relaciones públicas. **Presentación:** Decisiones respecto al lay-out del salón, atmósfera, presentación de los productos en góndola, pasillos de circulación, sectores.

Personal: administración de los vendedores, servicio al cliente, informes, control.

Servicio: Decisiones sobre el nivel de servicio a prestar al cliente. Obviamente, debe haber coherencia entre el posicionamiento buscado, el tipo de necesidades del cliente meta y la aplicación de las variables de marketing antes mencionadas.¹⁹

Fundamentación empresarial.

Debido a que el giro del negocio puede ser respaldado por una persona natural que emita facturas y que se ampara en el RISE (Régimen Impositivo Simplificado), el cual corresponde a un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país, exige los siguientes requisitos:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2011 equivale a 9210 USD.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Por lo cual, el negocio está plenamente respaldado bajo esta figura.

El tamaño de la empresa tendrá variación, dependiendo de la inversión que se realice, no se limita la expansión a otras universidades o locales, por cuanto los procesos son estandarizados y aplicables.

Cuando las actividades del negocio crezcan, se podrá crear una sociedad anónima con un mínimo de dos socios, esto se ajustará a una pequeña empresa, con respecto al número de empleados que se deba contratar para ejecutar eficientemente las tareas asignadas.

¹⁹ PAZ, Hugo: *gestión comercial y logística* (3a. ed.), pp 74 -77.

La estrategia del crecimiento.

¿Crecer o desaparecer?

Me he preguntado en varias oportunidades si escribiría este capítulo. Por una parte es muy poca la bibliografía que he encontrado, pero en realidad me surgen más preguntas que respuestas acerca del tema.

Me pregunto qué significa crecer para una empresa.

¿Aumentar la cantidad de clientes, o aumentar la cantidad de productos que ofrece es crecer?

Tal vez lo sea maximizar las ganancias, pero adónde está la frontera entre la mejora continua que debe acompañar la gestión de toda empresa, a lo que yo llamaría evolución, con el concepto de crecer.

¿Es decir, maximizar ganancias a partir de disminuir costos es crecer?

También me pregunto si es crecer el aumentar las ventas acompañando la evolución del sector, en definitiva desde el punto de vista sectorial todos están aumentando sus ventas. Si nuestra empresa también lo hace pero su participación porcentual no varía o disminuye, no diría que se está creciendo, y si, además, se diera la situación hipotética de que para acompañar ese crecimiento sectorial en las ventas se debe disminuir la rentabilidad porcentual me vuelvo a preguntar.

¿Estamos creciendo?

Paralelamente el mantenimiento de cualquier situación exitosa es todo un desafío.

Es decir que sostener un equilibrio estable en relación a las fuerzas competitivas que operan sobre un sector y dentro de él, sobre una empresa, es por definición imposible. El entorno competitivo es caótico en sí mismo, ya que dentro de él no sólo juegan las acciones de los diferentes actores, sino que también la relación entre cada uno de ellos con el resto obedece también a una ley caótica.

También dije que el futuro de una empresa se inventa, en definitiva no hay forma de crear el futuro si uno previamente no se imaginó las metas a las que se quiere arribar, y por qué no, las tácticas que se emplearán para buscar el cumplimiento de los objetivos perseguidos. Pero este paso no garantiza en sí mismo el éxito, es apenas un paso para conseguirlo, el éxito se consigue día a día, sin dejar de mirar analíticamente el futuro para tratar de anticiparnos a los “cambios de escenarios”.

El desafío de anticiparnos al cambio de escenarios no es menor, fundamentalmente para las Pymes que cuentan con menos posibilidades de acceder a información al respecto. Pero lo que quiero señalar, en realidad, es que cualquier empresa de un tamaño mediano hacia arriba debiera tener conciencia de lo que pasaría con ella si las reglas claves de la economía cambiaran.

Es decir, qué se hará si el peso se devalúa en un 10% o lo hace en un 100%, o qué pasaría si la inflación se dispara y de un valor del 5 al 12% cambia a un 60% o más. En suma, si se quiere inventar el futuro de una empresa, para lo cual definimos los objetivos perseguidos, pero todo esto dentro de un contexto de macroeconomía definido, si de pronto el escenario cambia dramáticamente, se debiera tener previsto qué hacer con “el invento”, es decir que seguramente, por lo menos, cambiará la magnitud de los objetivos perseguidos.

Carlos Aimar 38 nos dice: “la génesis de los negocios se encuentra en la capacidad de intuición y de generación de ideas existentes en todos nosotros.

Si se crece o se evoluciona a menor velocidad en relación a la competencia, estaremos aumentando en forma sistemática la distancia que nos separa de ella. Es decir que en realidad el desorden no tiene un límite cierto, la incertidumbre viene abonada por otro concepto, el de la velocidad de crecimiento, y por lo tanto el avance se hace más dificultoso.

En todo caso el caos que acompaña a cualquier negocio no sólo proviene de las distintas fuerzas competitivas, de la variable interrelación entre ellas y el negocio, sino que además existe el concepto de que un negocio es un “grupo de personas en

movimiento” con velocidades y aceleraciones variables en el tiempo y cuyo resultado se podrá ver en la dirección de ese movimiento.

Es decir, si terminan confluyendo las direcciones en el alcance del futuro planificado. En realidad el futuro de los negocios es hoy; la manera de planificar el camino hacia él es a partir de las variables del presente, pero siguiendo en forma permanente la variación de las mismas. Habrán podido apreciar el porqué de mis dudas sobre abordar el tema. Pero el haberlo hecho de alguna manera me obliga a plantear una posición. Esta posición nace desde el mismo concepto de Gestión por Beneficios. Cuando se planifica una empresa se establecen metas a conseguir y ellas en realidad son los beneficios que se esperan para el grupo de actuación de la misma (stake holders).

Lograr las metas fijadas es el objetivo, entiendo que quien las define piensa de una manera objetiva, pero también lo hace en forma ambiciosa. Por lo tanto, cumplir el plan es haber transportado una realidad de un momento pasado hasta el hoy y, además, teniendo en claro lo que se busca hacia el futuro. Esto, en sí mismo, es haber crecido y evolucionado en forma simultánea.

Con respecto a la velocidad, la única manera de saber si fue la adecuada será contrastando la evolución de la empresa con la del sector. Pero este análisis es parte de cualquier tablero de gestión y, por lo tanto, si el diseño en origen de velocidad de logro de los fines hubiera sido inadecuado a lo largo del tiempo se debiera haber detectado y, en consecuencia, haberlo rectificado.²⁰

²⁰ AUDISIO, Nelson: *Gestión por beneficios*, pp 139-140.

5.3.JUSTIFICACIÓN.

Debido a que un considerable número de personas que consumen comidas rápidas y que mantienen un mal hábito alimenticio se han visto afectadas por enfermedades de diferentes tipos, se ha tomado conciencia y se está promoviendo activamente el consumo de productos naturales, entre ellos encontramos las frutas y vegetales, con lo cual se tiende a mejorar la alimentación, reemplazando la comida “rápida” por alimentos sanos y nutritivos.

Es importante recalcar que las frutas constituyen un alimento funcional, por su alto contenido de agua, vitaminas, fibras, azúcar y minerales, compuestos indispensables en la dieta diaria de toda persona, y más aún cuando sus requerimientos intelectuales y físicos lo demandan.

La importancia de la alimentación como necesidad vital es un hecho incuestionable conocido por todos. Si bien es importante comprender esta verdad, también es necesario conocer como nos alimentamos, es decir cual es la calidad de los alimentos que ingerimos, sobre todo por la gran relación que se ha demostrado que tiene la alimentación con la salud. La alimentación por ser un acto reiterado, a largo plazo y vital, constituye el factor ambiental que más influye en la etiología, es decir la causa, de numerosas enfermedades como el cáncer, la obesidad, la aterosclerosis, etc.

Los alimentos no son compuestos estáticos, sino dinámicos y consecuentemente las ciencias alimentarias deben estudiar la composición de los alimentos y los efectos que sus componentes provocan en el curso de los diferentes procesos a que están sujetos los alimentos, investigando y descubriendo las conexiones que existen entre la estructura de los diferentes compuestos y sus propiedades organolépticas así como su capacidad de deterioro en función de su composición química.²¹

²¹ZUMBADO FERNÁNDEZ, Héctor. Análisis químico de los alimentos: métodos clásicos, p 9.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la propuesta

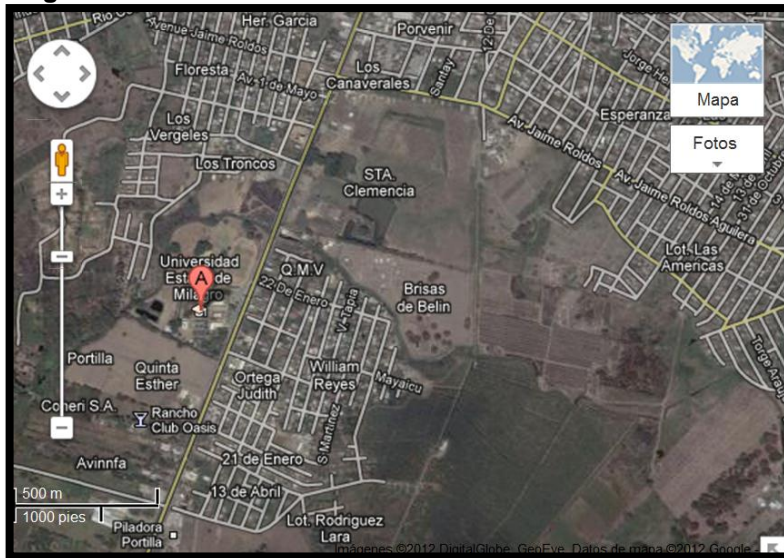
Ofrecer una alternativa de alimentos saludables dirigida a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la Comunidad Universitaria, mediante la implementación de un fruta bar que permita aportar alimentos y bebidas a base de frutas.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Identificar, recopilar la información y requisitos que se deben cumplir para efectuar oportunamente los trámites administrativos y financieros que se necesitan para emprender.
- Definir los procedimientos y las recetas que se utilizarán para preparar los alimentos y bebidas que se ofrecerán a los clientes.
- Efectuar el proceso de selección del lugar adecuado para emprender con el negocio del Fruta Bar, de modo que sea posible ejecutar las actividades productivas proyectadas dentro de un sitio estratégico.
- Diseñar los perfiles de los cargos de los puestos de trabajo que servirán para el reclutamiento y selección del personal que laborará en el Fruta bar UNEMI.
- Estructurar el esquema financiero que se ajuste a las necesidades de la implementación, proyectando ingresos, costos y gastos.

