



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN CONTADURÍA
PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DESTINADA A SUMINISTRAR UNA ADECUADA
ALIMENTACIÓN A LOS ADOLESCENTES Y JÓVENES DE LA CIUDAD
DE MILAGRO COMO FACTOR DE MEJORA EN EL RENDIMIENTO DE
SUS ACTIVIDADES**

Autores:

**Pérez Noboa Gabriela Lizbeth
Tomala Velasco Vicente Eduardo**

**Milagro, Noviembre 2012
ECUADOR**

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los egresados **Pérez Noboa Gabriela Lizbeth** y **Tomala Velasco Vicente Eduardo**, para optar al título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría - CPA y que acepto tutoriar al estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 29 días del mes de agosto del 2012

León Pedro Silva Anzules, MSc.

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de 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 o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 29 días del mes de agosto del 2012

Gabriela Lizbeth Pérez Noboa

CI: 0927158519

Vicente Eduardo Tomala Velasco

CI: 0927159665

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría - CPA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de investigación a nuestro hijo Nicolás Tomalá Pérez quien fue el motivo de este esfuerzo de superación, el motor impulsador para culminarlo con éxito y quien siempre será nuestra inspiración para seguir adelante juntos; a nuestros padres quienes fueron el apoyo incondicional para nosotros en momentos difíciles; y a Dios, que es y será ese amigo incondicional en nuestras vidas.

Gabriela Lizbeth Pérez Noboa
Vicente Eduardo Tomala Velasco

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestra infinita gratitud al MSc. León Pedro Silva Anzules quien con la paciencia y profesionalismo que le caracterizan, nos supo orientar de manera acertada durante las tutorías e investigación de nuestro trabajo, para poder cumplir con los objetivos trazados y llegar a feliz término.

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 previo a la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 29 de agosto del 2012

Gabriela Lizbeth Pérez Noboa

Vicente Eduardo Tomala Velasco

CI: 0927158519

CI: 0927159665

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
EL PROBLEMA	4
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1.1. Problematización	4
1.1.2. Delimitación del problema	6
1.1.3. Formulación del problema	7
1.1.4. Sistematización del problema	7
1.1.5. Determinación del tema	7
1.2. OBJETIVOS	8
1.2.1. Objetivo General	8
1.2.2. Objetivos específicos de la Investigación	8
1.3 JUSTIFICACIÓN	8
CAPÍTULO II	11
MARCO REFERENCIAL	11
2.1 MARCO TEÓRICO	11
2.1.1 Antecedentes Históricos	11
2.1.2 Antecedentes Referenciales	14
¿Para qué comemos?	17
Cultura Alimentaria	17
Hábitos alimenticios en adolescentes y jóvenes	18
Necesidades calóricas y de nutrientes	19
Consideraciones especiales para el adolescente y relacionadas con la nutrición ..	22
Anorexia nerviosa	22
Bulimia	23
Sobrepeso y Obesidad	25
Comida Rápida	28
Alcohol	30
Vegetarianos, una minoría que crece	33
2.2 MARCO LEGAL	35
2.3 MARCO CONCEPTUAL	39
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	42

2.4.1 Hipótesis General	42
2.4.2 Hipótesis Particulares	42
2.4.3 Declaración de Variables.....	43
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	44
CAPÍTULO III	45
MARCO METODOLÓGICO.....	45
3.1 TIPOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	45
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	47
3.2.1 Características de la población	47
3.2.2 Delimitación de la población	47
3.2.3 Tipo de muestra	48
3.2.4 Tamaño de muestra	48
3.2.5 Proceso de selección	49
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	49
3.3.1 Métodos teóricos.....	49
3.3.2 Métodos empíricos	50
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	50
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN ...	51
CAPÍTULO IV	52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	52
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	52
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	63
4.3 RESULTADOS	64
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	67
CAPÍTULO V	68
PROPUESTA	68
5.1 TEMA	69
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	69
5.3 JUSTIFICACIÓN	71
5.4 OBJETIVOS	72
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta.....	72
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	72
5.5 UBICACIÓN	73

5.6	FACTIBILIDAD	74
	Financiamiento Legal	74
	Estructura Organizacional	78
	Manual de Funciones	79
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	84
	LA EMPRESA.....	84
	Misión.....	84
	Visión	84
	Valores Corporativos.....	85
	Objetivo General de la Empresa	86
	Objetivos Específicos de la Empresa	86
	FODA.....	87
	Fuerzas de Porter	90
	Mercado.....	93
	Marketing Mix	94
	5.7.1 Actividades.....	96
	5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	97
	1. ESTUDIO TÉCNICO.....	97
	2. ESTADOS FINANCIEROS	103
	3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	106
	5.7.3 Impacto.....	108
	5.7.4 Cronograma.....	108
	CONCLUSIONES.....	109
	RECOMENDACIONES	111
	BIBLIOGRAFÍA	112

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Situaciones y sentimientos relacionados con el consumo de alimentos “chatarra” y alimentos “sanos”	10
Cuadro 2. Tabla de porciones recomendadas de alimentos para adolescentes.....	20
Cuadro 3. Estado nutricional de los adolescentes ecuatorianos de ambos sexos, de 12 a <19 años, habitantes de área urbana. Ecuador 2006.....	27
Cuadro 4. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes según sexo, región geográfica en que habitan y tipo de colegio al que asisten. Ecuador, 2006.....	27
Cuadro 5. Declaración de Variables.....	43
Cuadro 6. Variable Independiente: Alimentación Saludable.....	44
Cuadro 7. Variable Dependiente: Calidad de vida.....	44
Cuadro 8. Cultura de alimentación saludable.....	53
Cuadro 9. Reglamento de bares escolares	54
Cuadro 10. Consumo de comida chatarra	55
Cuadro 11. Causas de la demanda de comida chatarra	56
Cuadro 12. Mala alimentación, causa de enfermedades.....	57
Cuadro 13. Fuentes sobre alimentación saludable.....	58
Cuadro 14. Consumo de comida sana.....	59

Cuadro 15.	
Factores al comprar alimentos.....	60
Cuadro 16.	
Acogida de una empresa de venta de comida sana.....	61
Cuadro 17.	
Motivo para elegir un negocio de comida.....	62
Cuadro 18.	
Análisis Comparativo.....	63
Cuadro 19.	
Verificación de hipótesis.....	67
Cuadro 20.	
Manual de Funciones.....	79
Cuadro 21.	
Matriz Estratégica del FODA.....	89
Cuadro 22.	
Descripción de los Productos.....	94
Cuadro 23.	
Ventas.....	97
Cuadro 24.	
Costos Directos.....	98
Cuadro 25.	
Costos Indirectos.....	99
Cuadro 26.	
Inversiones del Proyecto.....	100
Cuadro 27.	
Depreciación Anual.....	101
Cuadro 28.	
Financiamiento del proyecto.....	101
Cuadro 29.	
Tabla de amortización.....	102

Cuadro 30.	
Estado de Resultados proyectado.....	103
Cuadro 31.	
Balance General.....	104
Cuadro 32.	
Flujo de efectivo proyectado.....	105
Cuadro 33.	
Índices financieros.....	106
Cuadro 34.	
Ratios financieros.....	107
Cuadro 35.	
Cronograma.....	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	
Nueva Pirámide Nutricional.....	22
Gráfico 2.	
Alcohol en adolescentes ecuatorianos.....	32
Gráfico 3.	
Cultura de alimentación saludable.....	53
Gráfico 4.	
Reglamento de bares escolares.....	54
Gráfico 5.	
Consumo de comida chatarra.....	55
Gráfico 6.	
Causas de la demanda de comida chatarra.....	56
Gráfico 7.	
Mala alimentación, causa de enfermedades.....	57
Gráfico 8.	
Fuentes sobre alimentación saludable.....	58
Gráfico 9.	
Consumo de comida sana.....	59
Gráfico 10.	
Factores al comprar alimentos.....	60
Gráfico 11.	
Acogida de una empresa de venta de comida sana.....	61
Gráfico 12.	
Motivo para elegir un negocio de comida.....	62
Gráfico 13.	
Croquis de la probable ubicación.....	73
Gráfico 14.	
Organigrama.....	78
Gráfico 15.	
Logo de la Empresa.....	84
Gráfico 16.	
Fuerzas de Porter.....	91

RESUMEN

La relación del hombre con los alimentos es tan antigua como la humanidad; la búsqueda de satisfacer al hambre y apetito ha tenido un largo camino, con cambios dramáticos en muchas épocas, que han tenido directa incidencia con la salud y esperanza de vida de las distintas poblaciones del mundo. Desde las primeras edades, la formación de hábitos alimentarios adquiere enorme significación, por lo que constituye una vía importante para la instauración de las primeras normas morales que la sociedad le plantea a los niños, los hábitos constituyen una premisa valiosa en la formación de las cualidades de la personalidad. El empleo de alimentos rápidos para las comidas o refrigerios es muy popular entre los adolescentes y jóvenes, actualmente una cultura de malos hábitos alimenticios tiene un peso mayor en las condiciones de salud de los adolescentes y jóvenes de Milagro. Teniendo presente este problema fueron estudiadas las causas que lo generan. Esta Investigación tuvo carácter de Campo, ya que nos apoyamos en la información obtenida en el lugar donde se desarrolló el estudio, muchos de los conocimientos adquiridos fueron gracias a la interacción directa con el entorno. Los instrumentos empleados en el trabajo de campo consistieron en la ejecución de las encuestas y entrevistas a expertos entendidos en el tema de la alimentación saludable en nuestra ciudad, las cuales nos han permitido adquirir conocimientos esenciales que serán de gran ayuda para sustentar y defender la propuesta de la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades. Se realizó un estudio de factibilidad el cual permitió determinar los requerimientos técnicos y físicos para la instalación de la microempresa de comida saludable en la localidad, y el respectivo análisis financiero y económico que permitió concluir que el proyecto resulta factible en nuestra ciudad y tendrá una buena acogida entre los adolescentes y jóvenes milagreños.

Palabras claves: alimentación saludable; jóvenes; microempresa.

ABSTRACT

Man's relationship with food is as old as humanity; the search to satisfy the hunger and appetite has come a long way, with dramatic changes in many times, that have direct impact to health and life expectancy of the various populations of the world. From the earliest ages, food habit formation acquires enormous significance, therefore constitutes an important pathway for the establishment of the first moral standards that society poses to children, habits are a valuable premise in forming the personality traits. The use of fast food for meals or snacks is very popular among teenagers and young people, currently a culture of poor eating habits has a higher weight in health conditions of adolescents and young people of Milagro. Mindful of this problem were studied the causes that generate it. This Research was character of Field, since we rely on information obtained in the place where the study was conducted, many of foregrounds were due to direct interaction with the environment. The instruments used in fieldwork consisted in the implementation of surveys and interviews to knowledgeable experts on the topic of healthy eating in our city, which have enabled us to acquire essential knowledge that will be helpful to support and defend the proposal creating a microenterprise intended to supply adequate nutrition to adolescents and youth in the city of Milagro factor improvement in performance of their activities. We conducted a feasibility study which allowed us to determine the technical requirements and physical installation of microenterprises healthy food in the town, and the respective financial and economic analysis which revealed that the project is feasible in our city and will be well received among adolescents and young of Milagro.

Keywords: healthy eating; young; microenterprise.

INTRODUCCIÓN

Si bien la necesidad de satisfacer el hambre, entendiéndose por ella la necesidad fisiológica de alimentarse y por apetito la ingesta selectiva de alimentos, es común a todas las poblaciones del mundo, la manera de satisfacer estas necesidades no son iguales, pues influyen en esta decisión factores culturales, personales, ambientales, económicos, familiares, de disponibilidad de alimentos; y, un sinnúmero de aspectos, que finalmente influyen en los hábitos alimentarios.

En los últimos 20 años en nuestro país, se han producido importantes cambios demográficos, sociales y económicos, que han contribuido a modificar estilos de vida de la población y por ende modificar las conductas alimentarias. Ello ha determinado un dramático aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles, patologías invalidantes de difícil tratamiento y alto costo social y familiar, entre las que destacan la obesidad, diabetes, dislipidemias, hipertensión y cáncer. Estudios de la organización Mundial de la Salud permiten estimar que cerca de la mitad de las muertes por enfermedades cardiovasculares y un tercio de los cánceres, podrían ser evitados si se cuidase la alimentación desde etapas tempranas de la vida. Los hábitos alimentarios se adquieren desde la infancia y estas pautas alimentarias pueden ser el origen de patologías crónicas relacionadas con la malnutrición por exceso en edades posteriores.

El problema estudiado en el presente proyecto investigativo es la preocupación por el estado nutricional y patrón alimentario de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro, ya que la nutrición de este grupo de edad tiende a ser deficiente por diversas razones como: tensión, ansiedad, falta de tiempo, “comida chatarra”, entre otros; siendo este último uno de los factores principales, por lo sencillo de su elaboración y conservación, su precio relativamente barato, su amplia distribución comercial que la hace muy fácilmente accesible, la presión de la publicidad; también porque no suele requerir ningún tipo de preparación por parte del consumidor final o esta es escasa, en fin un sinnúmero de razones más.

La amplia oferta de este tipo de comida en nuestra ciudad se ha evidenciado ya hace varios años en distintos sectores, y hasta hace dos años en bares de escuelas y colegios, lo cual fue prohibido debido a un Acuerdo que suscribieron los Ministerios de Salud y Educación del Ecuador, por el cual se regula el expendio de alimentos en los Centros de Educación del País como medida para combatir la venta de comida chatarra en los establecimientos educativos.

La alimentación de nuestros adolescentes y jóvenes es un tema importante e indispensable de abordar ante la realidad nacional y local en relación a desórdenes alimenticios que vive la sociedad de hoy. Han aumentado las enfermedades relacionadas con el estilo de vida, considerado un problema grave para la sociedad ecuatoriana. Estas enfermedades que se relacionan profundamente con la vida diaria, en especial la relación con la comida, la forma de alimentarse, de ejercitarse, de descansar y con el estrés.

Mediante este proyecto se pretende promover una alimentación saludable en este grupo de edad, desarrollando “la conciencia de una alimentación correcta y sana” como mecanismo preventivo y esencial de la salud de la mente, el cuerpo y la calidad de vida. La comida con que nos alimentamos todos los días se puede también llamar “alimento para el espíritu” ya que mantiene la vida y favorece un cuerpo saludable.

Con este antecedente la propuesta busca contribuir con la alimentación de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro a través de la creación de una microempresa destinada a la venta de alimentos de excelente contenido nutricional, saludables, innovadores, y hechos con materia prima de origen nacional, por lo que se realizó un estudio de factibilidad el cual permitió determinar los requerimientos técnicos y físicos para la instalación de la microempresa de comida saludable en la localidad, y el respectivo análisis financiero y económico que permite concluir en que el proyecto resulta factible y que tendrá una buena acogida entre los adolescentes y jóvenes milagreños.

El presente informe consta de cinco capítulos, en el capítulo uno se determinó el problema y el tema de la investigación y se formularon los objetivos y la justificación de la misma; en el capítulo dos se estableció la relación histórica con los antecedentes, origen y evolución del problema estudiado y se formularon las hipótesis que constituyeron una guía para la investigación; en el capítulo tres se describió el tipo y diseño de la investigación y su perspectiva en general así como los métodos y las técnicas que se utilizaron para estudiar a la población y la muestra; en el capítulo cuatro se realizó el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos mediante los instrumentos empleados en el trabajo de campo y finalmente en el capítulo cinco se formuló la propuesta con el respectivo estudio de factibilidad que permitió determinar que el proyecto es factible y rentable para invertir dinero.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

La nutrición es el resultado de los procesos mediante los cuales el cuerpo asimila y usa la comida para el crecimiento, desarrollo y mantenimiento de la salud. Estos procesos comprenden la digestión, la absorción y el metabolismo.

Una buena nutrición ayuda a determinar la altura y el peso de un individuo, también afecta a la capacidad del cuerpo para resistir una enfermedad, la extensión de nuestra vida, el estado físico y el bienestar mental. Una buena nutrición también mejora la apariencia y se ejemplifica comúnmente con un cabello brillante, una piel limpia, ojos claros, postura erecta, expresiones de alerta y firmeza en la piel en estructuras óseas bien desarrolladas; también ayuda a los ajustes emocionales,

proporciona energía, promueve un apetito saludable, ayuda a establecer el sueño y hábitos de eliminación regulares.¹

Comer es una fuente importante de placer, de interacción social y, en consecuencia, tiene un significado cultural, pues guarda las tradiciones regionales y evoluciona influenciada por muchos factores, entre ellos la industria de alimentos, los medios de comunicación y los programas encaminados a mejorar el estado nutricional de la población.

El modelo de vida del ser humano comprende comportamientos y hábitos que hacen referencia a las costumbres, a lo cotidiano y las emociones; los hábitos son los valores y estilos de vida que dependen de las condiciones de existencia y concepciones del mundo. En la sociedad existen hábitos de curación y prevención y también de consumo que, a su vez, están determinados por la cultura, de allí que se trate entonces de transformar o reafirmar valores, tradiciones o reforzar comportamientos y costumbres, para promover una alimentación sana y un estilo de vida saludable.²

Los adolescentes y jóvenes no sólo están madurando físicamente, sino también desde el punto de vista cognitivo y psicosocial. Andan en busca de una identidad, tratan de lograr independencia y aceptación y se preocupan por su aspecto. Las comidas irregulares, los refrigerios, el tomar alimentos fuera de casa y el seguir patrones alimentarios alternativos caracterizan a los hábitos alimentarios de este grupo de edad. Tales hábitos también están sujetos a la influencia de la familia, compañeros y medios masivos.

El empleo de alimentos rápidos para las comidas o refrigerios es muy popular entre los adolescentes y jóvenes. Los llamados alimentos rápidos incluyen aquellos provenientes de máquinas tragamonedas, restaurantes de autoservicio, tiendas de abarrotes y restaurantes de alimentos con franquicia.³

¹ (ROTH, 2009)

² (ENCOLOMBIA, 2010)

³ (MAHAN, 2001)

Actualmente una cultura de malos hábitos alimenticios tiene un peso mayor en las condiciones de salud de los adolescentes y jóvenes de la población de Milagro. Teniendo presente este problema fueron estudiadas las causas que lo generan, el factor principal es la responsabilidad personal, es decir, la falta de concienciación en los jóvenes a la hora de pensar que es lo que comen, trayendo como consecuencia un aumento de enfermedades ligadas a la mala alimentación y a largo plazo una disminución en el promedio de vida de los mismos.

Por esto, se realizó este proyecto con la finalidad de contribuir en la alimentación de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro a través de la creación de una microempresa destinada a la venta de alimentos de excelente contenido nutricional, saludables, innovadores, y hechos con materia prima de origen nacional.

1.1.2. Delimitación del problema

País:	Ecuador
Región:	Litoral o Costa
Provincia:	Guayas
Ciudad:	Milagro
Sector:	Comercial
Campo:	Nutrición
Área:	Desarrollo empresarial y competitividad en la zona de influencia UNEMI
Tema:	Análisis de factibilidad previo a la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades.
Tiempo:	La documentación bibliográfica de la cual vamos a hacer uso no será mayor de 2 años y partirá desde abril del 2012

Universo: Los adolescentes (12 – 17) quienes representan el 11,60%; y los jóvenes (18 – 25 años) los cuales constituyen el 14,89% de la población de la ciudad de Milagro, 166.634 habitantes.⁴

1.1.3. Formulación del problema

¿Cuáles son las consecuencias de una mala dieta alimentaria en los adolescentes y jóvenes con relación al mejoramiento de su salud y productividad en diferentes actividades?