5.5 UBICACIÓN

Figura 17. Ubicación de la UNEMI.



Fuente: Digital Globe –Google.

Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro, Cdla. Universitaria km 1,5 Vía Km 26, Universidad Estatal de Milagro, Lugar donde se efectuará el proyecto.

La UNEMI es reconocida como una universidad que evoluciona en su quehacer cotidiano por la calidad en la gestión de la docencia, la investigación, la vinculación con la sociedad y en la gestión administrativa. Autónoma en su pensamiento y en su desarrollo interno, formadora de valores para contribuir al desarrollo humano y al mejoramiento de la calidad de vida de las y los ciudadanos.

La infraestructura de la UNEMI está compuesta por:

- Directorio Principal
- Edificios
- Salón auditorio
- Biblioteca

- Cyber
- Laboratorios de computación
- Laboratorios de idiomas
- Laboratorio de radio, televisión y fotografía
- Laboratorio de recepción y eventos
- Taller de ingeniería industrial
- Plazoleta
- Áreas verdes.

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Nombre Comercial

Fruta Bar UNEMI

Razón Social

Fruta Bar UNEMI S.A.

Logotipo



Slogan

La salud y la calidad ante todo

FODA

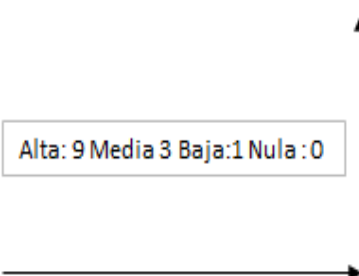
El Análisis FODA consiste en la identificación de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de la empresa, enfocándonos en los factores internos y externos que son claves para el éxito del negocio, por medio de las Fortalezas y Debilidades, finalmente identificaremos las Oportunidades y amenazas a los que estaremos expuestos.

Cuadro 22. FODA, Fruta bar UNEMI.SA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ofrecer productos saludables y naturales	Inversión inicial considerable
Precios accesibles	Poca experiencia en el negocio de venta de alimentos y bebidas
Materia prima de primera calidad	Materia prima perecible en corto tiempo
Talento humano capacitado y con enfoque hacia el cliente	Reducido número de proveedores confiables
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Apertura de nuevos locales en otras universidades a nivel nacional	Crisis económica, social y política en el país
Crear una franquicia	Competencia dentro de la universidad ofrezca productos como los nuestros
Realizar alianzas estratégicas con empresas que ofrezcan productos relacionados al giro del negocio	Escasez de materia prima o mala calidad de materia prima.
Gobierno extienda el control de los bares de las universidades así como el de las escuelas y colegios	Incremento continuo en el precio de la materia prima

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 23.Foco de las acciones ofensivas

Áreas de iniciativa Estratégica ofensiva						
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Alta: 9 Media 3 Baja:1 Nula : 0</div> 	O P O R T U N I D A D E S	Apertura de nuevos locales en otras universidades a nivel nacional	Crear una franquicia	Realizar alianzas estratégicas con empresas que ofrezcan productos relacionados al giro del negocio	Gobierno extienda el control de los bares de las universidades así como el de las escuelas y colegios	TOTAL
	FORTALEZAS					
Ofrecer productos saludables y naturales		9	9	9	9	36
Precios accesibles		9	9	9	1	28
Materia prima de primera calidad		9	9	3	9	30
Talento humano capacitado y con enfoque hacia el cliente		9	9	3	3	24
TOTAL		36	36	24	22	22

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 24. Foco de las acciones defensivas

Áreas de iniciativa Estratégica Defensiva

Alta: 9 Media 3 Baja:1 Nula : 0

	D E B I L I D A D E S	Inversión inicial considerable	Poca experiencia en el negocio de venta de alimentos y bebidas	Materia prima perecible en corto tiempo	Reducido número de proveedores confiables	TOTAL
AMENAZAS						
Crisis económica, social y política en el país		9	9	3	1	22
Competencia dentro de la universidad ofrezca productos como los nuestros		1	9	1	3	14
Escasez de materia prima o mala calidad de materia prima.		9	9	9	9	36
Incremento continuo en el precio de la materia prima		9	9	9	9	36
TOTAL		28	36	22	22	

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 25. Estrategias FOFA – Fruta bar UNEMI.SA

ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS Ofrecer productos saludables y naturales Materia prima de primera calidad Precios accesibles Talento humano capacitado y con enfoque hacia el cliente	FO 1.- Proponer a las universidades la alternativa rentable de alimentación sana a los miembros de la comunidad universitaria 2.- Efectuar el lanzamiento de una campaña publicitaria interna para que la Comunidad Universitaria conozca los productos de calidad que ofrecemos, los precios y la ubicación del local. 3.- Promover alianzas con proveedores de productos relacionados con los que ofrecemos. 4.- Efectuar una campaña de concientización sobre una dieta rica en productos y bebidas preparados a base de frutas por parte del personal	FA 1.- Ofrecer variedad en los productos, buenos precios y preparar estrategias para hacer frente a movimientos de la competencia. 2.- Seleccionar y evaluar periódicamente a los proveedores, garantizando la calidad de la materia prima entregada. 3.- Evaluar los rendimientos de materia prima para garantizar rentabilidad de nuestros productos. 4.- Diferenciarnos de la competencia con una excelente atención, amabilidad y calidez en el servicio, contando con personal capacitado.

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 26. Estrategias DODA – Fruta bar UNEMI. SA.

<p>ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Apertura de nuevos locales en otras universidades a nivel nacional</p> <p>Crear una franquicia</p> <p>Realizar alianzas estratégicas con empresas que ofrezcan productos relacionados al giro del negocio</p> <p>Gobierno extienda el control de los bares de las universidades así como el de las escuelas y colegios</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Crisis económica, social y política en el país</p> <p>Competencia dentro de la universidad ofrezca productos como los nuestros</p> <p>Escasez de materia prima o mala calidad de materia prima.</p> <p>Incremento continuo en el precio de la materia prima</p>
	<p>DEBILIDADES</p> <p>Inversión inicial considerable</p> <p>Reducido número de proveedores confiables</p> <p>Materia prima perecible en corto tiempo</p> <p>Poca experiencia en el negocio de venta de alimentos y bebidas</p>	<p>DO</p> <p>1.- Invertir en equipos y materiales de buena calidad para que posean un mayor tiempo de vida útil y generen menos costos en reparaciones durante el proceso productivo.</p> <p>2.- Armar una base de datos de la mayor parte de proveedores para efectuar el proceso de selección y posterior evaluación.</p> <p>3.- Ofrecer combos de productos, presentaciones creativas y novedosas que impulsen la compra y por ende la mayor rotación de producto.</p> <p>4.- Implantar un modelo de negocio cuya estandarización sea factible para replicarlo en otras universidades.</p>

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 27. Las 5 Fuerzas de Porter.



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Visión

Lograr presencia en todas las universidades a nivel nacional, reconocida por ofrecer alimentos y bebidas naturales, que ofrece un servicio cordial, ágil y enfocado en la calidad.

Misión

Satisfacer a los requerimientos de alimentación sana y nutritiva de nuestros clientes, con alimentos y bebidas a base de frutas de excelente calidad y variedad.

Principios.

Pro- actividad.- Trabajar con esmero en cada uno de los procesos necesarios para la obtención de productos de excelente calidad.

Cordialidad.- Un trato amable y personalizado aplicando los principios de atención al cliente.

Respeto.- A los principios ideológicos personales de nuestros colaboradores y clientes.

Honestidad.-FRUTA BAR UNEMI trabajará de manera transparente y apegada a las normas legales que la enmarquen.

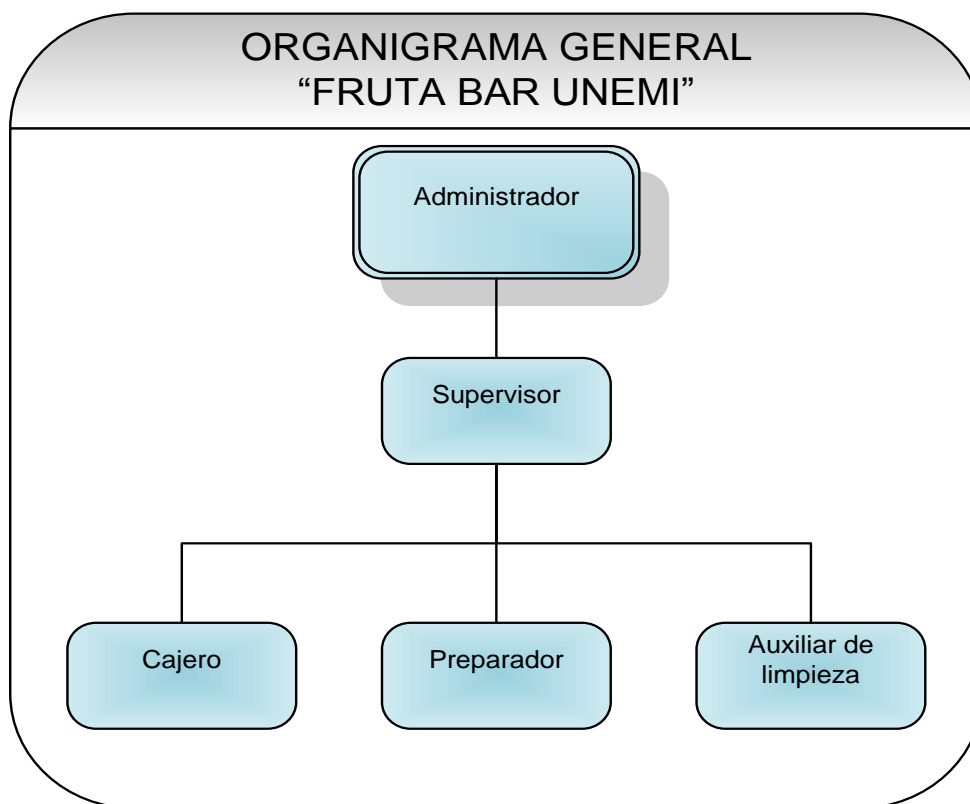
Estructura Organizacional

El negocio estará conformado inicialmente como un local de venta de alimentos y bebidas a base de frutas que pertenece a una persona natural bajo el régimen RISE y cuyo nombre comercial corresponde a: FRUTA BAR UNEMI, en la medida que la facturación así lo demande, se procederá a crear una sociedad anónima.

Organigrama

Por medio del organigrama se describe de forma visual la estructura organizacional de la empresa, en el caso del FRUTA BAR UNEMI, contamos con tres puestos de trabajo: El Gerente General, quien es el propietario de la empresa, el cajero y un asistente, lo cual podemos apreciar en el organigrama general que encontramos a continuación:

Figura 18. Organigrama del Fruta bar UNEMI.SA



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO

1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: ADMINISTRADOR

REPORTA A: No aplica

SUPERVISA A: Supervisor

AREA: Administración

1.1 OBJETIVO DEL CARGO

Planificar, organizar, controlar y evaluar que las actividades de la empresa se desarrollen eficientemente, garantizando la optimización de los recursos y la rentabilidad del negocio, será quien firme los contratos de servicios mayores y contratos de personal.

1.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS E INDICADORES DE GESTIÓN

1. Elaborar el presupuesto anual de ingresos y gastos, verificando el cumplimiento de lo planificado.
2. Administrar el flujo de efectivo y girar cheques para efectuar el pago a proveedores.
3. Planificar, asignar, controlar y evaluar las actividades del personal a cargo
4. Autorizar la contratación de personal y garantizar la cantidad de personal adecuada a las necesidades del negocio.
5. Autorizar la adquisición de equipos y activos para el negocio.
6. Efectuar la obtención de los permisos necesarios para el funcionamiento del local.
7. Cumplir con las declaraciones oportunas y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del negocio.
8. Otras inherentes al ámbito de sus funciones.

1.3 PERFIL DEL CARGO

Edad: 35 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

1.3.1 Educación Formal:

Título de tercer nivel en carreras administrativas.

1.3.2 Experiencia:

3 años de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

1.3.3 Requisitos Adicionales:

- Habilidad para la toma de decisiones
- Sólidos conocimientos en trámites administrativos y tributarios

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO

2 DENOMINACIÓN DEL CARGO: SUPERVISOR

REPORTA A: Administrador

SUPERVISA A: Cajero, Preparador y Auxiliar de Limpieza

NIVEL: Apoyo

ÁREA: Administración

2.1 OBJETIVO DEL CARGO

Vigilar, controlar y evaluar que las actividades de la empresa se desarrollen eficientemente, supervisando continuamente las acciones del personal a su cargo.

2.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS E INDICADORES DE GESTIÓN

1. Planificar, asignar, controlar y evaluar las actividades del personal a cargo.
2. Planificar la adquisición de materia prima e insumos necesarios para el desarrollo de las actividades.
3. Efectuar el control del inventario de forma semanal.
4. Efectuar arqueo de caja de forma sorpresiva.
5. Otorgar permisos y atender requerimientos del personal a cargo.
6. Otras actividades inherentes al ámbito de sus funciones asignadas por el jefe inmediato.

2.3 PERFIL DEL CARGO

Edad: 35 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

2.3.1 Educación Formal:

Egresado o cursando carreras administrativas.

2.3.2 Experiencia:

2 años de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

2.3.3 Requisitos Adicionales:

- Excelentes relaciones interpersonales
- Habilidad para la toma de decisiones
- Conocimiento intermedio en administración
- Manejo de personal Sólidos conocimientos en trámites administrativos y tributarios
Conocimiento básico en utilitarios informáticos.

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO

3 DENOMINACIÓN DEL CARGO: CAJERO

REPORTA A: Supervisor

SUPERVISA A: No aplica

NIVEL: Apoyo

ÁREA: Administración

3.1 OBJETIVO DEL CARGO

Ejecutar la gestión de facturación y cobranza a los clientes, con cordialidad y agilidad, garantizando la custodia de los valores recaudados y el cuadro al cierre.

3.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS E INDICADORES DE GESTIÓN

1. Efectuar el conteo de los valores monetarios con los que inicia la caja y garantizar que existan las monedas y billetes de baja denominación.
2. Receptar el pedido del cliente
3. Facturar el pedido del cliente
4. Efectuar el cobro del pedido solicitado por el cliente.
5. Entregar ticket al Preparador para que proceda con la preparación de lo solicitado y la correspondiente entrega.
6. Efectuar el cuadro de caja diario, reportar faltantes y sobrantes al Supervisor.
7. Otras actividades inherentes al ámbito de sus funciones, asignadas por el Supervisor.

3.3 PERFIL DEL CARGO

Edad: 20 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

3.3.1 Educación Formal:

Estudiante de carreras universitarias orientadas a administración de empresas o comercial.

3.3.2 Experiencia:

1 año de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

3.3.3 Requisitos Adicionales:

- Excelentes relaciones interpersonales
- Iniciativa
- Enfoque hacia el cliente

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO

4 DENOMINACIÓN DEL CARGO: PREPARADOR

REPORTA A: Supervisor

SUPERVISA A: No aplica

NIVEL: Apoyo

ÁREA: Administración

4.1 OBJETIVO DEL CARGO

Ejecutar la gestión de preparación de los alimentos y bebidas a base de frutas, entregando a los clientes, con cordialidad y agilidad, garantizando la inocuidad de los alimentos preparados, la higiene y presentación de los productos.

4.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS E INDICADORES DE GESTIÓN

1. Efectuar la toma física de inventario diario al cierre de las operaciones.
2. Solicitar oportunamente la adquisición de materia prima e insumos para la preparación de alimentos y bebidas a base de frutas.
3. Receptar el pedido entregado por el cajero.
4. Preparar los alimentos y bebidas solicitadas en el pedido del cliente
5. Entregar lo solicitado por el cliente.
6. Custodiar los tickets de los alimentos entregados y elaborar un reporte de consumos realizados y pedido de insumos.
7. Efectuar la limpieza del local, de los equipos y utensilios de cocina utilizados en la preparación de los alimentos.
8. Otras actividades inherentes al ámbito de sus funciones, asignadas por el Gerente General.

4.3 PERFIL DEL CARGO

Edad: 18 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

4.3.1 Educación Formal:

Bachiller en cualquier especialidad.

4.3.2 Experiencia:

1 año de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

4.3.3 Requisitos Adicionales:

- Excelentes relaciones interpersonales
- Enfoque hacia el cliente
- Actitud y agilidad en servicio

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO

5 DENOMINACIÓN DEL CARGO: AUXILIAR DE LIMPIEZA

REPORTA A: Supervisor

SUPERVISA A: No aplica

NIVEL: Apoyo

ÁREA: Administración

5.1 OBJETIVO DEL CARGO

Ejecutar la gestión de limpieza del local, equipos y utensilios, garantizando la inocuidad de los alimentos preparados, la higiene en las áreas de preparación y servicio de productos.

5.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS E INDICADORES DE GESTIÓN

1. Efectuar la limpieza diaria de:
Piso y mesones del local.
Mesas y sillas.
Área de caja y puesto del supervisor.
Área de preparación de alimentos.
2. Efectuar limpieza profunda de forma semanal de:
Refrigeradora, cocina, microondas, anaqueles, exhibidores.
3. Solicitar oportunamente la adquisición insumos de limpieza de forma semanal.
4. Efectuar la limpieza de los equipos y utensilios de cocina utilizados durante la preparación de los alimentos.
5. Otras actividades inherentes al ámbito de sus funciones, asignadas por el Gerente General.

5.3 PERFIL DEL CARGO

Edad: 18 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

5.3.1 Educación Formal:

Bachiller en cualquier especialidad.

5.3.2 Experiencia:

1 año de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

5.3.3 Requisitos Adicionales:

- Enfoque hacia el cliente
- Actitud y agilidad en servicio
- Pro actividad

5.7. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

- Determinar aspectos de la constitución de la empresa

Cuadro 28.Proceso de creación y habilitación de la sociedad anónima.

PASOS	PROCESO
1ero	Determinar el esquema y requisitos para la creación de la sociedad anónima
2do	Diseñar los estatutos, reglamento interno, políticas y alcances
3ero	Establecer junta de accionistas y designar al representante legal.
4to	Obtener información de los requisitos y gestionar la obtención de permisos de funcionamiento, sanitarios y ambientales de la empresa.

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

- Solicitar requisitos de documentación para la asignación de un local dentro de la UNEMI para expender alimentos y bebidas a base de frutas.

Cuadro 29.Proceso para solicitar un local a la administración de la UNEMI

PASOS	PROCESO
1ero	Solicitar en administración el documento con los requisitos
2do	Obtener la documentación para cumplir con los requisitos estipulados
3ero	Entregar la carpeta con toda la documentación solicitada y el formulario de inscripción en administración.
4to	Visitar el local para identificar reparaciones o adecuaciones que se deban realizar

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

- Diseño del presupuesto que se requiere para poner en marcha la empresa FRUTA BAR S.A.

Cuadro 30.Proceso de la selección del local en donde ejecutará las operaciones Fruta bar UNEMIS.A.

PASOS	PROCESO
1ero	Identificar los locales que se encuentran disponibles en la UNEMI y analizar: mejor ubicación, acceso de proveedores y acceso de clientes.
2do	Identificar los proveedores de bienes, servicios e insumos que se encuentren cercanos.
3ero	Solicitar cotizaciones para presupuestar la inversión inicial

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

- Definir proceso de reclutamiento y selección del talento humano que se ajuste al perfil requerido para cada puesto.

Cuadro 31.Proceso de reclutamiento y selección de personal para FRUTA BAR UNEMI S.A.

PASOS	PROCESO
1ero	Diseñar el organigrama general de la empresa FRUTA BAR UNEMI S.A.
2do	Diseñar los Manuales de Funciones y perfiles de cada puesto
3ero	Analizar el número de cargos necesarios que garanticen una eficiente operatividad en la empresa
4to	Efectuar el presupuesto de los costos administrativos de la empresa.

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

- Definir la inversión inicial de la propuesta.