1.1.4. Sistematización del problema

- ¿Determinar los factores que han incidido para que adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro no posean un estilo de vida saludable?
- ¿Cuál es la relación para que exista un exceso de negocios de expendio de comida chatarra frente a otros de alto contenido nutricional?
- ¿Identificar los factores para que exista un alto nivel de personas con sobrepeso en la ciudad Milagro?
- ¿Qué beneficios obtenemos al insertar en nuestra dieta diaria alimentos con alto contenido nutricional para un mejor rendimiento en las actividades?
- ¿Determinar los índices de enfermedades existentes en Milagro a causa de un mal estilo de vida?

1.1.5. Determinación del tema

Análisis de factibilidad previo a la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades.

⁴ (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, 2010)

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Identificar los hábitos alimenticios de adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro revalorizando la cultura alimentaria local y fomentando la responsabilidad personal con el fin de disminuir enfermedades y así mejorar su calidad de vida.

1.2.2. Objetivos específicos de la Investigación

- a) Identificar las razones de la alta demanda de comida chatarra en la ciudad de Milagro.
- b) Promover costumbres alimenticias responsables con el objetivo de mejorar el estilo de vida de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.
- c) Promover cambios de comportamiento hacia una alimentación sana con el fin de prevenir el sobrepeso que es la causa principal de muchas enfermedades.
- d) Proponer actividades para el mejoramiento de la calidad alimentaria nutricional, y así incrementar el rendimiento tanto físico como intelectual de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.
- e) Fomentar la capacidad crítica en adolescentes y jóvenes a la hora de elegir que alimentos contribuyen a una buena nutrición y un estilo de vida sano.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El hombre y la alimentación se han hecho presentes en diversos tiempos, lugares o escenarios, determinando los rumbos de las más grandes culturas. Esos elementos y el conocimiento de los contextos en los que tanto el hombre como los alimentos se han adaptado y desarrollado, demuestran la destreza humana y su determinación por establecer asentamientos, rutas de tránsito y comercialización, rutas de invasión e incluso lugares que ofrecen condiciones favorables y apropiadas para la subsistencia, o

bien el desarrollo y expansión de diversas comunidades, además de sus costumbres y prácticas.

La alimentación y el hombre, son y debieran ser reconocidos en la diversidad de las cúpulas profesionales y científicas por conservar una relación que ha sido determinante en la evolución del hombre y el de sus comunidades, destacando su aportación a la humanidad y no debiendo quedar solo reducida a un concepto de necesidad de ingesta alimenticia fisiológico y biológicamente, sino el ser considerado como un eslabón que genera fuerza y que contribuye por medio de su interrelación, a la unión, situación que en muchas de las ocasiones ha determinado la supervivencia del grupo y estando lo anterior fundamentado en manejo de los estudios dietéticos y alimenticios bajo el marco del materialismo cultural, la ecología cultural y el socio ecologismo.⁵

Desde las primeras edades, la formación de hábitos alimentarios adquiere enorme significación, por lo que constituye una vía importante para la instauración de las primeras normas morales que la sociedad le plantea a los niños, los hábitos constituyen una premisa valiosa en la formación de las cualidades de la personalidad.

Los patrones de comida de los adolescentes y jóvenes suelen ser caóticos, omiten un número cada vez mayor de comidas en su casa a medida que avanzan en edad; como resultado de la educación en salud y ciencia en la escuela, la mayoría de los adolescentes y jóvenes saben qué es lo que deben comer y qué es lo que no deben comer (Story y Resnick, 1986), sin embargo el problema radica en superar las barreras para actuar en base en tal conocimiento; los adolescentes y jóvenes identifican la falta de tiempo como la barrera más importante, se perciben a sí mismos como demasiado ocupados para preocuparse por los alimentos, la nutrición, la planificación de las comidas o el comer correctamente; así mismo, tienden a formar diferentes asociaciones con los alimentos sanos y los alimentos basura. Según se muestra en el **Cuadro 1**, los adolescentes y jóvenes crean asociaciones principalmente negativas con los alimentos sanos, pero positivas con los alimentos chatarra (Chapman y Maclean, 1993). Para que puedan cambiar sus hábitos alimentarios y adoptar mejores conductas, el

⁵ (MORENO GARCÍA, 2009)

asesoramiento se debe centrar en la adaptación de una nutrición apropiada en el tiempo disponible, la selección más fácil de alimentos sanos y el hacer que éstos sean atractivos para los adolescentes y jóvenes. Los hábitos de sobrealimentación que se adoptan durante la adolescencia y juventud tarde o temprano contribuyen a diversas enfermedades debilitantes.⁶

Cuadro 1. Situaciones y sentimientos relacionados con el consumo de alimentos “chatarra” y alimentos “sanos”

ALIMENTOS “CHATARRA”	ALIMENTOS “SANOS”
En compañía de amigos	Estando con los padres
Residencia lejos del hogar o de los padres	Estando en casa
Disfrute de placer	Preocupación por el peso y el aspecto
Estando en la plaza o en la tienda. Bocadillos	Comidas
No estar en control, comer en exceso, culpa, disgusto	Autocontrol

Fuente: Chapman G, Maclean H. “Junk Food” and “Healthy Food”: Meanings of Food in adolescent women’s culture, 1993.

La falta de una cultura de alimentación sana, aqueja a muchos adolescentes y jóvenes razón por la cual nace este proyecto investigativo, nuestra meta consiste en potenciar el desarrollo de la responsabilidad personal de éstos respecto a la alimentación saludable.

⁶ (MAHAN, 2001)

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

La relación del hombre con los alimentos es tan antigua como la humanidad; la búsqueda de satisfacer al hambre y apetito ha tenido un largo camino, con cambios dramáticos en muchas épocas, que han tenido directa incidencia con la salud y esperanza de vida de las distintas poblaciones del mundo.

Si bien la necesidad de satisfacer el hambre, entendiéndose por ella la necesidad fisiológica de alimentarse y por apetito la ingesta selectiva de alimentos, es común a todas las poblaciones del mundo, la manera de satisfacer ambas necesidades no lo es, pues influyen en esta decisión factores culturales, individuales, ambientales, económicos, familiares, de disponibilidad de alimentos, y un sinnúmero más, que finalmente constituyen los hábitos alimentarios. Como las clásicas disposiciones

religiosas sobre la pureza o impureza de determinados productos que persisten hasta la fecha y se basan en probables observaciones muy antiguas. La más conocida es la prohibición de comer cerdo en la tradición judía, presumiblemente por su capacidad de transmitir algunas parasitosis (como triquinosis y cisticercosis).⁷

En los últimos 20 años en nuestro país, se han producido importantes cambios demográficos, sociales y económicos, que han contribuido a modificar estilos de vida de la población y por ende modificar las conductas alimentarias. Ello ha determinado un dramático aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles, patologías invalidantes de difícil tratamiento y alto costo social y familiar, entre las que destacan la obesidad, diabetes, dislipidemias, hipertensión y cáncer. Estudios de la organización Mundial de la Salud permiten estimar que cerca de la mitad de las muertes por enfermedades cardiovasculares y un tercio de los cánceres, podrían ser evitados si se cuidase la alimentación desde etapas tempranas de la vida.⁸

Los hábitos alimenticios se adquieren desde la infancia y estas pautas alimentarias pueden ser el origen de patologías crónicas relacionadas con la malnutrición por exceso en edades posteriores.⁹ La adolescencia es el periodo en el que se constituyen los hábitos dietéticos, madura el gusto, se definen las preferencias y las aversiones pasajeras o definitivas, constituyendo la base del comportamiento alimentario para el resto de la vida. En esta etapa las condiciones ambientales, familiares, culturales y sociales tienen una importante influencia para la definición de la personalidad alimenticia, de la cual dependerá el estado nutricional.¹⁰ La adolescencia se caracteriza por ser un periodo de maduración física y mental, en consecuencia, los requerimientos nutricios en esta etapa se incrementan variando de acuerdo al sexo y al individuo.¹¹

⁷ (JIMENEZ DE LA JARA, 2005)

⁸ (ATALAH, 2004)

⁹ (BUSDIECKER S, 2000)

¹⁰ (GARBAYO S, 2000)

¹¹ (RAMIREZ LOPEZ, 2001)

El problema estudiado en el presente proyecto investigativo es la preocupación por el estado nutricional y patrón alimentario de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro, ya que la nutrición de este grupo de edad tiende a ser deficiente por diversas razones como: tensión, ansiedad, falta de tiempo, “comida chatarra”, entre otros; siendo este último uno de los factores principales, por lo sencillo de su elaboración y conservación, su precio relativamente barato, su amplia distribución comercial que la hace muy fácilmente accesible, la presión de la publicidad; también porque no suele requerir ningún tipo de preparación por parte del consumidor final o esta es escasa, en fin un sinnúmero de razones más.

La amplia oferta de este tipo de comida en nuestra ciudad se ha evidenciado ya hace varios años en distintos sectores, como por ejemplo: en la calle 9 de Octubre y 24 de Mayo, en el Malecón Esmeraldas, a lo largo de la calle García Moreno, en la avenida Chirijos, etc.; es innegable la gran acogida que tienen estos negocios de expendios de comida chatarra entre los adolescentes y jóvenes milagreños, frente a restaurantes de comida saludable, algunos de los cuales tienen la vida aproximada de un año.

Hasta hace dos años en bares de escuelas y colegios se expendían Chicharrón, papas fritas, gaseosas, caramelos, chicles, entre otros productos, lo que fue prohibido debido a un Acuerdo que suscribieron los Ministerios de Salud y Educación del Ecuador por el cual se regula el expendio de alimentos en los Centros de Educación del País (véase Anexo5), como medida para combatir la venta de comida chatarra en los establecimientos educativos.¹²

El 28 de junio del 2010 la responsable del programa de educación alimentaria nutricional del Ministerio de Salud, Flor Cuadrado, le dijo a BBC Mundo que estudios elaborados por la Universidad Central del Ecuador determinaron que un 14% de los estudiantes de las escuelas primarias y un 22% de los estudiantes de los colegios secundarios, presentaron problemas de sobrepeso y obesidad. Cuadrado además

¹² (MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA, 2010)

señaló que un 70% de los productos que se vendían en los centros educativos correspondía a comida chatarra.

Para hacer frente a esta situación, el acuerdo interministerial prohibió la venta en los establecimientos educativos de alimentos que presenten exceso de grasas, azúcares y sal, de acuerdo con un cuadro de indicadores de exceso establecido.¹³

La alimentación de nuestros adolescentes y jóvenes es un tema importante e indispensable de abordar ante la realidad nacional y local en relación a desórdenes alimenticios que vive la sociedad de hoy. Han aumentado las enfermedades relacionadas con el estilo de vida, considerado un problema grave para la sociedad ecuatoriana. Estas enfermedades que se relacionan profundamente con la vida diaria, en especial la relación con la comida, la forma de alimentarse, de ejercitarse, de descansar y con el estrés.

Mediante este proyecto tratamos de promover una alimentación saludable en este grupo de edad, desarrollando “la conciencia de una alimentación correcta y sana” como mecanismo preventivo y esencial de la salud de la mente, el cuerpo y la calidad de vida. La comida con que nos alimentamos todos los días se puede también llamar “alimento para el espíritu” ya que mantiene la vida y favorece un cuerpo saludable.¹⁴

2.1.2 Antecedentes Referenciales

La existencia de un vínculo directo entre los alimentos que se ingieren y la salud que posee una persona es una verdad conocida por siglos. Las enfermedades del siglo XXI indican que este vínculo se ha estrechado en una altísima proporción. El consumo abundante de grasas saturadas y colesterol se asocia a un alto riesgo de presentar enfermedades cardiovasculares.¹⁵

¹³ (BBC MUNDO, 2010)

¹⁴ (MOA INTERNACIONAL CHILE, 2010)

¹⁵ (CARCAMO VARGAS, 2006)

Los cambios culturales y los hábitos de consumo de alimentos preparados en lugares que no son el hogar, corresponden un elemento a tener en cuenta para quienes dictan políticas, y también para la industria de los alimentos¹⁶, ya que éstos se relacionan con la salud a través de su carencia o su exceso, pero también por su calidad y contenidos específicos. Esta consideración ha provocado, en años recientes, una revitalización de los conceptos antiguos tales como: un chico/a gordo se consideraba saludable, una embarazada debía comer por dos.

Las decisiones sobre la alimentación, la nutrición y la actividad física solían recaer en las mujeres, basadas en la cultura y las dietas tradicionales, porque los hábitos alimenticios y los comportamientos relacionados con la actividad física estaban arraigados en las tradiciones locales y regionales.¹⁷ En cambio hoy que la mujer sale a trabajar fuera de su hogar existe una libertad absoluta de los integrantes de una familia para seleccionar su alimentación y ocupar su tiempo libre.

Los problemas alimenticios comunes en los adolescentes pueden conducir a trastornos tales como la bulimia, anorexia nerviosa, desnutrición, sobrepeso y obesidad; estos trastornos pueden ser causados por el sedentarismo, cambios en el estilo de vida y el autoconcepto que se refleja en la percepción errónea del cuerpo al querer parecerse a los estereotipos difundidos por los medios de comunicación. Otras causas se refieren a que este grupo de edad está sometido a horarios escolares rígidos y actividades extra-académicas. Algunos jóvenes -de nivel socioeconómico bajo- emplean sus escasos recursos económicos para cubrir las necesidades mínimas familiares, lo cual en ocasiones genera la omisión de algunas comidas, especialmente el desayuno, situación que favorece la presencia de malos hábitos dietéticos.

Los resultados de algunos estudios refieren como origen de este problema el incremento en la independencia familiar, el deseo de verse aceptados por círculos de

¹⁶ (JIMENEZ DE LA JARA, 2005)

¹⁷ (OMS, Consejo Ejecutivo, 2003)

adolescentes y el acoso publicitario de alimentos “chatarra”, situación que ha generado patrones alimentarios erróneos.¹⁸

El propósito del presente estudio es evaluar los hábitos alimenticios del adolescente y joven milagreño y su relación con el estado nutricional, para de acuerdo a los resultados, realizar un análisis de factibilidad de una microempresa destinada a expender comida saludable, que ayude a mejorar la nutrición de esta población, favoreciendo así el crecimiento y desarrollo normal de este grupo de edad.

Una gran porción de la población ecuatoriana sufre de desnutrición crónica, anemia, deficiencia de micronutrientes, sobrepeso y obesidad en condiciones de inseguridad alimentaria, razón por la cual, el Programa Aliméntate Ecuador (AE), del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), atraviesa desde el 2007 una profunda reformulación institucional que proyecta dejar de lado su concepción plenamente asistencial para transformarse en un programa de Seguridad Alimentaria, para ello ha emprendido una transformación desde sus bases, acogiendo como su política institucional los principios de la Soberanía Alimentaria, la misma que se refiere al derecho que asiste a los pueblos y naciones para definir sus propias políticas alimentarias. Los ecuatorianos tenemos derecho de acceder a alimentos seguros, nutritivos, culturalmente apropiados y a los recursos necesarios para producirlos y autoabastecernos de los mismos.

Desde esta perspectiva, el Programa Aliméntate Ecuador (AE), busca contribuir en la construcción de las bases socio económicas y culturales para el ejercicio de los derechos de alimentación de la población ecuatoriana siendo su campo de acción el de la Seguridad Alimentaria.¹⁹

¹⁸ (CASTAÑEDA-SÁNCHEZ, ROCHA-DÍAZ, & RAMOS-AISPURO, 2008)

¹⁹ (MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social), 2007)

¿Para qué comemos?

“La alimentación es una necesidad básica, como la vestimenta, la vivienda, la educación; y es imprescindible para mantener la salud y evitar enfermedades. Cuando hablamos de salud, no se trata de la mera ausencia de enfermedad, sino del bienestar físico, psíquico y social.”²⁰

Cultura Alimentaria

Etimológicamente, CULTURA deriva del latín colere (cultivar). Su acepción primitiva se refiere al cultivo de la tierra (agricultura). Cicerón lo aplicó al cultivo del espíritu, y así surgió el significado humanista y clásico de la palabra cultura, que ha predominado hasta hace poco. Para E.B.Tylor "*CULTURA es la totalidad compleja que incluye conocimientos, creencias, arte, ley, costumbres y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad*". Young da la siguiente definición de CULTURA, señalando son "*pautas más o menos organizadas y persistentes de hábitos, ideas, actitudes y valores que son transmitidos a los niños por sus mayores o por otros grupos mientras crecen*". Parsons, describe a la CULTURA como un "*sistema de símbolos creados por el hombre, compartidos, convencionales, y por cierto, aprendidos, que suministran a los seres humanos un marco significativo dentro del cual pueden orientarse en sus relaciones recíprocas, en su relación con el mundo que lo rodea y su relación consigo mismos*". Las anteriores definiciones son muy significativas y su valor adquiere una gran relevancia en referencia a los pronunciamientos que hacemos en el campo de la Cultura Alimentaria, ya que las anteriores definiciones nos permiten revalorar al alimento como un elemento de funcionalidad o disfunción dado que establece la sociabilidad, contribuye a la armonía entre algunos grupos e individuos, además de que representa valores, costumbres y tradiciones, y en algunos grupos o sociedades se distingue como un símbolo que en sus diversidades y características representa unidad, tradición, status, distinción, en

²⁰ (KREIMER, Ariela y EQUIPO EDITORIAL, 2010)

ciertos casos conlleva una carga de significados espirituales o de éxito al ser considerado un elemento de transferencia de actitudes, sentimientos negativos o positivos para con los demás.

Es muy válida la puntuación que realiza Jeffrey M. Pilcher; cuando señala que las vinculaciones entre lo que la gente es y lo que come, tiene profundas raíces en su historia destacando las influencias manifiestas de género, raza y clase sobre ciertas preferencias en materia de comida desde épocas prehispánicas hasta la actualidad, y que incluso como grupo o comunidad se configura en la evolución de la cocina y su relación con la identidad nacional.²¹

Hábitos alimenticios en adolescentes y jóvenes

Los adolescentes y jóvenes, generalmente tiene un apetito enorme. Cuando se han establecido buenos hábitos alimenticios durante la infancia y hay comida nutritiva disponible, los hábitos alimenticios del adolescente y joven no deben presentar un problema grave.

Los adolescentes y jóvenes son imitadores, al igual que los niños, pero en lugar de imitar a los adultos, prefiere imitar a sus pares y hacer lo que es popular. Por desgracia, los alimentos que son populares a menudo tienen una baja densidad de nutrientes como las papas fritas, los refrescos y los dulces. Estos alimentos proporcionan sobre todo carbohidratos y grasas, y muy pocas proteínas, vitaminas y minerales, excepto la sal, que suele suministrarse en exceso. Los hábitos alimenticios de los adolescentes y jóvenes pueden verse muy afectados por los horarios llenos de tareas, los trabajos de medio tiempo, las actividades atléticas y sociales y la falta de un adulto disponible para prepara comida nutritiva cuando éstos tienen hambre o tiempo para comer.²²

²¹ (MORENO GARCÍA, 2009)

²² (ROTH, 2009)

Es probable que la televisión y las revistas tengan más influencia sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes y jóvenes que cualquier otra forma de medio masivo. Se estima que, para el tiempo en que el niño promedio llega a la adolescencia ha visto 100.000 anuncios comerciales de alimentos la mayor parte de los cuales son acerca de productos con alta concentración de grasas y carbohidratos simples. Más del 65% de los anuncios publicitarios de alimentos promueven bebidas (principalmente alcohol) y dulces.²³

Necesidades calóricas y de nutrientes

Debido al crecimiento acelerado de los adolescentes, es natural que los requisitos calóricos aumenten. Los requisitos calóricos de los muchachos tienden a ser mayores que los de las chicas, debido a que aquellos suelen ser más grandes, tienden a ser más activos físicamente y tienen más masa muscular magra que las muchachas.