Cuadro32. Proceso de identificación de fuentes de financiamiento para la instalación de la empresa FRUTA BAR UNEMI S.A.

PASOS	PROCESO
1ero	Establecer el patrimonio inicial de la empresa
2do	Planificar el presupuesto necesario para garantizar la instalación y operatividad de la empresa
3ero	Investigar e identificar las mejores fuentes de financiamiento y condiciones de crédito
4to	Determinar ratios económicos y analizarlos

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

- Efectuar la campaña de publicidad interna.

Proceso para efectuar la campaña publicitaria mediante la entrega de volantes y publicaciones en las carteleras de la Universidad y lugares más concurridos por la Comunidad Universitaria.

Cuadro 33. Proceso del diseño de publicidad y promociones del FRUTA BAR UNEMI S.A.

PASOS	PROCESO
1ero	Diseñar el logotipo, slogan, colores e imagen corporativa de la empresa
2do	Diseñar afiches, volantes y publicidad
3ero	Ubicar afiches, publicidad y entregar volantes a los miembros de la comunidad universitaria

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

- Efectuar el diseño de las recetas de alimentos y bebidas que se van a expender

Cuadro 34. Elaborar el diseño de recetas

PASOS	PROCESO
1ero	Identificar los alimentos y bebidas a base de frutas que tienen mayor rotación
2do	Investigar recetas y efectuar las respectivas adecuaciones
3ero	Realizar recetas de prueba
4to	Estandarizar y documentar receta
5to	Capacitar al personal en la preparación de los alimentos y bebidas del menú

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

- Capacitar al personal que atenderá a los clientes, controlará el stock de insumos y que recaudará el dinero.

Cuadro 35. Proceso para determinar capacitación interna de personal.

PASOS	PROCESO
1ero	Capacitar a todo el personal en temas de atención al cliente
2do	Capacitar al personal que efectúa el control del stock de los insumos
3ero	Capacitar al personal que recaudará el dinero en caja

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Cuadro 36.Activos Fijos

FRUTA BAR UNEMI ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
1	ESCRITORIOS	150,00	150,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	75,00	150,00
21	SILLAS PARA COMEDOR	40,00	840,00
2	ARCHIVADORES	75,00	150,00
1	COCINA	400,00	400,00
1	ACONDICIONADOR DE AIRE	650,00	650,00
2	ENFRIADOR	700,00	1.400,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	150,00	150,00
3	MESONES PARA SERVIRSE	100,00	300,00
2	TACHO PARA BASURA	25,00	50,00
4	MESAS	40,00	160,00
100	COPAS PARA BATIDOS	1,50	150,00
50	REPOSTEROS PARA ENSALADAS DE FRUTAS	1,75	87,50
50	PLATOS TENDIDOS	0,75	37,50
3	PLANTAS DE ADORNOS	30,00	90,00
2	HORNOS MICROONDAS	100,00	200,00
2	TOSTADORAS	45,00	90,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		5.055,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
1	CALCULADORAS/SUMADORAS	30,00	30,00
1	TELEVISOR	500,00	500,00
1	TELEFONOS	15,00	15,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		545,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
2	COMPUTADORAS	650,00	1.300,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	150,00	300,00
1	COMPUTADORA PORTÁTIL (LAPTOP)	600,00	600,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.200,00
	VEHICULOS		
1	CAMIONETA SENCILLA	15.000,00	15.000,00
	TOTAL VEHICULOS		15.000,00
	EDIFICIOS		
1	ALQUILER	250,00	250,00
	TOTAL EDIFICIO		250,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			23.050,00

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 37. Depreciación de los Activos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	5.055,00	10%	42,13	505,50
EQUIPO DE COMPUTACION	2.200,00	33%	60,50	726,00
VEHICULO	15.000,00	20%	250,00	3.000,00
EQUIPO DE OFICINA	545,00	10%	4,54	54,50
TOTAL	22.800,00		357,17	4.286,00

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 38 .Detalle de Gastos

FRUTA BAR UNEMI DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ADMINISTRADOR	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
1	SUPERVISOR	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
2	PREPARADOR / CAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
2	AUXILIAR DE LIMPIEZA	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	292,98	3.515,76	3.691,55	3.876,13	4.069,93	4.273,43
	APORTE PATRONAL	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	2.700,12	2.835,13	2.976,88	3.125,73	3.282,01
	DECIMO CUARTO				2.050,86									2.050,86	2.153,40	2.261,07	2.374,13	2.492,83
	DECIMO TERCERO												1.942,98	1.942,98	2.040,13	2.142,14	2.249,24	2.361,70
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.167,99	2.167,99	2.167,99	4.218,85	2.167,99	2.167,99	2.167,99	2.167,99	2.167,99	2.167,99	2.167,99	4.110,97	30.009,72	31.510,21	33.085,72	34.740,00	36.477,00
GASTOS DE GENERALES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	84,00	88,20	92,61	97,24	102,10
	ENERGIA ELECTRICA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
	TELEFONO	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
	ARRIENDO	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
	SERVICIOS DE INTERNET	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
	UTILES DE OFICINA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	42,13	505,50	505,50	505,50	505,50	505,50
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	726,00	726,00	726,00	-	-
	DEPRECIACION DE VEHICULO	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	4,54	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50
	TOTAL GASTOS GENERALES	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	689,17	8.270,00	8.469,20	8.678,36	8.171,98	8.402,58
GASTO DE VENTAS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
	IMPULSADORES /REPARTIDOR DE VOLANTES	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	2.100,00	2.115,00	2.130,75	2.147,29	2.164,65
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		3.032,16	3.032,16	3.032,16	5.083,02	3.032,16	3.032,16	3.032,16	3.032,16	3.032,16	3.032,16	3.032,16	4.975,14	40.379,72	42.094,41	43.894,83	45.059,27	47.044,23
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA		2.674,99	2.674,99	2.674,99	4.725,85	2.674,99	2.674,99	2.674,99	2.674,99	2.674,99	2.674,99	2.674,99	4.617,97	36.093,72	37.808,41	39.608,83	41.499,27	43.484,23
GASTOS GENERALES		332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	332,00	3.984,00	4.183,20	4.392,36	4.611,98	4.842,58
DEPRECIACION		357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	357,17	4.132,32	4.132,32	4.132,32	3.560,00	3.560,00
														4.132,32	5.793,20	7.432,54	8.060,11	8.927,11

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 39. Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS																			
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMBR	DICIEMBR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	COSTO DE VENTAS 60% INGRESOS		10096,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	93388,00	98.057,40	102.960,27	108.108,28	113.513,70
															0,00	-	-	-	-
	TOTAL		10096,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	7572,00	93388,00	98057,40	102960,27	108108,28	113513,70

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 40. Presupuesto de Ingreso

FRUTA BAR UNEMI																			
PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	EPTIEMBR	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENSALADA DE FRUTAS	300,00	3,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
DURAZNO EN ALMIVAR	250,00	2,50	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	7.500,00	7.875,00	8.268,75	8.682,19	9.116,30
YOGURT	250,00	1,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
FUTAS EN TROZOS	350,00	3,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38
JUGO DE NARANJA	300,00	1,50	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
JUGO DE SANDIA	300,00	1,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
JUGO DE MELON	250,00	1,50	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	4.500,00	4.725,00	4.961,25	5.209,31	5.469,78
JUGO DE PIÑA	300,00	1,50	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
JUGO DE MANDARINA	300,00	1,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
JUGO DE GUAYABA	150,00	1,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
JUGO DE ARAZA	150,00	0,80	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
JUGO DE NARANJILLA	200,00	1,25	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
JUGO DE TOMATE DE ARBOL	250,00	1,25	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	312,50	3.750,00	3.937,50	4.134,38	4.341,09	4.568,15
JUGO DE PAPAYA	250,00	1,50	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	4.500,00	4.725,00	4.961,25	5.209,31	5.469,78
JUGO DE MARACUYA	250,00	1,75	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	437,50	5.250,00	5.512,50	5.788,13	6.077,53	6.381,41
JUGO DE GUANABANA	150,00	1,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
JUGO DE CHIRIMOYA	200,00	1,25	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
JUGO DE LIMON	200,00	1,75	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
JUGO DE COCO	200,00	1,80	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
BATIDO DE COCO	250,00	2,50	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	7.500,00	7.875,00	8.268,75	8.682,19	9.116,30
BATIDO DE NONI	150,00	1,50	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	2.700,00	2.835,00	2.976,75	3.125,59	3.281,87
BATIDO DE GUINEO	300,00	1,80	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	6.480,00	6.804,00	7.144,20	7.501,41	7.876,48
BATIDO DE BORJOJO	300,00	2,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
BATIDO DE ARAZA	200,00	2,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.566,60	5.834,43
BATIDO DE NARANJILLA	100,00	1,75	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01	2.562,56
BATIDO DE TOMATE DE ARBOL	200,00	2,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.566,60	5.834,43
BATIDO DE MELON	250,00	2,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
BATIDO PIÑA	250,00	2,50	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	7.500,00	7.875,00	8.268,75	8.682,19	9.116,30
BATIDO DE PAPAYA	100,00	1,50	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
TOSTADAS	250,00	1,50	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	4.500,00	4.725,00	4.961,25	5.209,31	5.469,78
EMPANADAS AL HORNO DE POLLO	150,00	0,75	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	1.350,00	1.417,50	1.488,38	1.562,79	1.640,93
EMPANADAS AL HORNO DE QUESO	175,00	0,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	87,50	1.050,00	1.102,50	1.157,63	1.215,51	1.276,28
EMPANADAS AL HORNO DE CARNE	150,00	0,75	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	1.350,00	1.417,50	1.488,38	1.562,79	1.640,93
PAN DE YUCA	250,00	0,50	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1.500,00	1.575,00	1.653,75	1.736,44	1.823,26
SANWICH	150,00	0,75	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50	1.350,00	1.417,50	1.488,38	1.562,79	1.640,93
TOTAL DE INGRESOS			12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	12.620,00	151.440,00	159.012,00	166.962,60	175.310,73	184.076,27

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 41. Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	5.055,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.200,00
VEHICULO	15.000,00
EQUIPO DE OFICINA	545,00
CAJA - BANCO	9.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	31.800,00

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 42. Financiamiento Del Proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		31.800,00
Financiado	37%	11.800,00
Aporte Propio	63%	20.000,00
		31.800,00