Con excepción de la vitamina D, las necesidades de nutrientes aumentan de manera importante con el surgimiento de la adolescencia. Debido a la menstruación, las muchachas necesitan más hierro que los muchachos. Las DRI para la vitamina D, la vitamina C, la vitamina B12, el calcio, el fósforo y el yodo son las mismas para ambos sexos. Las DRI para el resto de los nutrientes son mayores para los muchachos que para las muchachas.²⁴

Comer saludablemente es una parte importante del estilo de vida que los adolescentes aprenden desde temprana edad. Las siguientes son algunas pautas generales para tener una alimentación saludable.²⁵

- ◆ Alimentarse con tres comidas al día, con colaciones saludables entre comidas.
- ◆ Aumentar la fibra en la dieta y disminuir el uso de la sal.
- ◆ Beber mucha agua.
- ◆ Vigilar el consumo total de grasa en la dieta, más que contar las calorías.

²³ (MAHAN, 2001)

²⁴ (ROTH, 2009)

²⁵ (SALUD DE ALTURA, 2010)

- ◆ Comer alimentos equilibrados.
- ◆ Hornear o asar en vez de freír.
- ◆ Reducir la ingesta de azúcar.
- ◆ Comer frutas o vegetales colaciones entre comidas.
- ◆ Preferir productos lácteos bajos en grasa.
- ◆ Disminuir el uso de mantequilla y salsas espesas.

A continuación las porciones recomendadas de alimentos:

Cuadro 2. Tabla de porciones recomendadas de alimentos para adolescentes

ALIMENTO	ADOLESCENTE Hombre- mujer	ADOLESCENTE EMBARAZADA	INTERCAMBIOS DE ALIMENTOS
	MEDIDAS CASERAS		
Leche	3 tazas	4-5 tazas	Yogurt, cuajada, leche de soya, leche en polvo diluida.
Queso	1 Taja pequeña (1 onza)	2 tajadas	Quesillo.
Carnes	1 porción peq. (3 oz)	2 porciones (6 onzas)	Res, pollo, pescado, vísceras, conejo.
Huevo	3 unidades semanales	Diario	
Leguminosas	2- 4 cucharadas	4 cucharadas	Fréjol, soya, arveja, lenteja, haba, chocho, garbanzo.
Verduras	1 taza	1 taza	Arveja, vainita.
Verduras en hojas	1/2 taza	1 taza	Aceituna, col, espinaca.
Frutas	2 unidades	4 unidades	Todo tipo
Tubérculos	3 unidades peq.	4 unidades pequeñas	Papa, yuca, camote o plátanos.
Aroz	1 1/2 taza	1 1/2 taza	
Fideo u otros cereales	4 cucharadas	4 cucharadas	Avena, quinua, maíz, trigo.
Pan	1 unidad	2 unidades	Pan blanco, integral, tostadas, tortas, tortillas.
Azúcares	4 cucharadas	4 cucharadas	Panela, melaza, miel de abeja.
Aceite	Racionar el consumo	Racionar el consumo	
Mantequilla	1 cucharadita	1 cucharadita	

Fuente: Alimentación del adolescente, MSP-Ecuador, PANN-2000

Además, el menú diario debe basarse en la pirámide nutricional, ésta nueva pirámide alimenticia además de clasificar los alimentos según su grupo alimenticio y sugerir la moderación en el consumo de grasas, sal y azúcares agregados, incluye al ejercicio físico regular como un elemento primordial dentro de un estilo de vida saludable.

La nueva pirámide alimenticia fue elaborada por The Center for Nutrition Policy and Promotion, una dependencia del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) y presentada por éste en el 2005.

Esta nueva guía alimentaría viene a sustituir a la anterior que databa de 1992, con el propósito de redefinir algunas cuestiones que incluyen además de una alimentación sana y equilibrada, compuesta por una gran variedad de alimentos, otros conceptos como la práctica regular de actividad física que se circunscribe dentro de un estilo de vida saludable.

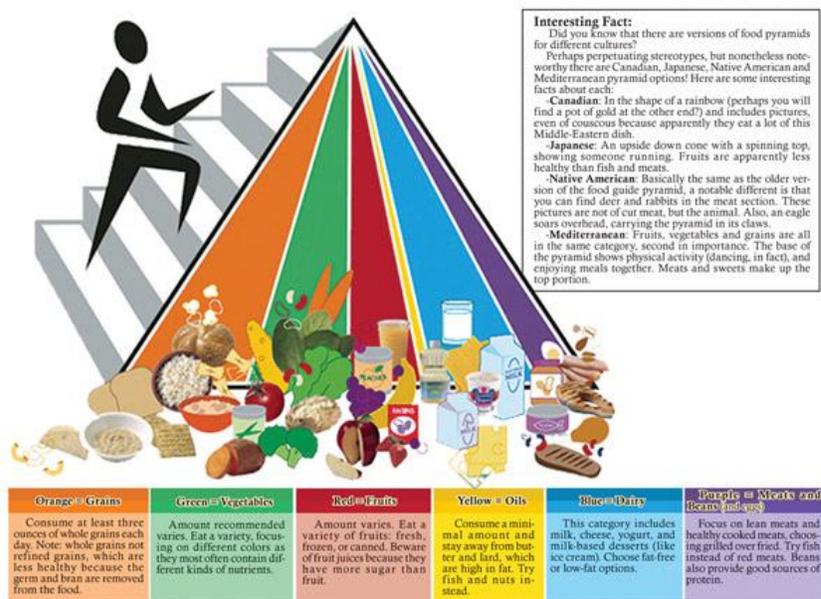
La nueva pirámide es más pormenorizada y completa que la anterior y, a diferencia de ella, clasifica cada grupo de alimentos con franjas de distintos colores, verticales, en lugar de horizontales, que posibilitan ver con mayor claridad la variedad y cantidad de cada uno de estos, resaltando así la importancia de la moderación al angostarse la franja a medida que se aproxima a la cúspide. Los grupos alimenticios son seis y están representados cada uno por un color distinto. El naranja representa a los granos y cereales; el verde a las verduras y hortalizas; el rojo a las frutas; el azul a los productos lácteos; el morado las carnes, las legumbres y huevos; el amarillo a los aceites y las grasas.

La pirámide incluye una escalera con un muñequito que va subiendo por ella, simbolizando la inclusión de la actividad física como un hábito de vida saludable. Tomando en cuenta que solamente con ella el organismo gasta energía los especialistas aconsejan al menos 30 minutos diarios de ejercicio físico regular moderado o fuerte.

En la nueva pirámide, también se incluyen textos en los que se sugiere priorizar el consumo de frutos, pescados, aceites vegetales como la mejor fuente de grasas y limitar la ingesta de grasas de origen animal, mantequillas, azúcares agregados y sal.²⁶

²⁶ (CARÁMBULA, 2011)

Gráfico 1. Nueva Pirámide Nutricional



Interesting Fact:
Did you know that there are versions of food pyramids for different cultures? Perhaps perpetuating stereotypes, but nonetheless noteworthy there are Canadian, Japanese, Native American and Mediterranean pyramid options! Here are some interesting facts about each:
-**Canadian:** In the shape of a rainbow (perhaps you will find a pot of gold at the other end!) and includes pictures, even of couscous because apparently they eat a lot of this Middle-Eastern dish.
-**Japanese:** An upside down cone with a spinning top, showing someone running. Fruits are apparently less healthy than fish and meats.
-**Native American:** Basically the same as the older version of the food guide pyramid, a notable different is that you can find deer and rabbits in the meat section. These pictures are not of cut meat, but the animal. Also, an eagle soars overhead, carrying the pyramid in its claws.
-**Mediterranean:** Fruits, vegetables and grains are all in the same category, second in importance. The base of the pyramid shows physical activity (dancing, in fact), and enjoying meals together. Meats and sweets make up the top portion.

Consideraciones especiales para el adolescente y relacionadas con la nutrición

La adolescencia es un periodo estresante para la mayoría de los jóvenes. De manera inesperada, enfrentan numerosos cambios físicos; una necesidad innata de independencia; mayor trabajo y demandas extracurriculares en la escuela; en muchos casos trabajos; y presiones sociales y sexuales por parte de sus pares. Para muchos adolescentes, este estrés puede producir uno más de los siguientes problemas.

Anorexia nerviosa

Comúnmente llamada anorexia, es un trastorno psicológico más común en mujeres que en hombres. Puede comenzar desde la infancia tardía, pero usualmente empieza durante los años de adolescencia o a principios de los 20 años. Puede hacer que el individuo que lo padece reduzca drásticamente las calorías, provocando alteraciones en

el metabolismo, lo que tiene como resultado la pérdida de cabello, presión sanguínea baja, debilidad, amenorrea, daño cerebral e incluso la muerte.²⁷

En la actualidad los trastornos de la conducta alimenticia, entre los que se encuentra la Anorexia, están aumentando alarmantemente. Las cifras muestran que de cada 100.000 jóvenes, entre los 15 y los 24 años, de 30 a 40 sufren Anorexia Nerviosa cada año y los estudios prospectivos muestran que estas cifras van en aumento, transformándose en un problema social y no sólo individual.

Además debemos recordar que hablamos de un trastorno, que además de ser muy frecuente, lleva a la muerte en un 10% de las personas que lo padecen, que se hace crónico hasta en un 35% de los casos restantes y en los demás deja secuelas que afectan su capacidad de adaptación y de relación en los ámbitos laboral, familiar, social y sexual.

Por esto es importante destacar el rol que tiene cada uno de nosotros para detectar en su propio entorno a quienes puedan estar sufriendo esta patología, ya que ellos necesitan el máximo apoyo y comprensión de parte de las personas que les rodean, además de la ayuda que puedan proporcionarles para tener acceso a un adecuado tratamiento, que pueda devolverles su salud y evitar futuras secuelas.²⁸

Bulimia

Uno de los trastornos de la alimentación que podemos mencionar es la bulimia. Esta se caracteriza por afectar a adolescentes en su mayoría mujeres, cuya meta es perder peso, aún poniendo en riesgo su vida. La bulimia en la adolescencia muestra determinadas características que se repiten, en países diferentes, hablando distintos idiomas o con culturas totalmente opuestas.

²⁷ (ROTH, 2009)

²⁸ (DEL RÍO, 2010)

Si bien la Bulimia también llamada Bulimia Purgativa (30%) se presenta en un porcentaje un poco menor que la anorexia (60%), no por eso es menos grave o con menos consecuencias, tanto para la salud física como emocional y psíquica.

Características de las adolescentes con bulimia

- La bulimia se presenta mayoritariamente en mujeres de entre 14 y 20 años.
- Un alto porcentaje posee antecedentes de sobrepeso.
- En la bulimia, la purga interrumpe un circuito a través del cual el acto de comer produce una reducción del apetito. Vomitar se considera una solución a corto plazo, pero momentánea. De esta forma, se establece un círculo vicioso que justifica el atracón.
- Con el tiempo, la adolescente que sufre de bulimia pierde el control y siente la necesidad imperiosa de vomitar después de comer.
- Esta práctica es secreta, por lo tanto se infiere que la adolescente siente vergüenza de su práctica, la cual mitiga con la toma de más purgantes o la provocación de más vómitos.
- Determinadas causas como: herencia, presiones culturales, experiencias personales y familiares no favorables, contribuyen al inicio de dietas altamente restrictivas que pueden derivar en una situación de bulimia.
- Cuando una adolescente padece de bulimia no es ella en forma directa quien se dirige a la consulta médica, sino sus padres ante la sospecha de que algo no está “bien”.

La bulimia en la adolescencia es una patología que debe ser tomada muy en cuenta, ya que puede traer complicaciones importantes a la salud de la persona bulímica, incluso puede llevarla a la muerte.²⁹

En Ecuador aún no se considera a los trastornos alimenticios como problemas de salud pública, y no hay presupuestos estatales destinados a su tratamiento.

²⁹ (CANCELA, 2009)

Sobrepeso y Obesidad

El sobrepeso durante la adolescencia resulta especialmente desafortunado porque puede disminuir la autoestima del individuo y, por tanto, excluirlo de la vida social normal de los años de adolescencia, y disminuir todavía más su autoestima. También tiende a volver a un individuo más propenso al sobrepeso en la edad adulta.

Aunque se han realizado muchos estudios, es difícil determinar la causa del sobrepeso, se cree que la herencia juega un papel; al parecer, de la misma manera en que se hereda la estatura, el color de cabello o los talentos artísticos, también se puede heredar la tendencia (o no) al sobrepeso. La sobrealimentación durante la infancia y la niñez también puede ser un factor contribuyente; entonces, una vez que la persona tiene sobrepeso, el mismo contribuye al problema.

Por ejemplo, si un adolescente se vuelve el centro de los chistes de sus compañeros, tal vez prefiera pasar tiempo solo, viendo la televisión y buscando consuelo en la comida. Este comportamiento agrega más calorías, reduce la actividad y empeora la condición.³⁰

Actualmente la obesidad ha alcanzado niveles alarmantes, ha pasado de ser una epidemia para convertirse en una pandemia debido a las proporciones que ha alcanzado. A través de los años, esta enfermedad ha mostrado una tendencia al alza debido al incremento constante de la prevalencia en todo tipo de poblaciones. Comparativamente y de acuerdo a cifras de la OMS, la obesidad ha presentado un crecimiento mayor en los países en desarrollo que los países desarrollados; de acuerdo a datos publicados por este organismo, existen en el mundo más de 1600 millones de adultos (mayores de 15 años) con sobrepeso y más de 700 millones con obesidad y en 2005 existían en el mundo al menos 20 millones menores de 5 años con sobrepeso. Aunque en años anteriores se le consideraba a la obesidad como un problema exclusivo de países desarrollados, hoy en día esta enfermedad aqueja también a países con bajos ingresos y mínimos niveles de desarrollo.

³⁰ (ROTH, 2009)

La obesidad se ha transformado en una enfermedad con alcances sociales, es decir, sus repercusiones dentro de este ámbito llegan a ser determinantes para el desarrollo de los adolescentes, no solo en materia de salud sino también en la forma en cómo estos se desenvuelven, se identifican y se viven en sociedad con sus semejantes; la obesidad y el sobrepeso se presentan en cualquier nivel socioeconómico y a cualquier edad, incrementándose conforme pasa el tiempo; cuando se presenta en edades tempranas como en la edad infantil y en la población adolescente, en la mayoría de los casos suele perpetuarse hasta la edad adulta y con ello ocasionar la aparición de múltiples enfermedades crónicas no trasmisibles. El sobrepeso y la obesidad en edades tempranas está influenciado de alguna forma por los estilos de vida (hábitos dietéticos y actividad física) de la población pero también en la forma en cómo el adolescente se relaciona con sus iguales.³¹

Un estudio nacional de Prevalencia de sobrepeso y obesidad en estudiantes adolescentes ecuatorianos del área urbana realizado por la Sociedad Ecuatoriana de Ciencias de la Alimentación y Nutrición (SECIAN); la Escuela Politécnica Nacional de Quito; y el Colegio de Ciencias de la Salud de la Universidad San Francisco de Quito; arrojó los siguientes resultados: La muestra estudiada fue de 2.829 estudiantes, 1.461 mujeres y 1.368 varones, entre 12 y <19 años. De estos, 1.435 estudiantes estuvieron matriculados en 60 colegios públicos y privados de las seis principales ciudades de la Costa y 1.394 estuvieron matriculados en 60 colegios de las seis principales ciudades de la Sierra. A los participantes se les midió el peso y la talla y se calculó el Índice de Masa Corporal (IMC). Se diagnosticó con sobrepeso a los adolescentes cuyo IMC estuvo entre los percentiles 85 y <95 y con obesidad a los adolescentes cuyo IMC fue = 95. Los resultados indican que el exceso de peso afecta al 21,2% de los adolescentes: sobrepeso, 13,7% y obesidad 7,5%. El exceso de peso fue significativamente mayor en la Costa, 24,7% que en la Sierra, 17,7% (P 0.001). Igualmente, el exceso de peso fue significativamente mayor en los adolescentes de colegios privados, 25,3% que de colegios públicos 18,9%, (P = 0.001) y fue más común en las mujeres que en los hombres (21,5% versus 20,8%, respectivamente). El estudio demostró también que el

³¹ (ZAMORA CARRILLO, 2008)

16.8% de los adolescentes tuvieron bajo peso. En su conjunto, estos datos indican que cerca del 40% de la población estudiada está mal-nutrida siendo la sobre-nutrición, el problema más grave por lo que se hacen necesarias medidas de intervención inmediatas para prevenir y tratar estos graves problemas de Salud Pública.³²

Cuadro 3. Estado nutricional de los adolescentes ecuatorianos de ambos sexos, de 12 a <19 años, habitantes de área urbana. Ecuador 2006

Región		TOTAL	%	Costa	Sierra	Sexo		Edad			Tipo de colegio	
						Hombre	Mujer	12-14 años	15-16 años	17-18 años	Fiscal	Particular
Estado nutricional	Bajo peso	472	16.8	262	210	270	202	285	118	69	319	153
	Normal	1755	62.0	818	937	813	942	1035	444	276	1135	620
	Sobre peso	391	13.7	199	192	163	228	243	95	53	229	162
	Obesidad	211	7.5	156	55	122	89	132	56	23	110	101
Total			2829	1435	1394	1368	1461	1695	713	421	1793	1036

Cuadro 4. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes según sexo, región geográfica en que habitan y tipo de colegio al que asisten. Ecuador, 2006

Variable	%	P<	O.R.	I.C. 95%
Sexo Femenino (1 461)	21,5	0.02	1.24	1.03-1.50
Sexo Masculino (n=1 368)	20,8			
Región Costa (1 435)	24,7	0.000	1.48	1.23-1.79
Región Sierra (1 394)	17,7			
Colegio Privado (1 036)	25,3	0.000	1.46	1.21-1.76
Colegio Público (1 793)	18,9			

O.R.= razón de productos cruzados I.C. = intervalo de confianza

³² (YEPEZ, 2008)

Tanto en los niños como en los adolescentes ecuatorianos, el exceso de peso es más frecuente en aquellos que estudian en escuelas y colegios del régimen privado, pertenecientes generalmente a estratos socio-económicos medios y altos, pero está presente también en los niños y adolescentes que provienen de familias de estratos bajos, pobres en su mayoría, que asisten a las escuelas y colegios fiscales. Consideramos que la obesidad en la pobreza es un hecho manifiesto en el Ecuador. Diez de cada cien escolares y casi diecinueve de cada cien colegiales que estudian en escuelas y colegios fiscales (gratuitos), en su gran mayoría hijos de familias empobrecidas, tienen exceso de peso.

Es también evidente que la mayor prevalencia de exceso de peso, tanto en escolares como en adolescentes, corresponde a las ciudades de la Costa ecuatoriana. Estudios puntuales realizados por la Sociedad Ecuatoriana de Ciencias de la Alimentación y Nutrición –SECIAN- señalan que el elevado consumo de bebidas azucaradas, el escaso consumo de frutas y verduras y los hábitos sedentarios (más de 28 horas semanales de mirar televisión), que caracterizan a los niños y adolescentes de la región costanera, podrían estar involucrados en la elevada prevalencia del exceso de peso en dicha región, cosa que es significativamente menor en la Región Andina.

Comida Rápida

Los adolescentes y jóvenes son especialmente aficionados a la denominada comida rápida. Se estima que entre un 30% y un 40% de todas las comidas se realizan fuera del hogar y los "fast-food" representan el 20% de este mercado, quizás no tanto por la falta de tiempo sino porque representan una cultura que la juventud asume con facilidad. Los centros de comida rápida se han transformado en referentes donde los jóvenes pasan las tarde de muchos fines de semana.