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 43. Tasa

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,00%	0,11
		0,11

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 44. Préstamos Bancarios

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	11.800,00	1.298,00

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 45. Tabla de Amortización Anual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				11.800,00
1	2.360,00	1.298,00	3.658,00	9.440,00
2	2.360,00	1.038,40	3.398,40	7.080,00
3	2.360,00	778,80	3.138,80	4.720,00
4	2.360,00	519,20	2.879,20	2.360,00
5	2.360,00	259,60	2.619,60	-
	11.800,00	3.894,00	15.694,00	

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 46. Tabla de Amortización Mensual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				11.800,00
1	196,67	108,17	304,83	11.603,33
2	196,67	108,17	304,83	11.406,67
3	196,67	108,17	304,83	11.210,00
4	196,67	108,17	304,83	11.013,33
5	196,67	108,17	304,83	10.816,67
6	196,67	108,17	304,83	10.620,00
7	196,67	108,17	304,83	10.423,33
8	196,67	108,17	304,83	10.226,67
9	196,67	108,17	304,83	10.030,00
10	196,67	108,17	304,83	9.833,33
11	196,67	108,17	304,83	9.636,67
12	196,67	108,17	304,83	9.440,00
	2.360,00	1.298,00	3.658,00	

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Cuadro 47. Datos

DATOS		Y	X
ventas	151.440,00		151.440,00
costo fijos	40.379,72		133.767,72
Costos variables	93.388,00		93.388,00

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

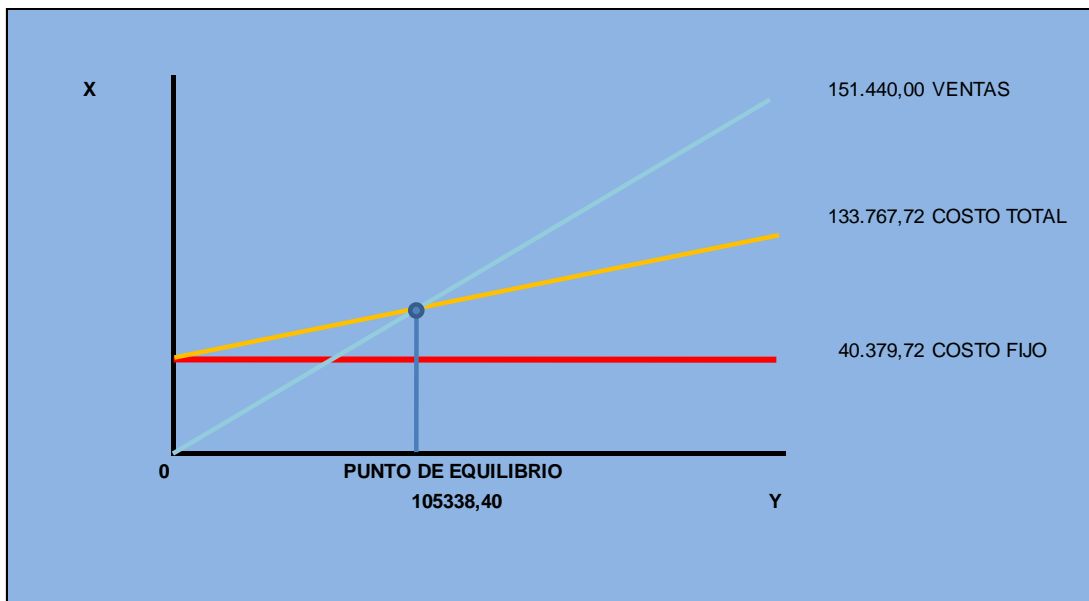
Cuadro 48. Calculo de Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{40379,72}{0,38333}$$

$$PE = 105338,40$$

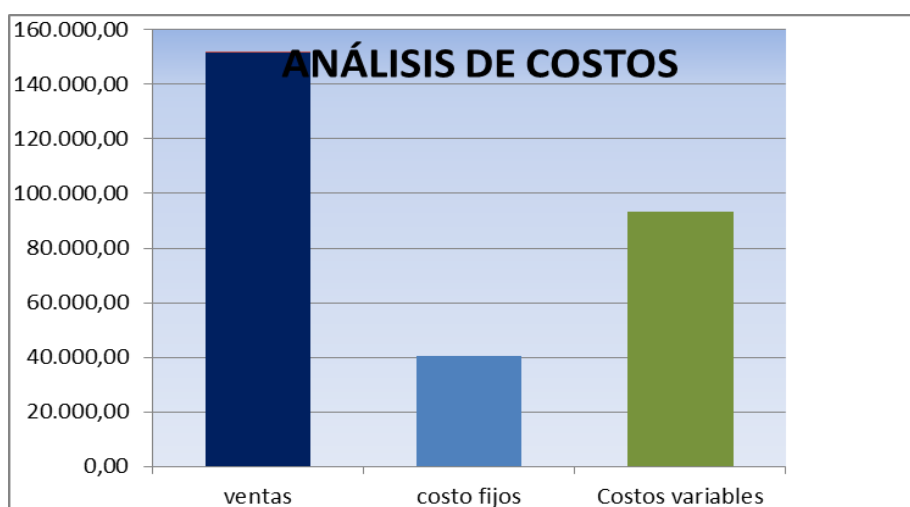
Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Figura 19.- Punto de Equilibrio



Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Figura 20. Análisis de Costo



Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Cuadro 49. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados

FRUTA BAR UNEMI						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	151.440,00	159.012,00	166.962,60	175.310,73	184.076,27	836.801,60
(-) COSTO DE VENTAS	93.388,00	98.057,40	102.960,27	108.108,28	113.513,70	516.027,65
UTILIDAD BRUTA	58.052,00	60.954,60	64.002,33	67.202,45	70.562,57	320.773,95
COSTOS INDIRECTOS	40.379,72	42.094,41	43.894,83	45.059,27	47.044,23	218.472,45
UTILIDAD OPERACIONAL	17.672,28	18.860,19	20.107,50	22.143,18	23.518,34	102.301,49
(-) GASTOS FINANCIEROS	1.298,00	1.038,40	778,80	519,20	259,60	3.894,00
UTILIDAD ANTES PART. IMP	16.374,28	17.821,79	19.328,70	21.623,98	23.258,74	98.407,49
PARTICIPACION EMPLEADOS	2.456,14	2.673,27	2.899,31	3.243,60	3.488,81	14.761,12
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	13.918,14	15.148,52	16.429,40	18.380,38	19.769,93	83.646,37
IMPUESTO RENTA	3.479,53	3.787,13	4.107,35	4.595,10	4.942,48	35.672,72
UTILIDAD NETA	10.438,60	11.361,39	12.322,05	13.785,29	14.827,45	62.734,78

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 50. Balance General

FRUTA BAR UNEMI						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	9.000,00	21.364,60	34.652,00	48.900,05	63.885,33	79.912,78
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	9.000,00	21.364,60	34.652,00	48.900,05	63.885,33	79.912,78
ACTIVOS FIJOS	22.800,00	22.800,00	22.800,00	22.800,00	22.800,00	22.800,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		4.132,32	5.793,20	7.432,54	8.060,11	8.927,11
TOTAL DE ACTIVO FIJO	22.800,00	18.667,68	17.006,80	15.367,46	14.739,89	13.872,89
TOTAL DE ACTIVOS	31.800,00	40.032,28	51.658,80	64.267,51	78.625,22	93.785,67
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO		3.658,00	3.398,40	3.138,80	2.879,20	2.619,60
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR		2.456,14	2.673,27	2.899,31	3.243,60	3.488,81
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		3.479,53	3.787,13	4.107,35	4.595,10	4.942,48
TOTAL PASIVO	-	9.593,68	9.858,80	10.145,46	10.717,89	11.050,89
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	10.438,60	11.361,39	12.322,05	13.785,29	14.827,45
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	10.438,60	21.800,00	34.122,05	47.907,33
TOTAL PATRIMONIO	20.000,00	30.438,60	41.800,00	54.122,05	67.907,33	82.734,78
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	20.000,00	40.032,28	51.658,80	64.267,50	78.625,22	93.785,67

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 51. Flujo de Caja Proyectado

FRUTA BAR UNEMI							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	151.440,00	159.012,00	166.962,60	175.310,73	184.076,27	836.801,60
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		151.440,00	159.012,00	166.962,60	175.310,73	184.076,27	836.801,60
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	31.800,00	-	-	-	-	-	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	30.009,72	31.510,21	33.085,72	34.740,00	36.477,00	165.822,65
GASTOS DE VENTAS	-	2.100,00	2.115,00	2.130,75	2.147,29	2.164,65	10.657,69
GASTOS GENERALES	-	3.984,00	4.183,20	4.392,36	4.611,98	4.842,58	22.014,11
GASTOS DE COMBUSTIBLE	-	93.388,00	98.057,40	102.960,27	108.108,28	113.513,70	516.027,65
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	2.456,14	2.673,27	2.899,31	3.243,60	3.488,81	14.761,12
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	3.479,53	3.787,13	4.107,35	4.595,10	4.942,48	20.911,59
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	31.800,00	135.417,40	142.326,21	149.575,75	157.446,24	165.429,22	750.194,82
FLUJO OPERATIVO	-31.800,00	16.022,60	16.685,79	17.386,85	17.864,49	18.647,05	86.606,78
INGRESOS NO OPERATIVOS	-						
PRESTAMO BANCARIO	11.800,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	11.800,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	11.800,00
PAGO DE INTERESES	-	1.298,00	1.038,40	778,80	519,20	259,60	3.894,00
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	3.658,00	3.398,40	3.138,80	2.879,20	2.619,60	15.694,00
FLUJO NETO NO OPERATIVO	11.800,00	-3.658,00	-3.398,40	-3.138,80	-2.879,20	-2.619,60	-15.694,00
FLUJO NETO	-20.000,00	12.364,60	13.287,39	14.248,05	14.985,29	16.027,45	70.912,78
SALDO INICIAL	-	9.000,00	21.364,60	34.652,00	48.900,05	63.885,33	
FLUJO ACUMULADO	-	21.364,60	34.652,00	48.900,05	63.885,33	79.912,78	

TIR DEL NEGOCIO

9%

TIR DEL INVERSIONISTA

11%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 52. Índices Financiero

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-31.800,00	16.022,60	16.685,79	17.386,85	17.864,49	18.647,05