Los adolescentes se identifican plenamente con el ambiente del "fast food": informal, poco convencional, alejado del esquema tradicional de la cocina familiar del que tanto huyen, y con precios accesibles para los jóvenes. Otra ventaja es la flexibilidad del

horario. El plato base, la hamburguesa con patatas fritas, junto a diferentes bebidas (especialmente azucaradas), tiene gran aceptación entre este grupo de edad. En general se consideran alimentos con un alto contenido energético, en grasa, azúcar, y sal y bajo contenido en fibra y otros nutrientes, pesar de que se ha llevado a cabo otros estudios que demuestran que en muchos casos pueden tener un nivel aceptable de nutrientes. Sin embargo, la poca variedad de su menús es motivo suficiente para intentar que los jóvenes amplíen sus expectativas culinarias.

El consumo de este tipo de comida no supone ningún problema para la salud siempre que no se convierta en un hábito ni sustituya a alimentos básicos. Pero lo que está ocurriendo es que cada vez muchas más personas los incluyen como base de su dieta, sin ser conscientes de los peligros nutricionales que ello conlleva.³³

Excesiva energía

Con tan sólo una comida fast food se ingiere más de la mitad de la energía diaria necesaria. Si a ello agregamos la energía aportada por el resto de comidas del día, el contenido energético de la ingesta total se dispara y se favorece el exceso de peso.

Demasiada grasa y colesterol

Las grasas saturadas en exceso tienden a incrementar los niveles de colesterol en la sangre, y la grasa y el colesterol son abundantes en estos productos debido a las salsas a base de huevo, mantequilla, nata, manteca y otros ingredientes grasos que se emplean en su elaboración, y a los aceites de coco y palma que se usan en la fritura.

Digestiones difíciles

En la mayoría de las ocasiones los alimentos están fritos, empanados o rebozados, por lo que se enriquecen en grasa, que calentada resulta aún más indigesta.

³³ (ALIMENTACIÓN SANA, 2010)

Abundantes aditivos

En general, estos productos contienen más sal que los que se preparan en casa, en parte porque el sodio se utiliza como conservante. Además, para conseguir el aspecto deseado en cuanto a color, olor, sabor y textura llevan añadidos conservantes, colorantes, antiapelmazantes, estabilizantes, etc. Estos platos suelen incluir condimentos fuertes o aditivos que potencian el sabor y que estimulan el apetito y, con el tiempo, alteran la percepción del sentido del gusto y crean hábito.

Alcohol

En un proceso llamado fermentación, los azúcares y almidones se transforman en alcohol, la acción de las enzimas produce este cambio. Por lo general, el alcohol se hace de fruta, maíz, centeno, cebada, arroz o papas. Proporciona siete calorías por gramo pero casi ningún nutriente.

El alcohol es una sustancia que puede tener efectos secundarios graves. Al principio, hace que quien lo bebe se sienta “feliz”, porque reduce las inhibiciones. Este sentimiento afecta al juicio del bebedor y puede llevar a accidentes y crímenes. Por último el alcohol es un depresor; si se bebe de manera continua se llega a somnolencia, pérdida de conciencia y, cuando se consume demasiado en un periodo corto, a la muerte. Al abuso (uso excesivo) del alcohol se le llama alcoholismo.³⁴

El alcohol es una droga muy integrada dentro de nuestra sociedad y vida cotidiana, de forma que consumirla no produce un rechazo social, siempre y cuando se consuma dentro de unos límites. El alcoholismo en la adolescencia supone saltarse esos límites, comenzar a consumir alcohol en cualquier momento del día, en grandes cantidades y sin reparar en las consecuencias negativas.

³⁴ (ROTH, 2009)

En el caso de la adolescencia, muchas veces se niega sufrir alcoholismo puesto que no se bebe entre semana, sin embargo, sobrepasarse todos los fines de semana y comenzar a depender de ese hábito conlleva también un tipo de alcoholismo, ya que crea dependencia y adicción hacia ese tipo de bebida.

Generalmente, las personas que terminan dependiendo, poco a poco empiezan a beber también entre semana, y sin ningún motivo aparente o buscando los motivos donde no los hay.

Entre las causas del consumo de alcohol en jóvenes, las más comunes son:

- ⊕ Para formar parte de un grupo de amigos.
- ⊕ Para divertirse más y sentirse bien.
- ⊕ Para olvidar los problemas.
- ⊕ Por el gusto al sabor.
- ⊕ Para desinhibirse y "quitarse vergüenzas" que les permita hacer cosas que de otra manera no harían.

Muchas veces inciden los problemas familiares (malas relaciones dentro de la familia), sociales (necesidad de pertenecer a un grupo de iguales), escolares (problemas en la escuela que me llevan a beber para olvidar)... en la existencia del alcoholismo.³⁵

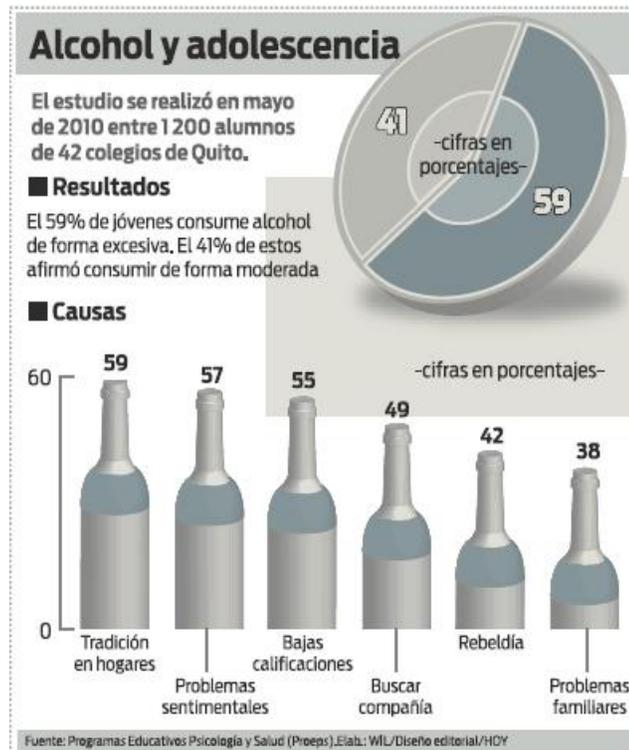
Según un estudio realizado, hasta mayo del 2010, entre unos 1 200 alumnos (de 10 a 17 años), en 42 colegios del Distrito Metropolitano por Programas Educativos Psicología y Salud (PROEPS), el 59% de los encuestados consume licor de forma excesiva.

El documento revela que el 37% de ellos señalan que se ven empujados a buscar al alcohol como entretenimiento porque no hay lugar para la recreación familiar o por falta de espacios en la ciudad para ocupar el tiempo libre.

También, un 59% aseveró que empezó a embriagarse porque forma parte de la cultura de las familias, ya sea para celebrar triunfos o disipar los fracasos.³⁶

³⁵ (CENTRO DE PSICOLOGÍA BILBAO, 2010)

Gráfico 2. Alcohol en adolescentes ecuatorianos



Para tener en cuenta:

- Según datos del Ministerio de Salud, en 2006 en consumo de alcohol afectaba al 23,5% de la población ecuatoriana.
- A nivel de regiones, la Amazonía representa el 36% de los casos, la Sierra el 33,5%, la Costa 13,7%.
- De acuerdo a cifras de la Organización Mundial de la Salud 2,3 millones de personas mueren al año en el mundo por causas relativas al alcohol.
- En 2002 en total los países del mundo gastaron \$ 65 000 millones para solucionar enfermedades relacionadas con la bebida.

³⁶ (VASCONEZ, 2010)

Vegetarianos, una minoría que crece

¿Qué es ser vegetariano?

Optar por una dieta vegetariana implica eliminar de nuestra dieta todo tipo de carnes, blanca o roja, incluidos pescados y mariscos, y privilegiar vegetales, frutas, granos y cereales. “El respeto a la vida, y no contaminar el cuerpo con alimentos de difícil digestión como la carne de un animal muerto en condiciones agresivas y de sufrimiento”.

Dependiendo de los productos que se consuman se puede ser vegetariano puro (vegano), que no consume carne en absoluto; ovo-vegetariano, que consume huevo; ovo-lacto-vegetariano, que además de los huevos incluye la leche y sus derivados; y pesco-ovo-lacto-vegetariano, que adiciona pescado.

Entre las principales ventajas de esta dieta: es baja en grasas saturadas, colesterol y proteína animal, con lo cual se reducen los riesgos de sufrir obesidad, enfermedades cardiovasculares, hipertensión, diabetes, osteoporosis, estreñimiento, cálculos renales y algunas formas de cáncer como el de colon y pulmón, este último (según algunos estudios) debido probablemente, a que consumen grandes cantidades del pigmento vegetal betacaroteno (zanahorias, espinacas).

En Ecuador un considerable número de vegetarianos se esmera por mantener su régimen alimenticio sin importar lo complicado que resulte. No son gente rara ni mucho menos, sino personas que por motivos éticos, ecológicos, culturales o de salud, han elegido este estilo de alimentación diferente y que, al parecer tiene cada vez más adeptos en un país caracterizado aún por comidas en las que abundan los diversos tipos de carnes en múltiples presentaciones.

Y es que el deseo de sentirse y verse bien estimula cada día a cientos de personas a incorporar en la dieta diaria alimentos sanos y naturales. El temor a las enfermedades o a que estas se agraven lleva a mucha gente a buscar opciones de alimentación con menos grasa y sin carne, principal gestora de un sinnúmero de patologías que van

desde las infecciones estomacales, pasando por el estreñimiento, artritis, hasta llegar a ciertos tipos de cáncer, entre los que figuran principalmente los del seno y colon. De ahí nada raro es ver a jóvenes y no tan jóvenes saboreando con placer una sopa de verduras o una crema de champiñones, un cebiche de chochos, arroz integral con ajonjolí o un lomito saltado con carne vegetal.

Aunque no existen estadísticas que muestren el número de restaurantes vegetarianos que hay en la actualidad, es posible comprobar su aumento tomando como referencia la cantidad que había hace 10 años, cuando los dedos de las manos sobaban para contabilizarlos. Ahora es posible encontrarlos en algunos puntos de la urbe, aunque aún siguen siendo minoría en comparación a los tradicionales. La tendencia también se muestra en el crecimiento de la venta de leche de soya. Remigio Robles, distribuidor del producto en la ciudad de Guayaquil, señala que hace 3 años comenzó vendiendo 150 botellas y ahora entrega 1000.

Según una encuesta realizada en el 2002, a nivel mundial, por la revista Times y la CNN, el mayor porcentaje de personas (32%) se vuelve vegetariano por razones de salud, un 21% por defensa y respeto a los animales, un 15% por la presencia de aditivos y hormonas en las carnes, un 13% por rechazo al sabor de la carne, un 6% por razones religiosas y un 4% por preocupación hacia el planeta.³⁷

La Soberanía Alimentaria sostiene que la alimentación de un pueblo es un tema de seguridad nacional, de soberanía nacional; así como también la reivindicación del Derecho a la Alimentación como un derecho humano vital.

Este tema ha sido una prioridad del país, y por ello El Ecuador, en su nueva Constitución del 2008, ha incluido una Ley de Soberanía Alimentaria sustentada en el reconocimiento del derecho a la alimentación sana, nutritiva y culturalmente apropiada para lo cual es necesario incidir tanto en las condiciones de producción, distribución y consumo de alimentos.

³⁷ (GÓMEZ N, 2011)

2.2 MARCO LEGAL

Este proyecto está amparado por la Norma Constitucional, Leyes y Reglamentos Nacionales e Internacionales, aplicables a la Nutrición, que detallamos a continuación:

La Constitución de la República del Ecuador³⁸ en su Capítulo segundo de los Derechos del Buen Vivir, Art. 13 nos dice que 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.

Y, en su Capítulo tercero de la Soberanía alimentaria, Art. 281 enuncia que 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 apropiados 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.

³⁸ (ASAMBLEA CONSTITUYENTE, 2008)

6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad 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 las 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.

El Ministerios de Salud, considera entre sus funciones:

Art. 1.- Corresponden al Ministerio de Salud Pública los problemas de **nutrición** y vivienda, asistencia social, sanidad e higiene, extirpación del alcoholismo y toxicomanía, y los demás que, por su naturaleza, a juicio del Ejecutivo, se relacionan con la promoción, protección, reparación y rehabilitación de la salud individual y colectiva.

La Convención Interamericana de derechos de los Jóvenes, vigente desde el 12 de febrero del 2007 en su Art. 25 nos dice que todos los jóvenes tienen derecho a la salud:

1. Los Estados Parte reconocen el derecho de los jóvenes a una salud integral y de calidad, este derecho incluye la atención primaria gratuita, la educación preventiva, **la nutrición**, la atención y cuidado especializado de la salud juvenil, la promoción de la salud sexual y reproductiva, la investigación de los problemas de salud que se presentan en la edad juvenil, la información y prevención contra el alcoholismo, el tabaquismo y el uso indebido de drogas.

El Código de la Niñez y Adolescencia, vigente desde el 3 de enero del 2003, en su Art. 24 enuncia que todos los niños y niñas tienen derecho a la lactancia materna para asegurarle el vínculo afectivo con su madre, adecuada **nutrición**, crecimiento y desarrollo.

El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende:

1. Acceso gratuito a los programas y acciones de salud públicos, a una **nutrición** adecuada y a un medio ambiente saludable.

También expresa en el Art. 28, que son obligaciones del Estado, que se cumplirán a través del Ministerio de Salud:

6. Desarrollar programas de educación dirigidos a los progenitores y demás personas a cargo del cuidado de los niños, niñas y adolescentes, para brindarles instrucción en los principios básicos de su salud y **nutrición**, y en las ventajas de la higiene y saneamiento ambiental.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), vigente desde el 19 de octubre del 2010, en su Capítulo IV Del Ejercicio de las Competencias Constitucionales, expresa:

Artículo 134.- Ejercicio de la competencia de fomento de la seguridad alimentaria.- El fomento de la seguridad alimentaria, cuyo ejercicio corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados regionales, se gestionará aplicando las disposiciones constitucionales y legales para garantizar la soberanía alimentaria, la política pública de esta materia bajo el principio de integralidad y comprende:

d) Fomentar el acceso de los ciudadanos a **alimentos suficientes y sanos** mediante la capacidad de incidir en los mercados y en el impulso a estrategias de consumo de alimentos nutritivos, agroecológicos y provenientes de la producción local, además del impulso de sistemas solidarios de comercialización en coordinación con los otros niveles de gobiernos autónomos descentralizados.

La Constitución de la Organización Mundial de la Salud, vigente desde el 25 de enero de 1949 en su Capítulo segundo, Art. 2, expresa que una de las funciones de la Organización será:

i) promover, con la cooperación de otros organismos especializados cuando fuere necesario, el mejoramiento de la **nutrición**, la habitación, el saneamiento, la recreación, las condiciones económicas y de trabajo, y otros aspectos de la higiene del medio.

La Organización de las Naciones Unidas sobre Alimentación y Agricultura FAO, vigente desde el 23 de noviembre de 1949, decreta:

Art. 1.- Funciones de la Organización

1. La Organización recogerá, analizará, interpretará y difundirá información que se relacione con la **nutrición**, la **alimentación** y la agricultura.

2. La Organización fomentará y, cuando sea posible, recomendará que se tome acción nacional e internacional respecto a:

a) Investigaciones científicas, tecnológicas, sociales y económicas sobre **nutrición**, **alimentación** y agricultura;

b) El mejoramiento de la enseñanza y la administración en lo relativo a la **nutrición**, la **alimentación** y la agricultura, así como la difusión de conocimientos sobre la ciencia y la práctica de la nutrición y la agricultura entre el público.

El Convenio Constitutivo de la Carta de la OEA, vigente desde el 18 de enero de 1951, expresa:

CAPITULO VIII

La Conferencia Interamericana

Art. 34.- Los Estados Miembros convienen en que la igualdad de oportunidades, la eliminación de la pobreza crítica y la distribución equitativa de la riqueza y del ingreso, así como la plena participación de sus pueblos en las decisiones relativas a su propio desarrollo, son, entre otros, objetivos básicos del desarrollo integral. Para lograrlos, convienen asimismo en dedicar sus máximos esfuerzos a la consecución de las siguientes metas básicas:

j) **Nutrición** adecuada, particularmente por medio de la aceleración de los esfuerzos nacionales para incrementar la producción y disponibilidad de alimentos;

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Aculturación: Se refiere al resultado de un proceso en el cual un pueblo o grupo de gente adquiere una nueva cultura (o aspectos de la misma), generalmente a expensas de la cultura propia y de forma involuntaria.

Adolescente: Persona entre 12 y 17 años de edad.

Alimentación: Es la ingestión de alimento por parte de los organismos para proveerse de sus necesidades alimenticias, fundamentalmente para conseguir energía y desarrollarse.

Alimentación Saludable: Ésta representa el efecto combinado de los alimentos que consumimos, nuestro estado de salud y el cuidado que damos a nuestras propias necesidades de salud y a las de quienes nos rodean.

Alimentos: Es toda sustancia o producto de cualquier naturaleza, sólido o líquido, natural o transformado, que por sus características, aplicaciones, componentes, preparación y estado de conservación sean susceptibles de ser habitual e idóneamente utilizados a alguno de los fines siguientes:

a) Para la normal nutrición humana o como fruitivos.

b) Como productos dietéticos, en casos especiales de la alimentación humana.

Comida chatarra: Este tipo de comida es muy popular por lo sencillo de su elaboración y conservación, su precio relativamente barato, su amplia distribución comercial que la hace muy fácilmente accesible y la presión de la publicidad.

Cultura: Es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento, sistemas de creencias, y alimentación.

Demanda: Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Dieta: Es un régimen que puede ser prescrito o no y que incluye todas las preparaciones y alimentos que se ingieren en un día a través de los diferentes tiempos de comida.

D R I: Dietary Reference Intakes (Ingestas dietéticas de referencia).

Economía: Es una ciencia social que estudia los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios.

Enfermedad: La enfermedad es un proceso y el estatus consecuente de afección de un ser vivo, caracterizado por una alteración de su estado de salud.

Entorno: Alrededores del hombre, naturales o creados por él, que constituyen su hábitat inmediato próximo y distante que es parte integral de su existencia

Estado nutricional: La condición física propia, determinada por la dieta.

Globalización: Es un proceso fundamentalmente económico que consiste en la creciente integración de las distintas economías nacionales en un único mercado capitalista mundial.

Grupo de pares: Grupo de personas casi de la misma edad que una persona.

Hábitos alimenticios: Costumbres de alimentación.

Joven: Persona entre 18 y 25 años de edad.

Marketing: Según Philip Kotler (considerado padre del marketing) es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al intercambiar bienes y servicios.

Mercado: Es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores.

Nutrición: Es la utilización que hace el organismo de las sustancias alimenticias provenientes de los alimentos.

Nutriente: Los nutrientes son aquellos compuestos orgánicos o inorgánicos presentes en los alimentos los cuales pueden ser utilizados por el cuerpo para una variedad de procesos vitales (suplir energía, formar células o regular las funciones del organismo), son los Hidratos de Carbono, Grasas, Proteínas, Vitaminas y minerales.

Oferta: Se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.

Salud: Es el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de enfermedad o dolencia, según la definición presentada por la Organización Mundial de la Salud.

Sobrepeso: El sobrepeso es la condición de poseer más grasa corporal de la que se considera saludable en relación con la estatura. El sobrepeso es una condición común, especialmente donde los suministros de alimentos son abundantes y predominan los estilos de vida sedentarios.