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 53. Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	13,00%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 54. Tasa de Rendimiento Promedio

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	86.606,78
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	31.800,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	54,47%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 55. Tasa Interna de Retorno

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		60.374,17
VAN	POSITIVO	28.574,17
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,11
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	111,29
TASA INTERNA DE RETORNO		44,69%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 56. Ratios Financiero

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	151440,00
COSTO DIRECTO	93.388,00
COSTO INDIRECTO	40379,72
FLUJO NETO	12364,60
PAGO DE DIVIDENDOS	2360,00
GASTOS FINANCIEROS	1298,00
GASTOS PERSONAL	30009,72
ACTIVOS FIJOS NETOS	18.667,68

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 57. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	105338,40
EN PORCENTAJE	69,56%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 58. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	14248,05
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	6,24
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	20,67 %
INDICE DE EMPLEO		1,61

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 59. Datos

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	21.364,60
ACTIVOS TOTALES	40.032,28
UTILIDAD NETA	10.438,60

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 60. Rendimiento de Liquidez

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,4663	46,63%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 61. Rendimiento Corriente

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2608	26,08%

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Cuadro 62. Razones

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	86.606,78
GASTOS FINANCIEROS	3.894,00
INVERSION INICIAL	31.800,00
UTILIDAD NETA	62.734,78
VALOR DEL CREDITO	11.800,00
VENTAS	836.801,60
COSTO DE VENTA	734.500,10
TOTAL DEL ACTIVO	13.872,89

Fuente: Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Las cuatro “Ps” del marketing mix aplicado a la empresa FRUTA BAR UNEMISA.

Precio.- “El precio es el valor económico que se adjudica a un producto o servicio e implica el desembolso que un individuo habrá de efectuar para obtenerlo.”

En el marketing mix se refiere al proceso de colocación del precio al producto, incluyendo descuentos. Juega un papel importante en la elección de los consumidores y depende principalmente del resto de los elementos del marketing mix. Para poder determinar el precio, la empresa debe saber cuánto le ha costado producir y comercializar el producto.

Determinar el precio de acuerdo al:

Costo de producción.- Referente a la cantidad de insumos necesarios, dentro de los rubros más importantes están el costo de las frutas y el azúcar.

Costo de administración.- Abarca todos los sueldos y salarios, cargas sociales del personal del área administrativa de la empresa como las aportaciones al seguro décimo tercero y décimo cuarto sueldo, así como también los pagos de servicios básicos, alquiler y mantenimiento de oficina.

Costo de venta.- Son aquellos que hacen posible el proceso de venta de los bienes de la empresa a los clientes:

Costo de almacenamiento.

Promoción y Publicidad.

Precio de venta.- El precio de venta se establece en base a los ingredientes del producto y del valor en el mercado, sin embargo existe un estándar en el precio máximo que se deberá pagar.

Estrategias de determinación del precio.

El precio es un elemento primordial en la mezcla del marketing que produce numerosos beneficios a la empresa, repercute en la marca y en la percepción que se tiene del producto, es por esto que el precio debe ser el resultado de una estrategia. A continuación las estrategias FRUTA BAR UNEMI S.A.

Precio Vs. Producto.

El precio estará fijado por el tipo de producto a ofrecer, el cual es un aporte alimenticio saludable, alta demanda y aceptación en el mercado.

Precio Vs. Distribución

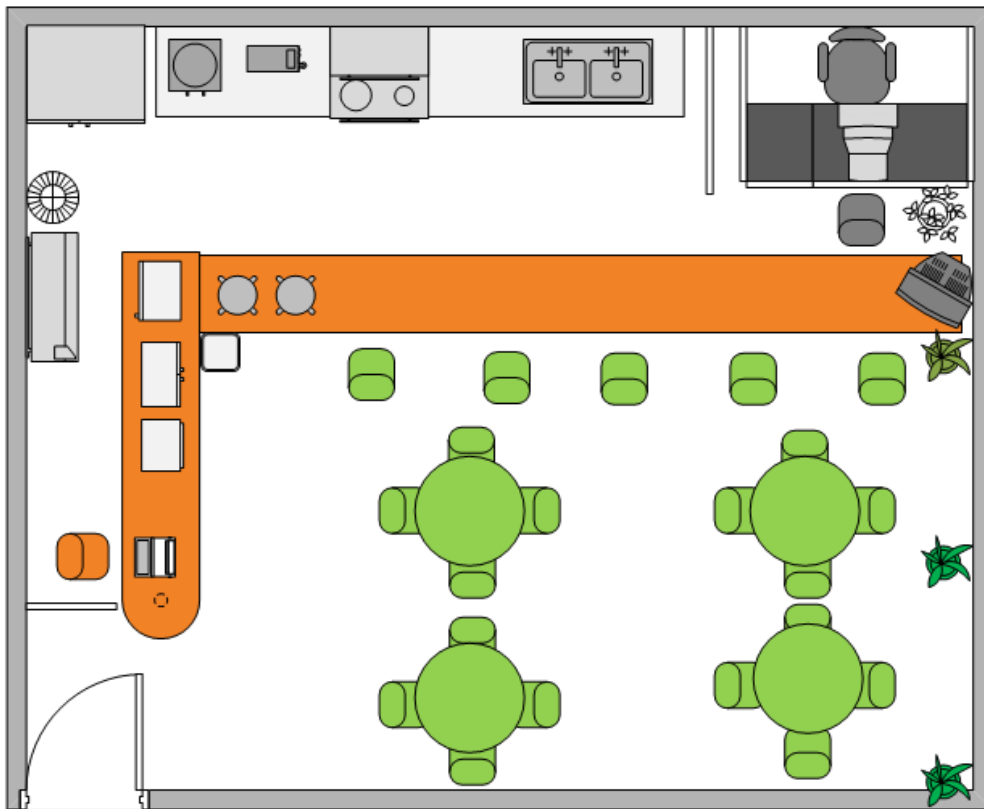
FRUTA BAR UNEMI S.A comercializa sus productos directamente a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la UNEMI.

Plaza.- FRUTA BAR UNEMI S.A es una sociedad anónima dedicada a la preparación y comercialización de alimentos y bebidas a base de frutas. Esta empresa está constituida por una junta de accionistas con experiencia en la administración de negocios, los cuales están a cargo de la administración y operación de la empresa.

Está conformada por un local diseñado para comodidad de los clientes y agilidad en el servicio, un área de caja, mesas con sillas, mesón, área de frío y cocina.

Adicionalmente existe dentro del local la oficina administrativa, la cual está ubicada estratégicamente para efectuar el control de las operaciones.

Figura 21. Diseño del FRUTA BAR UNEMI S.A



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Producto.-FRUTA BAR UNEMI S.A., tiene como producto principal la ensalada de frutas y como productos secundarios: frutas en trozos, jugos de frutas, batidos de frutas, tostadas de queso, tostadas de jamón y queso, pan de yuca, empanadas de queso al horno, empanadas de carne al horno y empanadas de pollo al horno.

Figura 22 . Ensalada de Frutas



Fuente: <http://www.lacocinademona.com/>

Figura 23.- Frutas en trozos



Fuente:<http://mercadofrutasyverdurasvirgilio.blogspot.com/2011/01/jugos-de-frutas-naturales-adomicilio.html> , <http://mipagina.1001consejos.com>

Es recomendable tomar cada día dos piezas de fruta en caso de niños y cuatro en el caso de adultos, ya sean del mismo tipo o en ensaladas de frutas variadas. Las propiedades de las frutas nos ayudarán a prevenir el cáncer y enfermedades cardíacas. Así lo recomienda la Organización Mundial de la salud. Culturalmente está establecido que la fruta se toma de postre.

Pero muchas veces, cuando se llega al postre, no se tiene más apetito, y comerse una pieza de fruta entera parece una tarea difícil. Es por esto que hay que hacer un esfuerzo para desplazar este hábito y conseguir que la fruta sea un primer plato, por ejemplo un almuerzo o una merienda.

Las frutas no aportan muchas calorías, ya que su principal componente es el agua (aproximadamente el 90% de su peso). Otras propiedades de las frutas naturales, son su alto contenido en fibra. La fibra hará de saciante natural, además de regular la absorción intestinal y de regular la velocidad de absorción de glucosa en sangre. El poder antioxidante de las vitaminas E y C contenidos en las propiedades de las frutas, al igual que otras sustancias que dan color y sabor a la fruta como los flavonoides, polifenoles, betacarotenos, carotenos (los dos últimos precursores de la vitamina A) han demostrado un papel importante en la prevención de las enfermedades cardiovasculares, el cáncer y el envejecimiento.

Sabemos que uno de los factores que intervienen en el envejecimiento son los radicales libres, moléculas reactivas que se forman por las agresiones ambientales. Gracias a las propiedades de las frutas, podemos combatir los radicales libres recurriendo a una alimentación rica en frutas naturales. Más de la mitad de la vitamina A y prácticamente toda la vitamina C que necesitamos, también la proporcionan las frutas.

Figura 24.Jugos de frutas



Fuente:<http://deorienteaoccidente.wordpress.com/2008/06/23/como-curar-con-jugos-de-frutas-y-verduras/>

Según el Real Decreto “se entiende por zumo o jugo de fruta el obtenido a partir de frutas por procedimientos mecánicos, susceptible de fermentación pero sin fermentar, que posea el color, el aroma y el sabor característicos de las frutas de que proviene”. Como mencionamos en el texto, los procesos industriales a que son sometidas las frutas hacen que sea inevitable una pérdida de nutrientes.

En suma, nuestra refinada, manufacturada, azucarada y engrasada dieta puede encontrar en los zumos un filón para obtener los nutrientes y la glucosa necesarios para sostener los requerimientos básicos del organismo. Con la ventaja de que sus vitaminas, minerales, oligoelementos y enzimas pasan directamente a la sangre sin necesidad de digestión previa ni de desgaste energético. Y si bien las frutas y hortalizas no son alimentos “completos” proporcionan cantidades notables de algunos nutrientes que no están presentes en la dieta habitual o de los que existen importantes deficiencias como es el caso de las vitaminas C, B9 (ácido fólico) y el betacaroteno así como algunos minerales como el calcio, el magnesio y el hierro.