Sociedad: Es el conjunto de individuos que comparten fines, conductas y cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Una alimentación saludable en los adolescentes y jóvenes permitirá mejorar el rendimiento en sus actividades físicas e intelectuales y por ende su calidad de vida.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- 1)** La falta de una Cultura de alimentación saludable influye directamente en que los adolescentes y jóvenes no tengan un estilo de vida sano.

- 2)** El exceso de negocios de expendio de comida chatarra se debe a la gran demanda de la misma, su popularidad y lo sencillo de su elaboración.

- 3)** El consumo de comida chatarra incide en los altos niveles de sobrepeso y enfermedades ligadas a la mala alimentación como diabetes y colesterol que aquejan a la población de la ciudad de Milagro.

- 4)** Ingerir alimentos con alto contenido nutricional desde la infancia contribuye al crecimiento, la inteligencia y es la principal fuente de energía para realizar diferentes actividades.

- 5)** Los malos hábitos alimenticios fomentan los crecientes índices de enfermedades existentes en Milagro.

2.4.3 Declaración de Variables

Cuadro 5. Declaración de Variables

Hipótesis General	
Una alimentación saludable en los adolescentes y jóvenes permitirá mejorar el rendimiento en sus actividades físicas e intelectuales y por ende su calidad de vida.	
Variable Independiente	Alimentación Saludable
Variable Dependiente	Calidad de vida

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 6. Variable Independiente: Alimentación Saludable

Descripción	Aspectos	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Ésta representa el efecto combinado de los alimentos que consumimos, nuestro estado de salud y el cuidado que damos a nuestras propias necesidades de salud y a las de quienes nos rodean.	-Alimentación equilibrada -Beber mucha agua -Consumir vegetales, frutas, cereales	-Número de citas médicas -Altura -Peso -Rendimiento físico e intelectual	-¿Qué tipo de alimentos prioriza en su dieta diaria? -¿Cuántos vasos de agua toma al día? -¿Ingiere regularmente vegetales, frutas y cereales?	-Encuesta -Cuestionario -Observación

Cuadro 7. Variable Dependiente: Calidad de vida

Descripción	Aspectos	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Es el estado de completo bienestar físico, mental y social.	-Alimentación sana -Actividad física -Estabilidad emocional y mental	-Hábitos alimenticios -Número de citas médicas -Peso	-¿Con que frecuencia consume comida sana aproximadamente? -¿Qué tan importante es para usted la actividad física? -¿Estima que una estabilidad emocional y mental juega un papel fundamental en la calidad de vida?	-Entrevista -Grupo focal -Cuestionario

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación nos permitió describir el fenómeno para reconocer la realidad y tratar de solucionar los asuntos de carácter alimentario de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.

Esta Investigación tuvo carácter **de Campo**, ya que nos apoyamos en la información obtenida en el lugar donde se desarrolló el estudio, muchos de los conocimientos adquiridos fueron gracias a la interacción directa con el entorno. La información obtenida mediante este medio la consideramos como datos primarios y se desarrolló en base a entrevistas que nos permitieron verificar y evaluar las opiniones de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.

En tanto fue una investigación **Descriptiva**, porque quisimos llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes en los adolescentes y jóvenes a través de la descripción exacta de sus actividades, hábitos, procesos y necesidades, planteando hipótesis que exponen y resumen la información de manera cuidadosa, para luego analizar minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. También se utilizó este tipo de investigación para describir cada una de las etapas del proceso investigativo.

También fue **Bibliográfica**, ya que nos permitió obtener datos de diversas fuentes tales como libros, revistas, artículos de periódico, fuentes electrónicas, para fundamentar y desarrollar la investigación.

Este tipo de investigación se utilizó al momento de buscar información sobre el proyecto, dicha información formará parte de nuestro marco referencial.

Fue **Exploratoria**, porque esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información. Fue utilizada al recopilar información acerca de nuestro proyecto, así se pudo determinar los problemas que formaron parte de la problematización del mismo.

Y por último, fue una Investigación **Aplicada**, ya que le queremos dar una respuesta efectiva y fundamentada al problema detectado, descrito y analizado. Concentrando nuestra atención en las posibilidades fácticas de llevar a la práctica las teorías generales, y destinando esfuerzos a resolver los problemas y las necesidades que se plantean en un corto, mediano o largo plazo. Este tipo de investigación se aplicó en todo el proyecto, porque se lo realizó para dar solución al problema que tienen los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro al momento de alimentarse saludablemente.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Milagro, oficialmente San Francisco de Milagro, es una ciudad de la provincia de Guayas en la República del Ecuador. Está situada en el sudoeste del país, en las riberas del río del mismo nombre. Limita al Norte con los cantones Yaguachi, A. Baquerizo Moreno y Simón Bolívar, al Sur con los cantones Yaguachi y Naranjito, al Este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito, y al Oeste con Yaguachi, con una superficie de 401,1 Km² y una población de 166.634 habitantes, de los cuales los adolescentes (12 – 17) representan el 11,60%; y los jóvenes (18 – 25 años) constituyen el 14,89%.

Para el presente proyecto se tomó como población a estudiantes del Colegio Fiscal Mixto Gorki Elizalde Medranda y del Colegio Particular Mixto Jerusalén ubicados en el área urbana de la ciudad, siendo esta una población representativa de los adolescentes y jóvenes de Milagro.

El Colegio Fiscal Mixto Gorki Elizalde Medranda, se encuentra situado en la Cdla. Judith Ortega-calle Galo Romo, su rectora es la Lcda. Carmita Prado, consta con 619 estudiantes: 301 hombres y 318 mujeres y el Colegio Particular Mixto Jerusalén está ubicado en las calles Isidro Ayora y Riobamba, su rectora es la Lcda. María A. Jara, consta con 443 estudiantes: 297 hombres y 146 mujeres; según datos del presente año lectivo proporcionados por la Supervisión de Educación de Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población

Se delimitó a la población como finita, determinándose un total de 1.062 adolescentes y jóvenes estudiantes de los Colegios Gorki Elizalde Medranda y Jerusalén, cifra que se registra en los archivos maestros correspondientes al presente año lectivo 2012-2013, los cuales reposan en la oficina de la Supervisión de Educación de la ciudad de Milagro.³⁹

³⁹ (Supervisión de Educación de Milagro, Año Lectivo 2012-2013)

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra utilizada es probabilística porque son aquellas que el investigador selecciona y donde todos los individuos u objetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos, de tipo estratificada, lo cual nos permitió analizar los datos de la población detallada y ordenadamente según las necesidades de la investigación. El tipo de encuestas fueron de carácter holísticas aplicadas.

3.2.4 Tamaño de muestra

Para el presente estudio, se ha considerado la siguiente fórmula que corresponde a una población finita con el objetivo de obtener información acerca de porcentajes poblacionales, la misma que determina el tamaño de la muestra mediante procedimientos estadísticos que considera una distribución normal con un nivel de confianza de 95% para obtener una muestra a partir de la población dependiendo así de las siguientes variables:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

p= posibilidad que ocurra el 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%, $Z=1,96$

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

$$n = \frac{1,062 (0.5)(0.5)}{\frac{(1,062 - 1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{265.5}{\frac{(1,061)0.0025}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{265.5}{\frac{2.65}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{265.5}{0.94}$$

$n = 282$ Personas.

Finalmente concluimos que el tamaño de la muestra es de 282 personas.

3.2.5 Proceso de selección

La muestra utilizada fue probabilística, ya que esta tiene muchas ventajas, quizá la principal sea que puede medirse el tamaño del error en las predicciones. Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación tanto descriptivos como correlacionales -causales (las encuestas de opinión o surveys, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población.

Las unidades de análisis o los elementos muestrales se eligen siempre aleatoriamente para asegurarse de que cada elemento tenga la misma probabilidad de ser elegido.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

En la presente investigación utilizamos los siguientes métodos:

Método Inductivo Deductivo, ya que utilizamos el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método nos permitió la formulación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones a partir de una muestra representativa, que nos permitió hacer generalizaciones.

En el proyecto aplicamos este método al momento de inducir en las causas y deducir los efectos de los problemas que surgieron del tema de investigación.

Método Hipotético Deductivo, porque este obliga a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (la observación y la verificación). Mediante este método

planteamos hipótesis que se puede analizar deductiva o inductivamente para luego verificarlas.

Método Analítico Sintético, lo utilizamos al momento de desarrollar los objetivos del proyecto, ya que allí analizamos la relación entre las variables para así poder determinar el objetivo general y los objetivos específicos, esta determinación refleja la utilización de la síntesis.

3.3.2 Métodos empíricos

Se utilizó también el **Método de Observación** (véase Anexo 3), porque conocemos el problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural, sin alteración de las condiciones naturales, es decir que nuestra observación tiene un aspecto contemplativo.

La observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y, a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado de conocimiento. Mario Bunge reconoce en el proceso de observación cinco elementos:

- a. El objeto de la observación
- b. El sujeto u observador
- c. Las circunstancias o el ambiente que rodean la observación
- d. Los medios de observación
- e. El cuerpo de conocimientos de que forma parte la observación

La observación estimuló nuestra curiosidad, provocando el planteamiento de problemas y de la hipótesis que fueron planteadas en el proyecto, nuestra observación fue espontánea pero garantizará la uniformidad de los resultados.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Se utilizó la técnica de la **encuesta**, debido a que sus instrumentos nos permitieron conocer la opinión o valoración de los sujetos seleccionados en la muestra sobre hábitos alimenticios y la propuesta del proyecto, y así cumplir con el objetivo de medir la

opinión de los mismos. En este caso se realizó una encuesta de diez preguntas cerradas, las mismas que fueron validadas por expertos entendidos en este tema (véase Anexo 4), a una muestra de 282 estudiantes del Colegio Fiscal Mixto Gorki Elizalde Medranda y del Colegio Particular Mixto Jerusalén.

Para obtener mejores resultados en la investigación utilizamos también la técnica de la **entrevista** que nos permitió obtener datos que de otro modo serían muy difíciles de conseguir ya que los criterios de las personas entrevistadas interesan y son de gran importancia en esta investigación. Realizamos entrevistas a personas expertas en el tema de la alimentación como lo son la Lcda. María Muñoz Murillo, Nutricionista del Hospital León Becerra, y el Dr. Wilson Menéndez, respetado médico de nuestra ciudad.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los datos obtenidos fueron tabulados en el programa EXCEL y se presentan los resultados de las encuestas en gráficos de pastel, con los cuadros respectivos de las preguntas tabuladas y el análisis correspondiente.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Los instrumento empleados en el trabajo de campo consistieron en la ejecución de las encuestas que a su vez constaban de diez preguntas dirigidas a estudiantes del Colegio Fiscal Mixto Gorki Elizalde Medranda y del Colegio Particular Mixto Jerusalén, y entrevistas a expertos entendidos en el tema de la alimentación de nuestra ciudad, las cuales nos han permitido adquirir conocimientos esenciales que serán de gran ayuda para sustentar y defender la propuesta de la creación una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades.

Por otra parte, tenemos la seguridad que la información recabada es óptima y real debido a que las respuestas han sido claras y precisas de parte de las personas encuestadas.

La información se presenta de forma organizada, la encuesta se llevó a cabo a una muestra de 282 estudiantes del Colegio Fiscal Mixto Gorki Elizalde Medranda y del Colegio Particular Mixto Jerusalén.

Encuesta dirigida a los estudiantes:

Pregunta: # 1

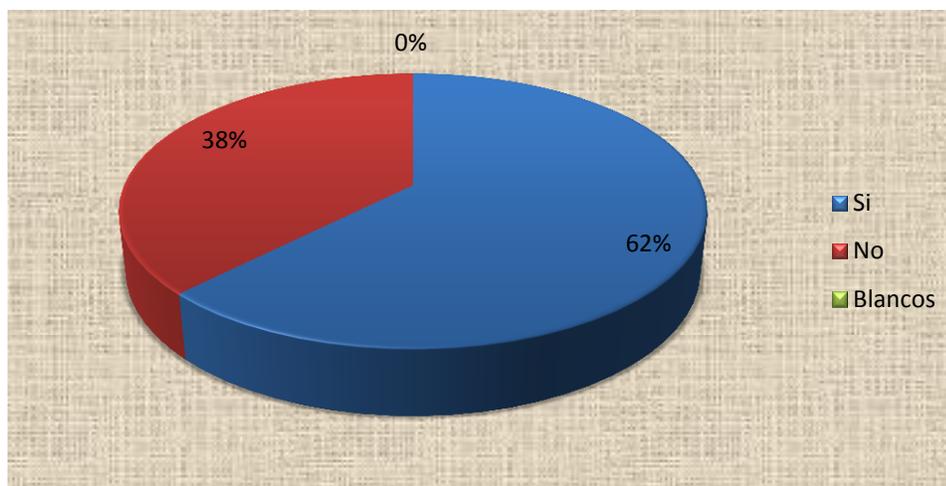
¿Considera usted que tiene una cultura de alimentación saludable?

Cuadro 8. Cultura de alimentación saludable

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Si	176	62%
No	106	38%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 3. Cultura de alimentación saludable



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: De cada 100 encuestados 62 piensan que sí tienen una cultura de alimentación saludable y 38 que no la tienen. Lo que nos deja ver que la mayoría de los encuestados conocen el significado de lo que es una Cultura de alimentación saludable y creen que sí la tienen.

Pregunta: # 2

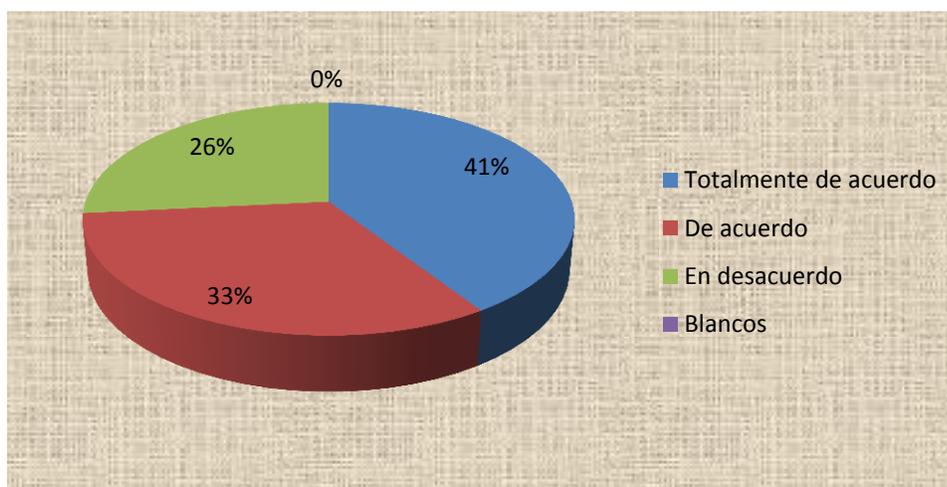
¿Está usted de acuerdo con el Reglamento de bares escolares vigente desde el 2010, que prohíbe el expendio de comida chatarra en establecimientos educativos?

Cuadro 9. Reglamento de bares escolares

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	115	41%
De acuerdo	92	33%
En desacuerdo	75	27%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 4. Reglamento de bares escolares



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: El 41% de los encuestados, es decir 115, dicen estar totalmente de acuerdo con el Reglamento de bares escolares vigente desde el 2010, que prohíbe el expendio de comida chatarra en establecimientos educativos, el 33% asegura estar de acuerdo y el 27% opina que está en desacuerdo con el mismo. Lo que nos muestra que este reglamento tuvo una buena acogida entre la mayoría de los estudiantes de los establecimientos educativos.

Pregunta: # 3

¿Con qué frecuencia usted consume comida chatarra aproximadamente?

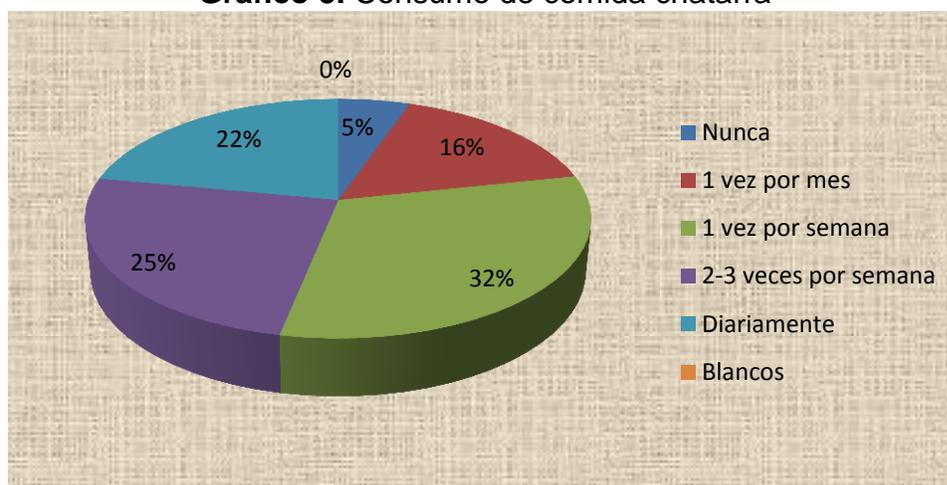
Cuadro 10. Consumo de comida chatarra

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Nunca	15	5%
1 vez por mes	46	16%
1 vez por semana	89	32%
2-3 veces por semana	70	25%
Diariamente	62	22%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 5. Consumo de comida chatarra



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: 5 de cada 100 personas encuestadas, aseguran que nunca consumen comida chatarra, 16 de 100 dicen que la consumen 1 vez por mes, 32 de 100 la consumen 1 vez por semana, 25 la consumen de 2 a 3 veces por semana y 22 aseguran que la consumen diariamente. Lo que nos muestra que el consumo de este tipo de comida es muy habitual y frecuente en la gran mayoría de los adolescentes y jóvenes milagreños.

Pregunta: # 4

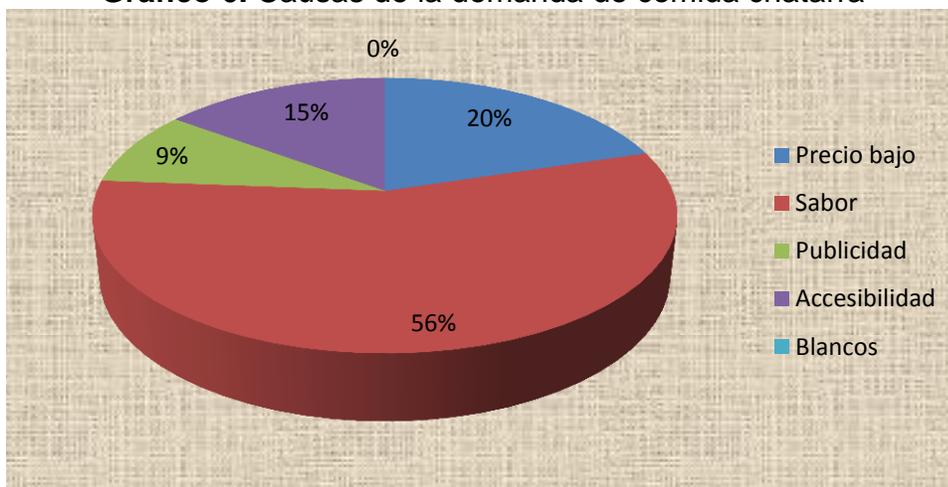
¿Cuál de las siguientes causas considera usted la más importante para la gran demanda de comida chatarra?

Cuadro 11. Causas de la demanda de comida chatarra

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Precio bajo	57	20%
Sabor	158	56%
Publicidad	25	9%
Accesibilidad	42	15%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 6. Causas de la demanda de comida chatarra



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: El 20% de los encuestados asegura que la gran demanda de comida chatarra se debe a sus precios bajos, el 56% opina que ésta se debe a su sabor, el 9% cree que se debe a la publicidad, y el 15% dice que se debe a la accesibilidad a estos negocios. Lo que nos da una visión de que los adolescentes y jóvenes en su mayoría busca la comida chatarra por su sabor y sus precios económicos.

Pregunta: # 5

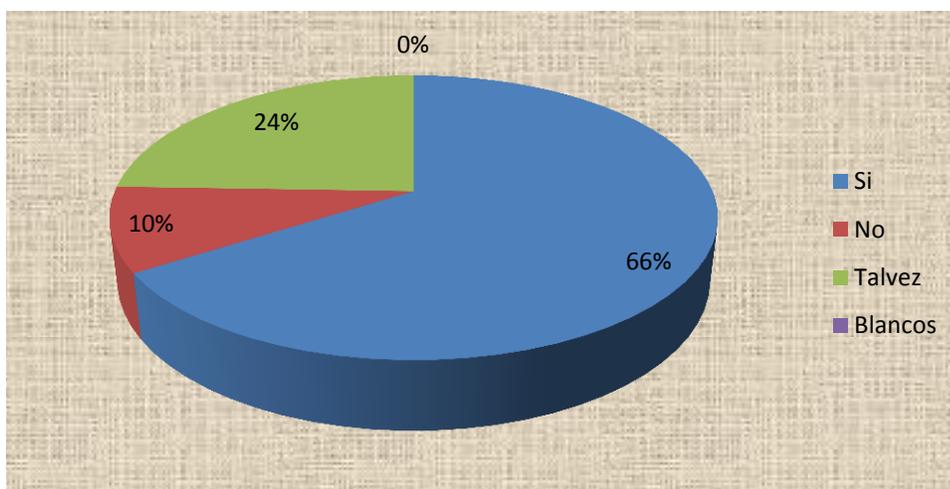
¿Cree usted que una mala alimentación es la causa de muchas enfermedades y trastornos en adolescentes y jóvenes?

Cuadro 12. Mala alimentación, causa de enfermedades

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Si	186	66%
No	27	10%
Talvez	69	24%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 7. Mala alimentación, causa de enfermedades



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: De acuerdo con el 66% de la muestra seleccionada, creen que una mala alimentación sí es la causa de muchas enfermedades y trastornos en adolescentes y jóvenes, el 10% opina que no lo es y el 24% piensa que talvez. Lo que nos dice que la mayoría de los encuestados están conscientes de las consecuencias de no alimentarse bien, y a pesar de ello no lo hacen.

Pregunta: # 6

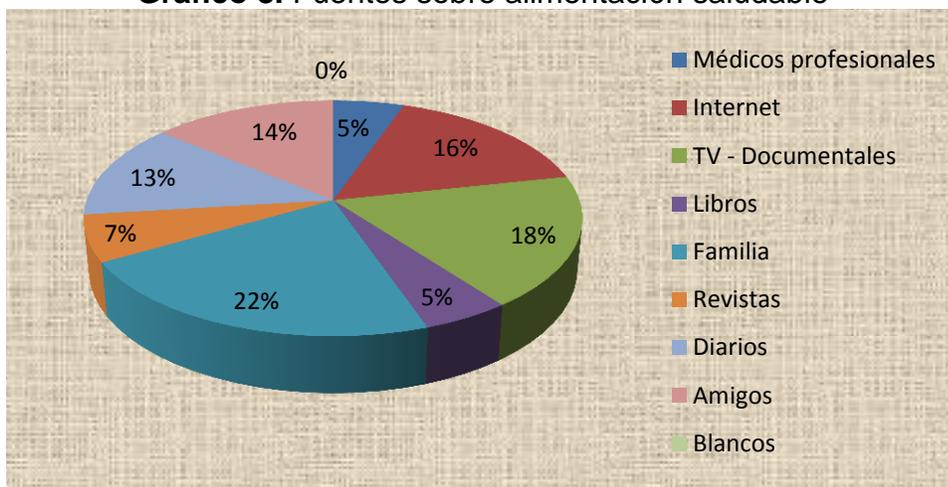
¿Cuáles de las siguientes fuentes considera la más confiable sobre alimentación saludable?

Cuadro 13. Fuentes sobre alimentación saludable

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Médicos profesionales	15	5%
Internet	46	16%
TV - Documentales	51	18%
Libros	14	5%
Familia	62	22%
Revistas	18	6%
Diarios	37	13%
Amigos	39	14%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 8. Fuentes sobre alimentación saludable



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: De los 282 encuestados, el 5% considera a los médicos la mejor fuente sobre alimentación saludable, el 16% al internet, el 18% a la TV, el 5% a los libros, 22% a la familia, el 6% a las revistas, 13% a los diarios y 14% a los amigos. Lo que nos da una visión de que un gran porcentaje de los adolescentes y jóvenes aún considera a la familia como la base de la alimentación saludable lo que es rescatable en la época en que vivimos.

Pregunta: # 7

¿Con qué frecuencia usted consume comida sana aproximadamente?

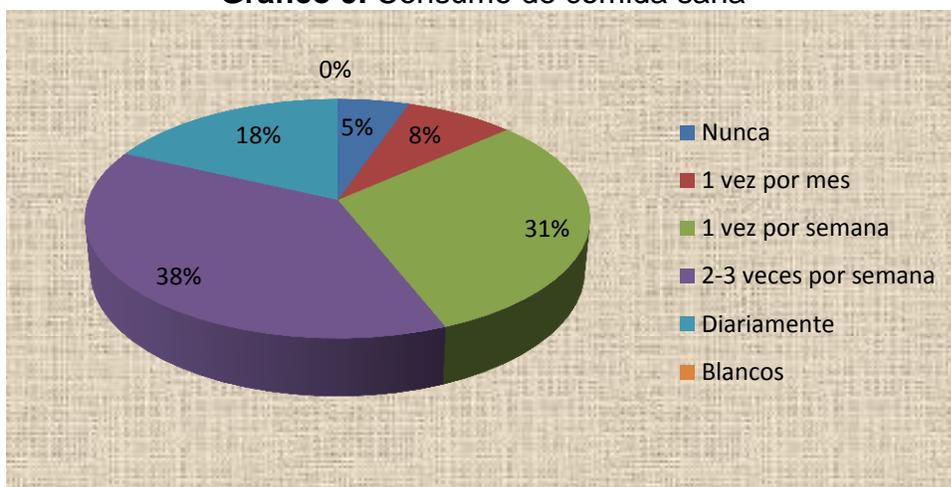
Cuadro 14. Consumo de comida sana

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Nunca	15	5%
1 vez por mes	23	8%
1 vez por semana	86	30%
2-3 veces por semana	107	38%
Diariamente	51	18%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 9. Consumo de comida sana



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: Los jóvenes encuestados aseguran en un 5% nunca consumen comida sana, en un 8% que lo hacen 1 vez por mes, en un 30% una vez por semana, en un 38% de 2 a 3 veces por semana, y solo en un 18% que lo hacen a diario. Lo que nos muestra el poco consumo de alimentos sanos en los adolescentes y jóvenes en la actualidad.

Pregunta: # 8

¿Al comprar alimentos, qué factor toma en cuenta?

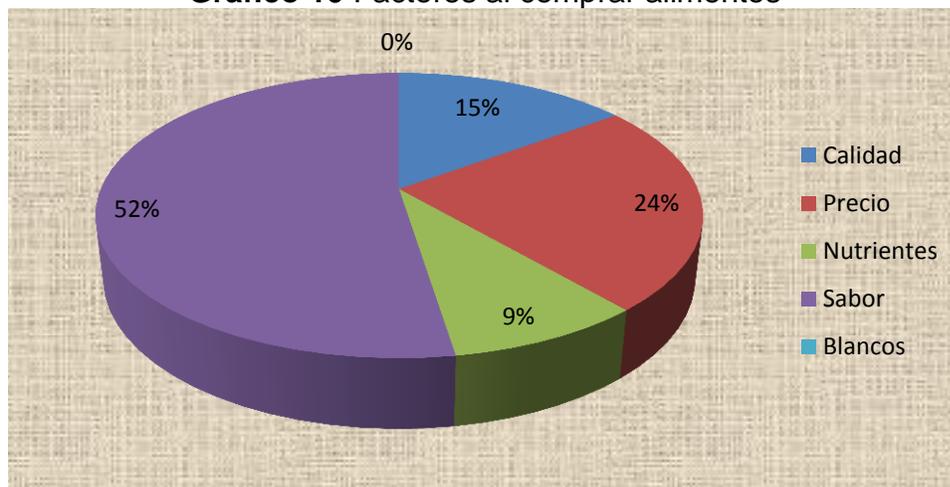
Cuadro 15. Factores al comprar alimentos

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Calidad	42	15%
Precio	67	24%
Nutrientes	25	9%
Sabor	148	52%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 10 Factores al comprar alimentos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: El 15% de la muestra escogida para este estudio, al comprar alimentos toma en cuenta la calidad, el 24% se fija en el precio, tan solo el 9% en los nutrientes y el 52% en el sabor. Lo que nos reafirma la hipótesis de que los adolescentes y jóvenes milagreños lo que buscan es comer rico, y nos da la pauta de las características que deben tener nuestros productos.

Pregunta: # 9

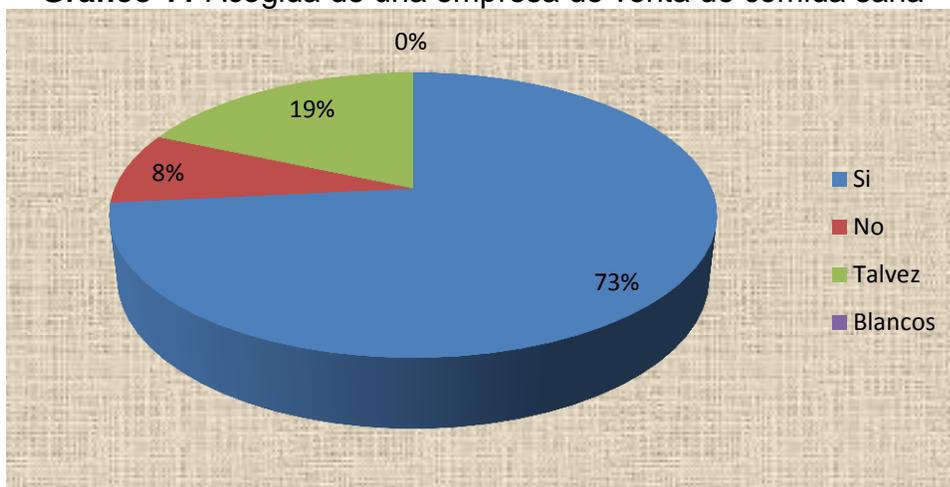
¿Si existiera un establecimiento dedicado a la venta de comida sana destinada a jóvenes en la ciudad de Milagro, le gustaría asistir?

Cuadro 16. Acogida de una empresa de venta de comida sana

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Si	207	73%
No	23	8%
Talvez	52	18%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 11 Acogida de una empresa de venta de comida sana



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: Sí estarán dispuestos en un 73% a asistir a nuestra empresa, un 8% aseguro que no asistirá y el 18% dijo que talvez. Lo que nos asegura que la idea es muy bien acogida por la gran mayoría y traerá muchos beneficios a la comunidad.

Pregunta: # 10

¿Cuál es el principal motivo por el cual usted elige un establecimiento de comida?

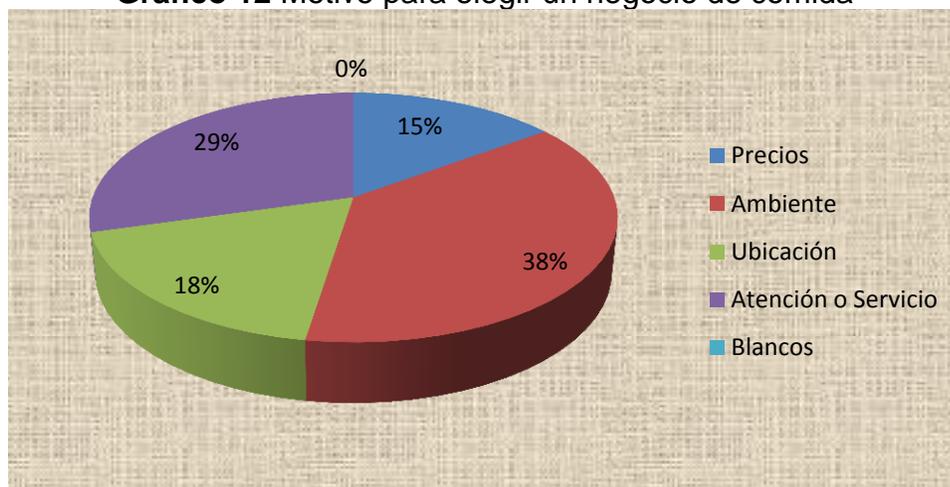
Cuadro 17. Motivo para elegir un negocio de comida

Alternativas	# de encuestados	Porcentajes
Precios	42	15%
Ambiente	106	38%
Ubicación	51	18%
Atención o Servicio	83	29%
Blancos	0	0%
	282	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Gráfico 12 Motivo para elegir un negocio de comida



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Análisis: El 15% de los jóvenes encuestados aseguró que el principal motivo por el que elige un negocio de comida son sus precios, el 38% dijo que es el ambiente, el 18% la ubicación del mismo y el 29% la atención o servicio que se brinde. Lo que nos da una visión de que la implementación de la empresa debe venir de la mano de diversos factores para llamar la atención de los jóvenes y asegurar nuestro éxito.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Cuadro 18. Análisis Comparativo

	Objetivos específicos de la Investigación	Análisis Comparativo
a)	Identificar las razones de la alta demanda de comida chatarra en la ciudad de Milagro.	25% de la muestra dice que consume comida chatarra 2-3 veces por semana y el 22% diariamente, y las principales razones serían precio bajo con un 20%, sabor con un 56%, publicidad con un 9%, y accesibilidad con un 15%, según la encuesta realizada a adolescentes y jóvenes.
b)	Promover costumbres alimenticias responsables con el objetivo de mejorar el estilo de vida de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.	Tan solo el 18% de los encuestados consume comida sana diariamente, y al preguntarles qué factor toma en cuenta al comprar alimentos el 52% dijo el sabor y tan solo el 9% los nutrientes, lo que nos reafirma la necesidad de promover costumbres alimenticias responsables en adolescentes y jóvenes milagreños.
c)	Promover cambios de comportamiento hacia una alimentación sana con el fin de prevenir el sobrepeso que es la causa principal de muchas enfermedades.	Al preguntarles si creen que una mala alimentación es la causa de muchas enfermedades y trastornos en jóvenes, el 66% dijo que sí, 24% Talvez y el 10% dijo que no. Pero aún así 22% admitió comer comida chatarra diariamente. Lo que nos dice que la mayoría están conscientes de las consecuencias de no alimentarse bien, y a pesar de ello no lo hacen.
d)	Proponer actividades para el mejoramiento de la calidad alimentaria nutricional, y así incrementar el rendimiento tanto físico como intelectual de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.	El 73% de los encuestados dijo que si existiera un establecimiento dedicado a la venta de comida sana destinada a jóvenes en la ciudad de Milagro, si le gustaría asistir. Lo que nos asegura que la idea es muy bien acogida por la gran mayoría y traerá muchos beneficios a la comunidad.

e)	Fomentar la capacidad crítica en adolescentes y jóvenes a la hora de elegir que alimentos contribuyen a una buena nutrición y un estilo de vida sano.	Solo el 9% de los encuestados toma en cuenta los nutrientes a la hora de comprar alimentos, y al preguntarles qué fuente considera la más confiable sobre alimentación saludable el 22% dijo que la familia. . Lo que nos da una visión de que un gran porcentaje de los adolescentes y jóvenes aún considera a la familia como la base de la alimentación saludable lo que es rescatable en la época en que vivimos.
----	---	---

Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

4.3 RESULTADOS

De cada 100 encuestados 62 piensan que sí tienen una cultura de alimentación saludable y 38 que no la tienen. Lo que nos deja ver que la mayoría de los ellos conoce el significado de lo que es una Cultura de alimentación saludable y creen que sí la tienen.

El 41% de los encuestados, es decir 115, dicen estar totalmente de acuerdo con el Reglamento de bares escolares vigente desde el 2010, que prohíbe el expendio de comida chatarra en establecimientos educativos, el 33% asegura estar de acuerdo y el 27% opina que está en desacuerdo con el mismo. Lo que nos muestra que este reglamento tuvo una buena acogida entre la mayoría de los estudiantes de los establecimientos educativos. Este reglamento, publicado mediante acuerdo 0004-10 en el Registro Oficial del 15 de octubre del 2010, deroga el acuerdo 0001-10, vigente hasta esa fecha como medida para combatir la venta de comida chatarra en los establecimientos educativos, el acuerdo interministerial prohibió la venta de alimentos que presenten exceso de grasas, azúcares y sal, de acuerdo con un cuadro de indicadores de exceso establecido.

5 de cada 100 personas encuestadas, aseguran que nunca consumen comida chatarra, 16 de 100 dicen que la consumen 1 vez por mes, 32 de 100 la consumen 1 vez por semana, 25 la consumen de 2 a 3 veces por semana y 22 aseguran que la consumen

diariamente. Lo que nos muestra que el consumo de este tipo de comida es muy habitual y frecuente en la gran mayoría de los adolescentes y jóvenes milagreños. Los adolescentes y jóvenes son especialmente aficionados a la denominada comida rápida. Se estima que entre un 30% y un 40% de todas las comidas se realizan fuera del hogar y los "fast-food" representan el 20% de este mercado, quizás no tanto por la falta de tiempo sino porque representan una cultura que la juventud asume con facilidad. Los centros de comida rápida se han convertido en referentes donde los jóvenes pasan las tarde de muchos fines de semana. Estos se identifican plenamente con el ambiente del "fast food": informal, poco convencional, alejado del esquema tradicional de la cocina familiar del que tanto huyen, y con precios accesibles para los jóvenes.

El 20% de los encuestados asegura que la gran demanda de comida chatarra se debe a sus precios bajos, el 56% opina que ésta se debe a su sabor, el 9% cree que se debe a la publicidad, y el 15% dice que se debe a la accesibilidad a estos negocios.

Lo que nos da una visión de que los adolescentes y jóvenes en su mayoría busca la comida chatarra por su sabor y sus precios económicos.

De acuerdo con el 66% de la muestra seleccionada, creen que una mala alimentación sí es la causa de muchas enfermedades y trastornos en adolescentes y jóvenes, el 10% opina que no lo es y el 24% piensa que talvez. Lo que nos dice que la mayoría de los encuestados están conscientes de las consecuencias de no alimentarse bien, y a pesar de ello no lo hacen. Los adolescentes y jóvenes son imitadores, al igual que los niños, pero en lugar de imitar a los adultos, prefiere imitar a sus pares y hacer lo que es popular. Por desgracia, los alimentos que son populares a menudo tienen una baja densidad de nutrientes como las papas fritas, los refrescos y los dulces. Estos alimentos proporcionan sobre todo carbohidratos y grasas, y muy pocas proteínas, vitaminas y minerales, excepto la sal, que suele suministrarse en exceso. Los hábitos alimenticios de los adolescentes y jóvenes pueden verse muy afectados por los horarios llenos de tareas, los trabajos de medio tiempo, las actividades atléticas y sociales y la falta de un adulto disponible para prepara comida nutritiva cuando éstos tienen hambre o tiempo para comer.