Micronutrientes que aseguran un óptimo funcionamiento cerebral (hierro y vitaminas C y B9), desempeñan un papel destacado en la construcción y el mantenimiento de los huesos (calcio, magnesio y vitamina C) y ejercen una importante acción antioxidante (vitaminas C y B9). Además, es interesante destacar que, por carecer de proteínas, los zumos vegetales no estimulan la secreción de los jugos gástricos por lo que no producen acidez ni úlceras de estómago.

Otra ventaja terapéutica es que son alcalinizadores de la sangre, de manera que favorecen el equilibrio de su pH y facilitan la capacidad de las células tanto para absorber nutrientes del flujo sanguíneo como para excretar desechos metabólicos, aumentando así la capacidad depuradora y desintoxicadora del cuerpo. Sepa, en cualquier caso, que muchos expertos en Nutrición desaconsejan ingerir conjuntamente las frutas ácidas con las dulces. Si quiere evitarlo, vea el recuadro adjunto para identificar las más ingeridas. Además, tomar zumos como complemento de la dieta nos ayudará a asimilar el resto de los alimentos gracias a su gran contenido en enzimas, que contribuyen a la transformación y proceso metabólico de los alimentos.

Pero, ojo: las enzimas que contienen las frutas y verduras se destruyen con el calor de la cocción por lo que es indispensable que a la hora de consumirlos como zumo se licuen “en crudo”. Y otro dato: el alto contenido en agua de estos alimentos -que puede llegar hasta el 90%- es en su totalidad “orgánica” y, por ello, resulta más fácil de asimilar. El agua de manantial, con ser pura y recomendable, no tiene esa virtud. Tenga en cuenta también que, al tomar zumos variados, se beneficia del efecto sinérgico de todos los nutrientes que colaboran unos con otros para nutrirnos y mejorar la salud.

En suma, los zumos tienen propiedades diuréticas, alcalinizantes, antioxidantes, remineralizantes y tonificantes. Además, la fruta posee cualidades desintoxicantes, previene el cáncer, regula el tracto intestinal y evita las enfermedades cardiovasculares. En resumen, dos o tres vasos diarios de buen zumo natural elaborado con frutas o verduras de temporada es una excelente fuente de salud.

Figura 25.- Batidos de frutas



Fuente:<http://deorienteaoccidente.wordpress.com>

Los batidos se obtienen mezclando leche o yogur con frutas, chocolate o helado. Esta bebida es muy nutritiva y refrescante, y presenta una gran variedad de opciones en su elaboración.

Las frutas aportan agua, fibra, vitaminas y minerales.

La leche es una gran fuente de vitaminas (sobre todo A y D), minerales, proteínas de calidad y azúcares. También aporta calcio, que junto con las proteínas y otros nutrientes, es necesario para la formación de los huesos y dientes.

Se deben tomar 4 raciones de lácteos al día para conservar la masa ósea y prevenir la desmineralización de los huesos, causa frecuente de osteoporosis y fracturas. Por eso, los batidos ayudan a completar el aporte diario de lácteos.

Además, la leche ayuda a mejorar la densidad nutricional de la dieta de las personas mayores y la de los niños.

Las personas que tengan intolerancia a la lactosa o sigan una dieta vegana, pueden elaborar los batidos con la leche que habitualmente consumen: de arroz, de avena, de almendras y de soja.

Para hidratarnos: En una dieta sana y equilibrada se aconseja la ingesta de 2 litros de agua al día, por lo que los batidos son una buena opción para cumplir esta recomendación. Esto es especialmente interesante en verano, cuando las temperaturas son más altas y debemos mantenernos perfectamente hidratados.

Figura 26. Tostadas de queso, Tostadas de jamón y queso



Fuente.- http://es.123rf.com/photo_9298363_fresco-tostadas-con-jamon-y-queso.html

Figura 27. Pan de yuca



Fuente. <http://laylita.com/recetas/2008/01/14/pan-de-yuca/>

El pan de yuca se conoce también como pan de queso en Colombia o pao de queijo en Brasil, se prepara con almidón o harina de yuca, queso, mantequilla y huevos. Se puede servir el pan de yuca como entrada, y se puede preparar la masa y los panes hasta el día anterior y hornear justo antes de servir.

El pan de yuca frio se vuelve duro, pero se lo puede re-calentar por unos segundos en el microondas y queda perfecto para el desayuno.

La harina de yuca también se conoce como harina de casaba o tapioca. En Ecuador se encuentran muchos lugares que sirven el pan de yuca con bebidas de yogurt.

Figura 28. Empanadas de queso al horno



Fuente.-<http://www.antiguasrecetas.com/empanadas/empanadas>

Hay una gran variedad de condumios o rellenos para empanadas, aunque la mayoría de los rellenos son exquisitos. Las empanadas son populares en muchos países sudamericanos pero esto de rociar las empanadas con azúcar es algo típico de Ecuador, en particular las empanadas de queso, fritas y horneadas. El principal desafío con las empanadas es evitar que se salga el relleno, en especial cuando tiene queso, al momento de hornearse, un secreto para prevenir que esto ocurra es rociar los bordes con clara de huevo antes de sellarlos, y también dejar que las empanadas reposen en la refrigeradora por una media hora o más antes de hornearse; a pesar de todas estas prevenciones siempre hay por lo menos una empanadita a la que se le derrama el queso. Las empanadas de queso son una excelente entrada y también son perfectas para el desayuno o café.

Figura 29. Empanadas de carne al horno



Fuente.- <http://www.antiguasrecetas.com/empanadas/empanadas-de-carne-al-horno/>

Figura 30.- Empanadas de pollo al horno



Fuente.-<http://www.elgranchef.com/2010/08/01/empanadas-de-horno-con-relleno-de-pollo>

Las empanadas son una buena manera de incluir en la dieta muchos ingredientes nutritivos y ricos en vitaminas, minerales, hidratos de carbono, proteínas y grasas. Pero hay que saber prepararlas para evitar que el aporte calórico sea muy elevado. Lo fundamental es controlar la calidad y cantidad de grasa que se utiliza.

Promoción.- Son aquellas acciones de publicidad que utilizará la empresa para la difusión del producto en la Universidad. Otras de las estrategias para promocionar FRUTA BAR UNEMI S.A es la creación de la página web, www.frutabarUNEMI.com.ec, en donde los interesados encontrarán información acerca de la empresa, visión y misión, así como los objetivos, las actividades, su principal producto de comercialización y la dirección electrónica para la respectiva atención.

También es importante que FRUTA BAR UNEMI S.A tenga participación activa en todos los congresos y ferias del de la Universidad, presentando publicidad escrita en forma de dípticos, volante, CDs, tarjetas de presentación como lo detallamos a continuación:

Figura 31 .- Tarjetas de presentación FRUTA BAR UNEMI S.A



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

Figura 32. Volantes.



El "**Fruta Bar UNEMI**" S.A dedicado a comercializar todo tipo de ensaladas y bebidas elaborados a base de frutas:

OFRECEMOS:

- Ensaladas Mixtas.
- Variedad de jugos de todo tipo de fruta.
- Productos Nutritivos.



Dirección: Cda. Universitaria Kilometro 1.5 Milagro Km 26
Web: www.frutabarunemi.com Telf. 089997901-097601539

Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

Figura 32 .- Dípticos FRUTA BAR UNEMI S.A



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla.

5.7.3 Impacto

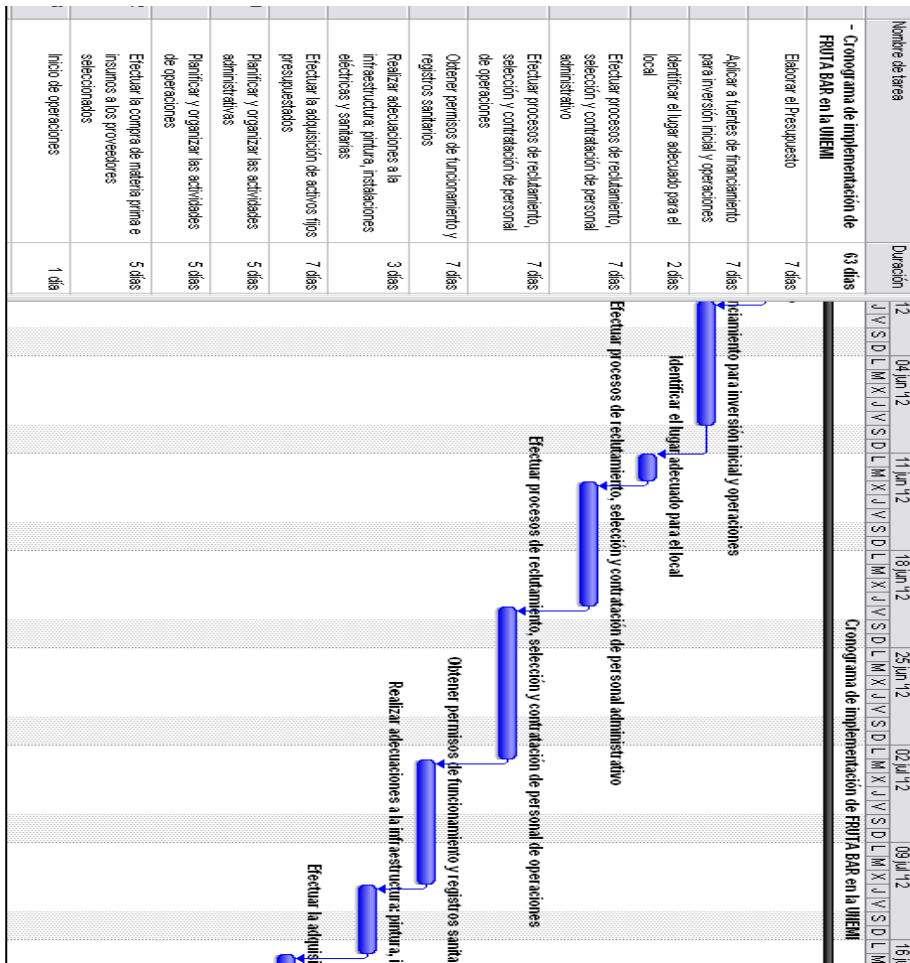
Los principales beneficios que se obtendrán mediante el desarrollo del presente proyecto son:

- Continuar con un alimentación saludable en bares, impuesta en los colegios y que se extenderá al sector universitario.
- Mejorar los hábitos alimenticios de la Comunidad Universitaria.
- Lograr que las enfermedades producidas por desórdenes alimenticios o altos consumos de comida rápida disminuyan notablemente dentro de la UNEMI.
- Garantizar la cadena de frío en los insumos que aplican y además la inocuidad de los alimentos y bebidas que se expenden a fin de evitar que quienes las consumen estén exentas de sufrir de intoxicaciones o infecciones que perjudiquen su salud.
- Generar rentabilidad al propietario del negocio o inversionista.