De los 282 encuestados, el 5% considera a los médicos la mejor fuente sobre alimentación saludable, el 16% al internet, el 18% a la TV, el 5% a los libros, 22% a la familia, el 6% a las revistas, 13% a los diarios y 14% a los amigos. Lo que nos da una visión de que un gran porcentaje de los adolescentes y jóvenes aún considera a la familia como la base de la alimentación saludable lo que es rescatable en la época en que vivimos. Aunque es probable que la televisión y las revistas tengan mucha influencia sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes y jóvenes que cualquier otra forma de medio masivo. Se estima que, para el tiempo en que el niño promedio llega a la adolescencia ha visto 100.000 anuncios comerciales de alimentos la mayor parte de los cuales son acerca de productos con alta concentración de grasas y carbohidratos simples. Más del 65% de los anuncios publicitarios de alimentos promueven bebidas (principalmente alcohol) y dulces.

Los jóvenes encuestados aseguran en un 5% nunca consumen comida sana, en un 8% que lo hacen 1 vez por mes, en un 30% una vez por semana, en un 38% de 2 a 3 veces por semana, y solo en un 18% que lo hacen a diario. Lo que nos muestra el poco consumo de alimentos sanos en los adolescentes y jóvenes en la actualidad.

El 15% de la muestra escogida para este estudio, al comprar alimentos toma en cuenta la calidad, el 24% se fija en el precio, tan solo el 9% en los nutrientes y el 52% en el sabor. Lo que nos reafirma la hipótesis de que los adolescentes y jóvenes milagrosos lo que buscan es comer rico, y nos da la pauta de las características que deben tener nuestros productos.

La muestra aseguró que Sí estará dispuesto en un 73% a asistir a nuestra empresa, un 8% aseguro que no asistirá y el 18% dijo que talvez.. Lo que nos asegura que la idea es muy bien acogida por la gran mayoría y traerá muchos beneficios a la comunidad.

El 15% de los jóvenes encuestados aseguró que el principal motivo por el que elige un negocio de comida son sus precios, el 38% dijo que es el ambiente, el 18% la ubicación del mismo y el 29% la atención o servicio que se brinde. Lo que nos da una visión de que la implementación de la empresa debe venir de la mano de diversos factores para llamar la atención de los jóvenes y asegurar nuestro éxito.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 19. Verificación de hipótesis

	Hipótesis	Verificación
1	La falta de una Cultura de alimentación saludable influye directamente en que los adolescentes y jóvenes no tengan un estilo de vida sano.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 5 de la encuesta dirigida a los jóvenes y en las entrevistas a los expertos.
2	El exceso de negocios de expendio de comida chatarra se debe a la gran demanda de la misma, su popularidad y lo sencillo de su elaboración.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 3 y 4 de la encuesta dirigida a los jóvenes y en las entrevistas a los expertos.
3	El consumo de comida chatarra incide en los altos niveles de sobrepeso y enfermedades ligadas a la mala alimentación como diabetes y colesterol que aquejan a la población de la ciudad de Milagro.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 5 de la encuesta dirigida a los jóvenes y en las entrevistas a los expertos.
4	Ingerir alimentos con alto contenido nutricional desde la infancia contribuye al crecimiento, la inteligencia y es la principal fuente de energía para realizar diferentes actividades.	Esta hipótesis se verifica en las entrevistas realizadas a los expertos.
5	Los malos hábitos alimenticios fomentan los crecientes índices de enfermedades existentes en Milagro.	Esta hipótesis se verifica en la pregunta 3 y 5 de la encuesta dirigida a los jóvenes.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

CAPÍTULO V

PROPUESTA

En nuestra sociedad actual, donde la oferta de alimentos es amplísima, comer bien es posible e incluso fácil. Sin embargo, parece que el ritmo de vida actual es cada vez más intenso: la flexibilidad laboral, incorporación de la mujer al trabajo, movilidad geográfica son algunos factores que hacen del tiempo un factor vital, repercutiendo de manera notable en los hábitos alimenticios de la sociedad.

Es por esto que el mercado de productos dietéticos está en un momento de crecimiento y hay una tendencia importante en los últimos años a consumir productos sanos. Casi todos los productos de consumo masivo leches, refrescos, jugos, cervezas, atún, panes y golosinas figuran en los anaqueles con su respectiva versión ligera. Este crecimiento viene provocado por diversos factores: mayor poder adquisitivo de la gente, mayor preocupación de los individuos por estar en forma y por la alimentación sana.

Cada día son más las personas que se preocupan por su salud y el verse bien y esto tiene que ver con comer sano básicamente y un estilo de vida saludable, de allí nace

nuestro proyecto con el objetivo de satisfacer ese creciente segmento de mercado y lanzar alternativas a la llamada comida “chatarra” e incluso a la “fast food” que tiene tanta demanda entre los adolescentes y jóvenes los cuales están en el periodo en el que se establecen sus hábitos dietéticos, y constituyen la base del comportamiento alimentario para el resto de su vida.

Por todo esto nuestra propuesta busca contribuir con la alimentación de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro a través de la creación de una microempresa destinada a la venta de alimentos de excelente contenido nutricional, saludables, innovadores, y hechos con materia prima de origen nacional.

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad previo a la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El popular dicho “eres lo que comes” cobra cada vez mayor relevancia, no sólo por la sabiduría que refleja, sino porque estudios científicos avalan que, efectivamente, el consumo de determinados alimentos desempeña un rol fundamental en el bienestar y la salud de las personas.

Los hábitos alimentarios se adquieren desde la infancia y estas pautas alimentarias pueden ser el origen de patologías crónicas relacionadas con la malnutrición por exceso en edades posteriores. La adolescencia es el periodo en el que se establecen los hábitos dietéticos, madura el gusto, se definen las preferencias y las aversiones pasajeras o definitivas, constituyendo la base del comportamiento alimentario para el resto de la vida. En esta etapa las condiciones ambientales, familiares, culturales y

sociales tienen una importante influencia para la definición de la personalidad alimenticia, de la cual dependerá el estado nutricional. La adolescencia se caracteriza por ser un periodo de maduración física y mental, en consecuencia, los requerimientos nutricios en esta etapa se incrementan variando de acuerdo al sexo y al individuo.

El problema estudiado en el presente proyecto investigativo es la preocupación por el estado nutricional y patrón alimentario de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro, ya que la nutrición de este grupo de edad tiende a ser deficiente por diversas razones como: tensión, ansiedad, falta de tiempo, “comida chatarra”, entre otros; siendo este último uno de los factores principales, por lo sencillo de su elaboración y conservación, su precio relativamente barato, su amplia distribución comercial que la hace muy fácilmente accesible, la presión de la publicidad; también porque no suele requerir ningún tipo de preparación por parte del consumidor final o esta es escasa, en fin un sinnúmero de razones más.

Los problemas alimenticios comunes en los adolescentes pueden llevar a trastornos tales como la bulimia, anorexia nerviosa, desnutrición, sobrepeso y obesidad; estos trastornos pueden ser causados por el sedentarismo, cambios en el estilo de vida y el autoconcepto que se refleja en la percepción errónea del cuerpo al querer parecerse a los estereotipos difundidos por los medios de comunicación. Otras causas se refieren a que este grupo de edad está sometido a horarios escolares rígidos y actividades extra-académicas. Algunos jóvenes -de nivel socioeconómico bajo- emplean sus escasos recursos económicos para cubrir las necesidades mínimas familiares, lo cual en ocasiones genera la omisión de algunas comidas, especialmente el desayuno, situación que favorece la presencia de malos hábitos dietéticos.

Los resultados de algunos estudios citan como origen de este problema el incremento en la independencia familiar, el deseo de verse aceptados por círculos de adolescentes y el acoso publicitario de alimentos “chatarra”, situación que ha generado patrones alimentarios erróneos.

Los adolescentes y jóvenes, generalmente tiene un apetito enorme. Cuando se han establecido buenos hábitos alimenticios durante la infancia y hay comida nutritiva disponible, los hábitos alimenticios del adolescente y joven no deben presentar un problema grave. Los adolescentes y jóvenes son imitadores, al igual que los niños, pero en lugar de imitar a los adultos, prefiere imitar a sus pares y hacer lo que es popular. Por desgracia, los alimentos que son populares a menudo tienen una baja densidad de nutrientes como las papas fritas, los refrescos y los dulces. Estos alimentos proporcionan sobre todo carbohidratos y grasas, y muy pocas proteínas, vitaminas y minerales.

Debido al crecimiento acelerado de los adolescentes, es natural que los requisitos calóricos aumenten. Los requisitos calóricos de los muchachos tienden a ser mayores que los de las chicas, debido a que aquellos suelen ser más grandes, tienden a ser más activos físicamente y tienen más masa muscular magra que las muchachas.

“Es necesario recordar que la alimentación juega un papel fundamental en la felicidad de las personas y una dieta adecuada puede influir enormemente en la satisfacción con la vida”

En definitiva, una sana alimentación conduce a una serie de beneficios para las personas no sólo a nivel corporal, también mental, emocional y psicológico. Aumentar la calidad de vida y bienestar son razones más que suficientes para promover, de manera constante, el consumo de alimentos sanos.

5.3 JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Milagro aún no se ha explotado completamente el mercado de la alimentación sana, muchas veces hemos ido a restaurantes “vegetarianos” y bastantes veces nos hemos ido decepcionados por la comida “sin gusto”. Los milagreños estamos acostumbrados a comer comida “sabrosa”; por eso es necesario que comer sano sea también sinónimo de “comer rico”, siendo esta una de las razones por las que este tipo

de negocios no tengan tanto éxito entre adolescentes y jóvenes. El 15% de la muestra escogida para este estudio, al comprar alimentos toma en cuenta la calidad, el 24% se fija en el precio, tan solo el 9% en los nutrientes y el 52% en el sabor. Lo que nos reafirma la hipótesis de que los adolescentes y jóvenes milagreños lo que buscan es comer rico, y nos da la pauta de las características que deben tener nuestros productos.

Nuestro trabajo de campo nos permitió descubrir que lo adolescentes y jóvenes Sí estarán dispuestos en un 73% a asistir a nuestra empresa, un 8% aseguro que no asistirá y el 18% dijo que talvez. Lo que nos afirma que la idea es muy bien acogida por la gran mayoría de y traerá muchos beneficios a la comunidad.

Lo que se busca, no solo es cubrir y satisfacer este mercado, es necesario analizar la factibilidad económica-financiera y los requerimientos técnicos para poner en marcha la implementación de una microempresa en la ciudad de Milagro. Colocar a la empresa en una situación económicamente ventajosa y que este estudio pueda dar una visión de las consideraciones a tomarse en cuenta para proyectos de este tipo, y que sea de orientación para futuros inversionistas en este sector.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Realizar un estudio de factibilidad previo a la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Determinar los requerimientos técnicos y físicos para la instalación de la microempresa de comida saludable en la localidad.

- ❏ Desarrollar un análisis financiero y económico para determinar si el proyecto resulta factible o no.
- ❏ Identificar las normas que se deben tener en consideración para la instalación de una microempresa de este tipo.
- ❏ Analizar el mercado de la comida sana para obtener una mejor perspectiva de comercio de los productos a venderse.
- ❏ Considerar los gustos y preferencias obtenidos de las encuestas realizadas a los adolescentes y jóvenes para la elaboración de los productos de alto contenido nutricional y la calidad acorde a las exigidas de los mismos.

5.5 UBICACIÓN

Gráfico 13 Croquis de la probable ubicación



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

5.6 FACTIBILIDAD

Financiamiento Legal

Licencia de Funcionamiento Municipal

La licencia de funcionamiento es otorgada por el municipio en donde se encontrarán las instalaciones de tu negocio. El municipio cobra una tasa dependiendo del giro de la actividad y el área que ocupará el inmueble.

Existen dos tipos de licencia:

1. Licencia Municipal Provisional

La Municipalidad, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorga en un sólo acto la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente.

Si vencido el plazo, la Municipalidad no se pronuncia sobre la solicitud del usuario, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional. La licencia provisional de funcionamiento tendrá validez de doce meses, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

Documentos para solicitar licencia de Funcionamiento provisional:

- Fotocopia Simple del Comprobante de Información Registrada o Ficha RUC.
- Recibo de pago por derecho de trámite.

2. Licencia Municipal Definitiva

Este tipo de licencia también puede ser solicitada desde un inicio.

Luego de 12 meses la municipalidad emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva. La Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el Decreto Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificatorias.

Requisitos para licencia de funcionamiento definitiva:

- Solicitud de licencia de funcionamiento definitiva
- Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso
- Copia del RUC
- Copia del Título de Propiedad o documento equivalente que acredite la propiedad o Copia del Contrato de alquiler.
- Copia de la Escritura Pública de Constitución.
- Informe favorable de Defensa Civil.
- Pago por derecho de trámite.
- En el caso de autorizaciones sectoriales, copia de la autorización y/o certificación del sector competente según actividad.
- Algún otro documento requerido por la Municipalidad.

Para continuar con la Licencia Permanente cada año se requiere que los contribuyentes presenten ante la Municipalidad de su jurisdicción una declaración jurada anual, simple y sin costo alguno, para informar que continúan en el giro autorizado para el establecimiento.

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP (Acuerdo Ministerial 818 del 19 de diciembre del 2008)

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.

5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.

6. Plano del establecimiento a escala 1:50

7. Croquis de ubicación del establecimiento.

8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

- Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.
- Costos del permiso: (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008).

Requisitos para Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

Requisitos para Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes)

Sociedades:

- Formulario 01A y 01B

- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Procedimiento:

- El contribuyente se acerca a cualquier ventanillas de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Costo:

- Sin costo directo para el contribuyente

Tiempo Estimado de Entrega:

- 5 minutos

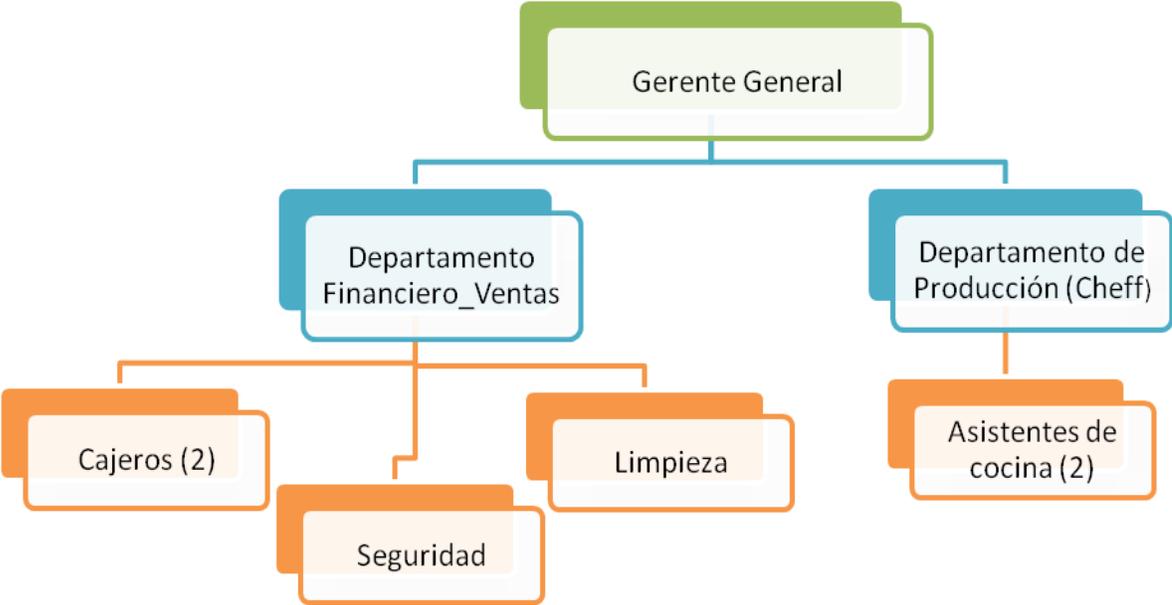
Los permisos necesarios para llevar a cabo la constitución de la empresa son:

- Permiso de construcción otorgado por el Municipio de San Francisco de Milagro.
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio de San Francisco de Milagro.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de San Francisco de Milagro.
- Permiso de funcionamiento de la Subdirección de Agua Potable y Alcantarillado (S.D.A.A.).
- Liquidación de las tasas de permiso de energía eléctrica emitido por la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL).
- RUC otorgado por la Subsecretaría de Finanzas.

Los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios frente a terceros y a la sociedad estarán establecidos por el Código Civil.

Estructura Organizacional

Gráfico 14. Organigrama



Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Cuadro 20. Manual de Funciones

Manual de Funciones		
Cargo: Gerente General		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">➤ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.➤ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.➤ Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.➤ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.➤ Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.➤ Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.➤ Se encarga de la contratación y despido de personal.➤ Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación.	Jefe Inmediato: Directorio de accionistas Supervisa a: Jefe del departamento Financiero-Ventas Jefe del departamento de Producción (Chef)	Requisitos Mínimos: <ul style="list-style-type: none">➤ Profesional en Economía, CPA, o, Ingeniería Comercial.➤ Registro actualizado del Colegio de Contadores.➤ Dos años de experiencia en funciones y responsabilidades similares.➤ Conocimiento y experiencia en Administración.➤ Manejo de utilitarios básicos de computación.

Cargo: Jefe del Departamento Financiero-Ventas**Funciones:**

- Debe saber Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de equipos, pago de salarios entre otros.
- Manejar de forma adecuada la elección de productos y de los mercados de la empresa.
- La responsabilidad de la obtención de calidad a bajo costo y de manera eficiente.
- Es responsable de desarrollar los recursos humanos a su cargo, de acuerdo con los requerimientos de su función y con el crecimiento de la empresa.
- La forma de obtener los fondos y de proporcionar el financiamiento de los activos que requiere la empresa para elaborar los productos cuyas ventas generarán ingresos. Esta área representa las decisiones de financiamiento o las decisiones de estructura del capital de la empresa.
- Realizar la cotización de varios proveedores de acuerdo a la solicitud de gerencia.
- Entregar las cotizaciones al gerente que lo solicito.
- Aumentar el nivel de ventas que genere ingresos a la empresa.

Jefe Inmediato:

Gerente General

Supervisa a:

Cajeros

Seguridad

Limpieza

Requisitos Mínimos:

- Tener título universitario en Contabilidad, Auditoría, Administración o carreras afines.
- Mínimo 2 años de experiencia en puesto gerencial.
- Conocimiento en análisis Financiero.
- Conocimientos sólidos y actualizados en tributación.

Cargo: Cajero		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vender los productos de la empresa. ➤ Brindar información de los descuentos y promociones de los productos. ➤ Dar a conocer los productos que ofrece la empresa. ➤ Brindar un servicio eficiente al cliente. ➤ Prestar atención a las operaciones de los clientes. ➤ Realizarán diariamente arqueo de caja y cuadre, y también presentarán semanalmente el control de ventas. 	<p>Jefe Inmediato: Jefe del Departamento Financiero-Ventas</p> <p>Supervisa a: Nadie</p>	<p>Requisitos Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser bachiller o estar cursando cursos universitarios. ➤ 1 año de experiencia mínima como cajero. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal. ➤ Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal.
Cargo: Personal de Seguridad		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en la empresa. ➤ Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones dentro de la empresa. ➤ Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos. ➤ Recibir a las personas siempre con un espíritu colaborador y darles la bienvenida a la empresa. 	<p>Jefe Inmediato: Jefe del Departamento Financiero-Ventas</p> <p>Supervisa a: Nadie</p>	<p>Requisitos Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Debe ser un hombre de contextura grande. ➤ Con excelente presentación personal. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal. ➤ Mínimo 2 años de experiencia en puesto similar.