- La ventaja competitiva de la empresa radica principalmente en la oferta de una amplia variedad de productos saludables preparados con materia prima de calidad, garantizando la inocuidad de los mismos durante la preparación y brindando un servicio cordial y ágil a nuestros clientes.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 63. Cronograma de actividades de FRUTA BAR UNEMI S.A.



Fuente: Elaborado por Jackson Peova y Jorge Vaicilla

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Se ejecutaran las actividades planificadas en los tiempos reflejados, con el objetivo de implementar el proyecto y brindar todos los beneficios económicos y sociales que del mismo se obtendrán.

CONCLUSIONES.

- La empresa tiene enfoque hacia el cliente, por lo cual tenemos que garantizar su entera satisfacción para lograr la fidelidad a nuestros productos.
- Establecer convenio de exclusividad con la Universidad para ser el único bar que expenda la gama de alimentos propuesta.
- La ubicación del local debe ser estratégica, de fácil acceso para los miembros de la comunidad universitaria, cerca de servicios higiénicos e ingreso apto para clientes discapacitados.
- Los márgenes de rentabilidad que se manejan actualmente podrían verse gravemente afectados frente a una subida indiscriminada del precio de las frutas en el mercado.

RECOMENDACIONES.

Para captar y mantener a nuestros clientes, debemos tener como normas básicas las siguientes:

- Recepción ágil y sin errores de las órdenes o pedidos,
- Ofreciendo alimentos y bebidas saludables con excelente materia prima e insumos de calidad que permitan las óptimas condiciones organolépticas de los productos preparados y entregados a nuestros clientes en el menor tiempo posible.
- Preparación higiénica de los pedidos, evitando contaminación cruzada y las consecuentes enfermedades transmitidas por alimentos ETA'S
- Brindando una atención y servicio de excelencia, oportuno, cordial, ágil y cálido.
- Ambiente acogedor y siempre pulcro.
- Lanzar una agresiva campaña interna con el objetivo de que los miembros de la comunidad universitaria identifiquen nuestra empresa y nuestros productos como saludables, que superan sus expectativas de calidad y con precios accesibles.
- Efectuar análisis de sensibilidad de costos de forma periódica, para tomar medidas oportunas que eviten que la operación no sea rentable.
- Adquirir la experiencia necesaria en los procesos para estandarizarlos y replicarlos en otras universidades o evaluar la alternativa de abrir sucursales independientes.

BIBLIOGRAFÍAS

VISSER, Richard, GONZÁLEZ, Troadio, CABALLERO, Ángel: Obesidad infantil. El Cid Editor, Argentina, 2009.

RIFFRAN, Natalia: Nutrientes esenciales, El Cid Editor, Argentina, 2009.

MORÓN MORENO, Andrés: El engaño de las, estudio y análisis de una epidemia, Ediciones Díaz de Santos, España, 2006.

CALVO BRUZOS, Socorro: Educación para la salud en la escuela, Ediciones Díaz de Santos, España, 2008.

FEIJOÓ, José Luis: Alimentos y bebidas su gerenciamiento en hoteles y restaurantes, Lectorum S.A, Argentina, 2010.

PAZ, Hugo Rodolfo: gestión comercial y logística (3a. ed.), Lectorum S.A, Argentina, 2010.

MONTES, Eduardo, LLORET, Irene, LÓPEZ, Miguel Á: manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración (2a. ed.). Ediciones Díaz de Santos, España, 2010.

AUDISIO, Nelson José: Gestión por beneficios: nuevas herramientas de gestión, Editorial Brujas, Argentina, 2009.

MORENO ROJAS, Rafael: Nutrición y dietética para tecnólogos de alimentos, Ediciones Díaz de Santos, España, 2007.

GILLI, Juan José, AROSTEGUI, Ángel, Doval, Inés M Diseño organizativo de estructura y procesos, Ediciones Granica, Argentina, 2009.

ZUMBADO FERNÁNDEZ, Héctor: Análisis químico de los alimentos, Editorial Universitaria, Cuba, 2008.

VÁZQUEZ, Clotilde, MARTÍNEZ, Ana, DE COS BLANCO, Consuelo, LÓPEZ Nomdedeu: Alimentación y nutrición, Díaz de Santos, España, 2007.

LINCOGRAFIAS.

FAO, Prioridad mundial al consumo de frutas y hortalizas, <http://www.fao.org/spanish/newsroom/focus/2003/fruitveg1.htm>, extraído agosto del 2003.

ALIMENTACION SANA, *El secreto de las frutas tropicales*, <http://www.Alimentacionsana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/frutastropicales.Htm>, extraído en Mayo del 2012.

<http://www.revistabuenaSalud.com/especial-empanadas-light/>

<http://mercadofrutasyverdurasvirgilio.blogspot.com/2011/01/jugos-de-frutas-naturales-adomicilio.html>

<http://mipagina.1001consejos.com>

ANEXOS.

- a) Anexo 1. Foto del lugar donde se implementara el fruta bar UNEMI.



- b) Anexo 2. Bares que se encuentran dentro de la UNEMI.



c) Anexo 3. Vendedores informales fuera de la UNEMI.




d) Anexo 4. Tipos de alimentos que consumen la comunidad universitaria.



e) Anexo 5. Entrevista propuesta del Fruta Bar.



f) Anexo 6. Formato de la encuesta.

 UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA INGENIERIA COMERCIAL		
<p>Encuesta dirigida a la Comunidad Universitaria, con el objetivo de efectuar el "Estudio de factibilidad para la implementación de un local que expendía bebidas y alimentos a base de frutas en la Universidad Estatal de Milagro."</p>		
<p>Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/></p> <p>Grupo: <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Docente <input type="checkbox"/> Personal Administrativo <input type="checkbox"/> Trabajador <input type="checkbox"/></p>	<p>Edad: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	
<p>1.- ¿Consume usted alimentos preparados dentro de la Universidad?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>En caso de responder afirmativamente considere la pregunta 3, caso contrario continúe a la pregunta 2.</p>	<p>2.- ¿Qué tipo de alimentos es el que más consume?</p> <p>Almuerzo <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Platos a la carta <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Comida rápida <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Snacks <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>3.- ¿Cuánto gasta en alimentación?</p> <p>Menos de \$1 <input type="checkbox"/> Entre \$1.01 y \$1.50 <input type="checkbox"/> Entre \$1.51 y \$2.00 <input type="checkbox"/></p> <p>Entre \$2.00 y \$2.50 <input type="checkbox"/> Entre \$2.51 y \$3.00 <input type="checkbox"/> Mayor a \$3.00 <input type="checkbox"/></p>
<p>4.- ¿Se siente conforme con los alimentos que le ofrecen?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>5.- ¿Posee algún problema de salud?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>En caso de responder afirmativamente a la pregunta anterior, continúe a la pregunta 6, caso contrario considere la pregunta 7.</p>	<p>6.- ¿Cuál considera que es la causa de su problema de salud?</p> <p>Hereditaria <input type="checkbox"/></p> <p>Mal hábito alimenticio <input type="checkbox"/></p>
<p>8.- ¿Estaría dispuesto a consumir alimentos a base de frutas?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>9.- ¿Cuánto gastaría en alimentos y bebidas a base de frutas?</p> <p>Menos de \$1 <input type="checkbox"/> Entre \$1.01 y \$1.50 <input type="checkbox"/></p> <p>Entre \$1.51 y \$2.00 <input type="checkbox"/> Entre \$2.00 y \$2.50 <input type="checkbox"/></p> <p>Entre \$2.51 y \$3.00 <input type="checkbox"/> Mayor a \$3.00 <input type="checkbox"/></p>	<p>7.- ¿Considera usted que la comercialización de alimentos a base de frutas mejoraría el hábito alimenticio en la UNEMI?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>
<p>10.- ¿Indique por favor el orden de los criterios que usted utiliza para consumir alimentos a base de frutas?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>10.- Indique por favor el orden de los criterios que usted utiliza para consumir alimentos a base de frutas</p> <p>Precio <input type="checkbox"/> atención <input type="checkbox"/> calidad <input type="checkbox"/></p> <p>Higiene <input type="checkbox"/> tiempo de servicio <input type="checkbox"/></p>	

g) **Anexo 7. Formato de la entrevista.**



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA AUTORIDAD
DE LA UNEMI.**

OBJETIVO.- Realizar un estudio para identificar las preferencias de consumo de alimentos de los estudiantes, personal administrativo y docentes dentro de las instalaciones de la UNEMI.

COOPERACION.- De antemano le agradecemos por la colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantendrá en forma confidencial.

INSTRUCCIONES.- Por favor, llene este formulario tan preciso como sea posible, no deje preguntas con espacios en blanco.

NOMBRE: _____

TITULO DE PROFESION: _____

CARGO: _____

PREGUNTAS

1. **¿Considera usted que la institución debe mejorar los procesos de contratación o concesión de los bares de la UNEMI?**
.....
.....
.....
2. **¿Considera usted que existen deficiencias en el control nutricional y en la vigilancia sanitaria de los alimentos que expenden en los bares de la UNEMI?**
.....
.....
3. **¿Qué consecuencias considera usted que ocasiona una dieta rica en grasa y baja en frutas a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la UNEMI?**
.....
.....
.....
4. **¿Cuáles serían sus recomendaciones en general para que mejore la calidad de la alimentación de la Comunidad Universitaria?**
.....
.....
.....
5. **¿Cuáles serían los beneficios para la Comunidad Universitaria de contar con un local que expendiera alimentos y bebidas elaboradas a base de frutas?**
.....
.....
6. **¿Considera usted necesaria la creación de un local que expendiera alimentos y bebidas a base de frutas? Y por qué.**
.....
.....
.....