Cargo: Personal de Limpieza		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ocuparse de la limpieza y mantenimiento del inmueble. ➤ Facilidad de adaptación de las nuevas tecnologías de limpieza. ➤ Responsabilidad y capacidad de seguir un método de trabajo. ➤ Pulcritud y eficiencia. ➤ Puntualidad. 	<p>Jefe Inmediato: Jefe del Departamento Financiero-Ventas</p> <p>Supervisa a: Nadie</p>	<p>Requisitos Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Receptividad para recibir instrucciones. ➤ Flexibilidad y agilidad. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal. ➤ Buena presentación personal.
Cargo: Jefe del Departamento de Producción (Chef)		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparar los alimentos de manera estándar en cada pedido. ➤ Velar por la exquisitez de los productos. ➤ Será el encargado de revisar su área que es la cocina velando por la sanidad y limpieza de esta. ➤ Informar semanalmente el insumo de alimentos. ➤ Realizar los presupuestos de insumos. ➤ Será el encargado de realizar inventarios aleatorios y responder por los faltantes, así como de usar la dotación correspondiente. 	<p>Jefe Inmediato: Gerente General</p> <p>Supervisa a: Ayudantes de Cocina</p>	<p>Requisitos Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Chef Profesional. ➤ Mínimo 2 años de experiencia. ➤ Dinámico y con capacidad para dirigir.

Cargo: Ayudante de Cocina

<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Los ayudantes de cocina serán los encargados de apoyar las labores de preparación, manipulación y presentación de los alimentos por parte del chef.➤ Serán los encargados de realizar la lavada de ollas, loza y mesones diariamente y velar por la limpieza y orden dentro de la cocina, aseando bodegas, canastillas, neveras, estufas y demás implementos.➤ Deberá cumplir con las normas de higiene y aseo mediante el buen uso de dotación tales como tapabocas y gorro.	<p>Jefe Inmediato: Chef</p> <p>Supervisa a: Nadie</p>	<p>Requisitos Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Ser bachiller.➤ Dinámico y con disposición para trabajar.➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal.
--	---	--

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

LA EMPRESA

Gráfico 15. Logo de la Empresa



Slogan: Disfruta y date un gusto sin cargos de conciencia.

Misión

Somos una empresa especializada en alimentación de adolescentes y jóvenes. Nuestra experiencia, conocimiento y habilidad unidos a un excelente servicio, personal calificado y productos de alta calidad, marcan la diferencia, convirtiéndonos en la mejor opción en el mercado.

Visión

Ser una empresa confiable y de crecimiento continuo, marcando la diferencia en cuanto a calidad y el valor agregado en nuestros productos que siempre nos caracterizan, siendo la mejor opción para nuestros consumidores y en un futuro alcanzar una participación significativa en el mercado nacional.

Valores Corporativos

Servicio al cliente: La empresa tiene como propósito satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, con una excelente atención personalizada con la intención de atraer más clientes y alcanzar su lealtad.

Responsabilidad Social: La empresa reconoce que es partícipe de un sistema social con el cual interactúa. Todas las decisiones y actos son adecuados con dicho sistema social.

Trabajo en equipo: La organización trabaja como un solo equipo, generando valor en cada departamento en donde el talento humano se compromete a laborar motivado para alcanzar la excelencia.

Innovación: Somos una compañía flexible que está preparada para afrontar retos, contamos con equipos de alta tecnología que contribuyen a la mejora de la Organización, brindando siempre a nuestros colaboradores y clientes un entorno motivador.

Objetivo General de la Empresa

Proponer alternativas para el mejoramiento de los hábitos alimenticios en los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro revalorizando la cultura alimentaria local y fomentando la responsabilidad personal con el fin de disminuir enfermedades y así mejorar su calidad de vida.

Objetivos Específicos de la Empresa

- ✦ Iniciar y Mantener Negocios Rentables con nuestros proveedores mediante contratos previamente establecidos para dotar de materia prima a la empresa de manera segura y constante evitando en algún momento la ausencia de la misma.
- ✦ Organizar cualquier trabajo por medio de un presupuesto a fin de reducir la mala utilización de los recursos tanto físicos como económicos.
- ✦ Integrar convenientemente la empresa al entorno haciendo sentir a la empresa parte de la población para que los milagreños la sientan como un icono representativo más de la comunidad.
- ✦ Consolidarnos como líder en la comercialización de comida saludable en la zona.
- ✦ Satisfacer las necesidades de los consumidores para mantener clientes leales.
- ✦ Contribuir a la generación de puestos de trabajo directa e indirectamente, a partir de la inserción de la empresa en el mercado.
- ✦ Promover costumbres alimenticias responsables mejorando el estilo de vida de las personas.
- ✦ Mejorar la calidad alimentaria nutricional de los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro.

FODA

Análisis Interno

Fortalezas:

- ✿ Ubicación estratégica de la empresa.
- ✿ Innovación en el mercado local de comida saludable dirigida a jóvenes.
- ✿ Precio accesible a nuestro mercado meta.
- ✿ Calidad de los productos.
- ✿ Servicio al cliente.
- ✿ Materia prima de origen nacional.
- ✿ Cumplimiento de normas y estándares de calidad e higiénicas.
- ✿ Preservación del medio ambiente.
- ✿ Selección cuidadosa del personal en general.
- ✿ Posibilidad de desarrollar y diferenciar nuestros productos para destinarlos a otros mercados nacionales.

Debilidades:

- ✿ Productos innovadores, que pueden originar un lento crecimiento en las ventas.
- ✿ Escasez de oferta de productos orgánicos.
- ✿ Bajo presupuesto para publicidad.
- ✿ Limitado personal.
- ✿ Escasa capacitación para personal.
- ✿ Falta de asesoramiento.
- ✿ Expansión a nivel nacional.

Análisis Externo

Oportunidades:

- ⊕ El mercado no está saturado ni existe monopolio con esta clase de productos.
- ⊕ Existe gran aceptación en el mercado local por productos naturales y nutricionales.
- ⊕ Factibilidad de crear una cultura nutricional en los consumidores mediante publicidad y promoción.
- ⊕ Incremento de la tendencia del interés en mantener un cuerpo sano.
- ⊕ Apoyo del estado a proyectos de emprendimiento.
- ⊕ Mayor accesibilidad a créditos productivos.
- ⊕ Necesidad de los productos en el medio.
- ⊕ Innovación en el ámbito empresarial.
- ⊕ Ampliar los canales de distribución para cubrir las demandas a nivel intercantonal.

Amenazas:

- ⊕ Falta de información acerca de los productos.
- ⊕ Presencia de sustitutos con un buen desempeño nutricional.
- ⊕ Negativa percepción de los consumidores hacia los productos saludables.
- ⊕ Alza de precio de la materia prima.
- ⊕ Competencia en el Mercado.
- ⊕ Disponibilidad económica de la población.
- ⊕ Inestabilidad política del país.
- ⊕ Inestabilidad económica del país.
- ⊕ Desastres naturales.
- ⊕ Implementación de nuevas políticas tributarias.

Cuadro 21. Matriz Estratégica del FODA

<p align="center">FACTORES INTERNOS</p> <p align="center">FACTORES EXTERNOS</p>	<p align="center">Fortalezas</p>	<p align="center">Debilidades</p>
	<p>F1. Ubicación estratégica de la empresa. F2. Innovación en el mercado local de comida saludable dirigida a jóvenes. F3. Precio accesible a nuestro mercado meta. F4. Calidad de los productos. F5. Servicio al cliente. F6. Materia prima de origen nacional. F7. Cumplimiento de normas y estándares de calidad e higiénicas. F8. Preservación del medio ambiente. F9. Selección cuidadosa del personal en general. F10. Posibilidad de desarrollar y diferenciar nuestros productos para destinarlos a otros mercados nacionales.</p>	<p>D1. Productos innovadores, que pueden originar un lento crecimiento en las ventas. D2. Escasez de oferta de productos orgánicos. D3. Bajo presupuesto para publicidad. D4. Limitado personal. D5. Escasa capacitación para personal. D6. Falta de asesoramiento. D7. Expansión a nivel nacional.</p>
<p align="center">Oportunidades</p>	<p align="center">FO (MAXI-MAXI)</p>	<p align="center">DO (MINI-MAXI)</p>
<p>O1. El mercado no está saturado ni existe monopolio con esta clase de productos. O2. Existe gran aceptación en el mercado local por productos naturales y nutricionales. O3. Factibilidad de crear una cultura nutricional en los consumidores mediante publicidad y promoción. O4. Incremento de la tendencia del interés en mantener un cuerpo sano. O5. Apoyo del estado a proyectos de emprendimiento. O6. Mayor accesibilidad a créditos productivos. O7. Necesidad de los productos en el medio. O8. Innovación en el ámbito empresarial. O9. Ampliar los canales de distribución para cubrir las demandas a nivel intercantonal.</p>	<p align="center">ESTRATEGIA PARA MAXIMIZAR TANTO LAS F, COMO LAS O</p> <p>FO. Tratar de captar y fidelizar la mayor cantidad de clientes posibles, basándonos en la excelente innovación y calidad de los servicios. FO. Lograr liderazgo en el mercado a largo plazo. FO. Darle más valor agregado a las instalaciones. FO. Ampliar la cartera de proveedores. FO. Seleccionar personal con vocación de servicio.</p>	<p align="center">ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR LAS D, Y MAXIMIZAR LAS O</p> <p>DO. Lograr adaptación al medio aprovechando las tendencias de los consumidores. DO. Idear una estrategia de RRHH adecuada para que todo el personal contribuya al éxito del negocio. DO. Generar un sistema de costos sistemático y de fácil lectura. DO. Mayor publicidad. DO. Invertir en la Creación de una página web.</p>
<p align="center">Amenazas</p>	<p align="center">FA (MAXI-MINI)</p>	<p align="center">DA (MINI-MINI)</p>
<p>A1. Falta de información acerca de los productos. A2. Presencia de sustitutos con un buen desempeño nutricional. A3. Negativa percepción de los consumidores hacia los productos saludables. A4. Alza de precio de la materia prima. A5. Competencia en el Mercado. A6. Disponibilidad económica de la población. A7. Inestabilidad política del país. A8. Inestabilidad económica del país. A9. Desastres naturales. A10. Implementación de nuevas políticas tributarias.</p>	<p align="center">ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA EMPRESA Y MINIMIZAR LAS AMENAZAS</p> <p>FA. Reestructurar los precios, para enfrentar la competencia en el mercado. FA. Capacitar al personal en servicio al cliente, con el fin de captar clientes fieles. FA. Innovar los productos día a día, con el fin de cambiar la negativa percepción que existe hacia los productos saludables. FA. Usar las fuerzas para evitar las amenazas.</p>	<p align="center">ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR TANTO LAS D, COMO LAS A</p> <p>DA. Una fuerte campaña publicitaria para informar sobre los productos y cambiar la negativa percepción existente hacia ellos. DA. Análisis y reestructuración de los costos fijos, sin mermar la calidad. DA. Mantener satisfechos a los empleados con planes de incentivos y motivación constante. DA. Asegurar la empresa para preservar los activos fijos.</p>

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

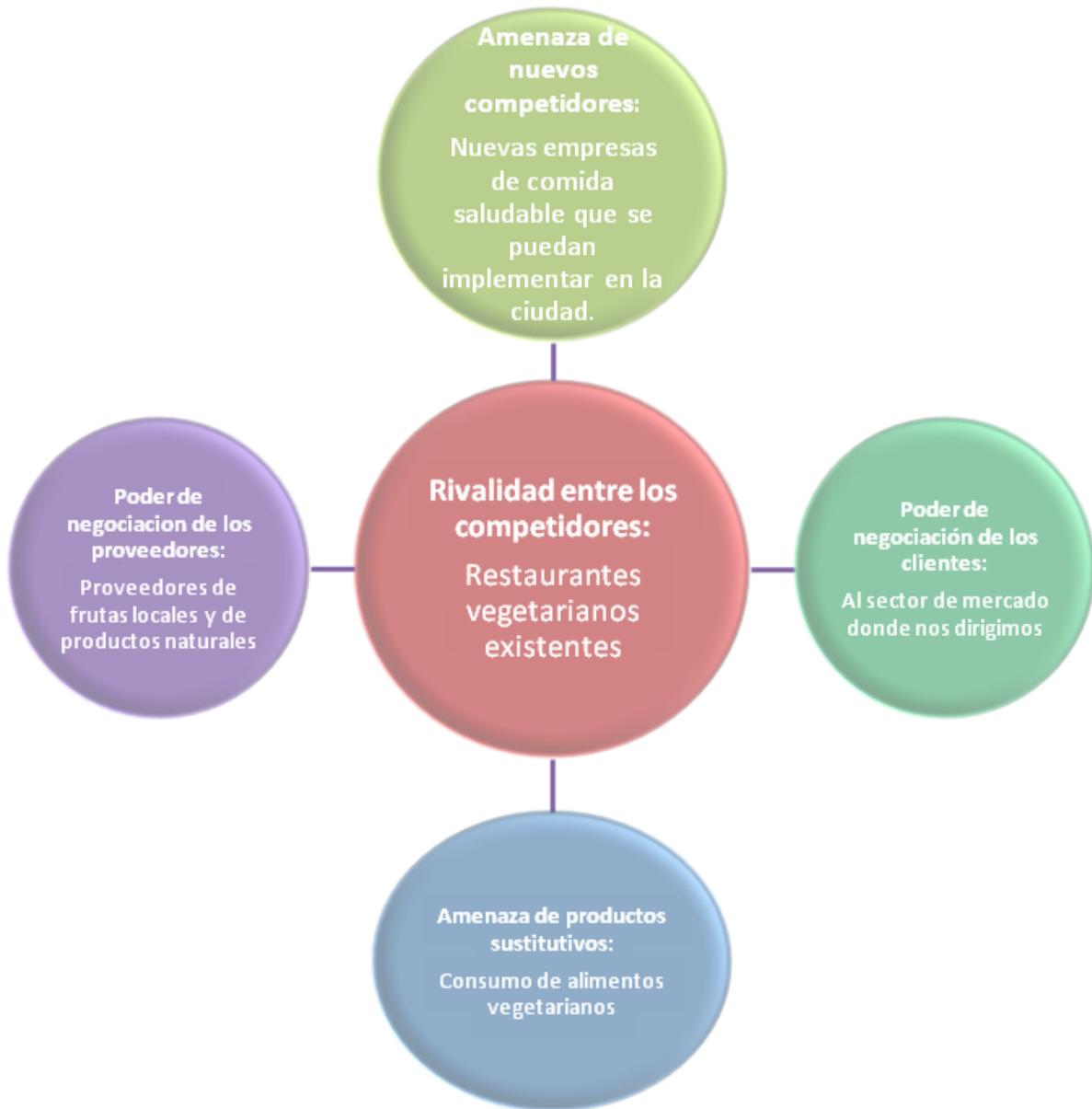
Fuerzas de Porter

Contemplar estas fuerzas nos puede ayudar a alcanzar una posición menos vulnerable dentro del sector. La naturaleza y el grado de competitividad en una industria dependen de cinco fuerzas: la amenaza de nuevos competidores, el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de productos o servicios sustitutivos y la rivalidad entre los competidores.

La esencia de la formulación estratégica es afrontar satisfactoriamente la competitividad. Además, en la lucha por las cuotas de mercado, la competitividad no se manifiesta únicamente en los otros competidores. La competitividad en un sector está localizada en la estructura económica subyacente, y hay fuerzas competitivas que van mucho más allá de los rivales conocidos en un determinado sector. Los clientes, los proveedores, los posibles nuevos miembros del sector y los productos sustitutivos son todos competidores más o menos activos dependiendo de la industria.⁴⁰

⁴⁰ (PORTER, 1989)

Gráfico 16. Fuerzas de Porter



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

(F1) Poder de negociación de los clientes

Para empezar nuestros clientes van a estar ubicados a nivel local en la ciudad de Milagro, la negociación será directamente con ellos, entregándoles productos nutritivos y de calidad, cumpliendo con los estándares de calidad requeridos para la venta.

(F2) Poder de negociación de los proveedores

Para la obtención de nuestros productos las negociaciones son directas con los proveedores de la localidad, manteniendo acuerdos que beneficien tanto al proveedor como a la empresa ofreciendo un precio justo por su producto. Para evitar un posible déficit en el aprovisionamiento de nuestros productos, contaremos con el apoyo de los proveedores de las zonas aledañas.

(F3) Amenaza de nuevos entrantes

Dentro de la ciudad de Milagro donde estará ubicada la empresa, existen pocos competidores, pero su segmento de mercado no son los jóvenes, así que tiene bajas barreras de entrada. Al inicio del proyecto no existe otra empresa que se dedique a esta actividad siendo los primeros en este negocio, preparándonos así para la futura competencia teniendo ventaja con la experiencia adquirida con el mercado al cual nos dirigimos sabiendo los gustos y preferencias de los consumidores y posibles mercados.

(F4) Amenaza de productos sustitutivos

Los principales productos sustitutivos para la venta de comida saludable dirigida a jóvenes es la que ofrecen los restaurantes vegetarianos.

(F5) Rivalidad entre los competidores

En nuestro sector de Milagro donde estamos ubicados como empresa tendremos únicamente la competencia de los restaurantes vegetarianos, siendo nuestra ventaja que estos están dirigidos a un segmento de mercado que son los vegetarianos y no tienen gran aceptación en los adolescentes y jóvenes.

Mercado

La etapa entre la adolescencia y la vida adulta se caracteriza principalmente por adquirir más autonomía. Los jóvenes cada vez son más autónomos a edades más tempranas y uno de los aspectos de esta autonomía es la alimentación: cada vez deciden más qué comer. Y no tan sólo deciden qué comer, sino también dónde, cómo y cuándo quieren comer.

Los adolescentes se identifican plenamente con el ambiente del "fast food": informal, poco convencional, alejado del esquema tradicional de la cocina familiar del que tanto huyen, y con precios accesibles para los jóvenes. Es así como queremos captar este segmento de mercado, ofreciéndoles alternativas sanas servidas con rapidez, en un ambiente con el que se identifiquen y con buenos precios.

En la actualidad, una estrategia de marketing de bajo costo que nos permitirá retener y captar clientes, sobre todo si nuestro público objetivo está conformado por un público joven, consiste en hacer uso de redes sociales.

Las formas más comunes de aprovechar las redes sociales son crear una página de empresa en Facebook y abrir una cuenta en Twitter para empresa. Tanto Facebook como Twitter nos permiten captar seguidores, mantener contacto con ellos, fidelizarlos, promocionar productos, comunicar promociones, anunciar eventos, y otras ventajas más. Un ejemplo del uso de redes sociales podría ser crear un video de nuestra empresa, por ejemplo, uno que cuente con testimonios de nuestros clientes, subirlo a YouTube, y luego promocionarlo a través de Facebook o Twitter.

Este tipo de estrategias de marketing nos permitirán:

Ampliar el mercado meta y penetrar nuevos segmentos del mercado, ofreciendo productos nuevos y acordes a las necesidades.

Realizar un mejoramiento continuo de nuevos productos.

Realizar campañas publicitarias que permitan informar, persuadir y recordar al mercado los productos que se ofrecen.

Marketing Mix

Cuadro 22. Descripción de los Productos

PRODUCTOS	PRECIOS	MATERIA PRIMA
Hamburguesa de soya	\$ 1,50	Carne Vegetal (tipo hamburguesa) Lechuga Tomate Pan para hamburguesa Salsa de tomate, mayonesa (opcional)
Hot Dog de soya	\$ 1,50	Embutido Vegetal (tipo hot Dog) Cebolla Pasta de tomate Pan para hot dog Salsa de tomate, mayonesa (opcional)
Pizza Vegetal	\$ 6,00	1 base pizza 1 cebolla 1 pimiento verde 1 pimiento rojo 100 g champiñones 50 g aceitunas negras Queso mozzarella Tomate frito Orégano
Pizza de Yuca	\$ 6,00	Yuca Pasta de tomate 1 cebolla 1 pimiento verde 1 pimiento rojo Queso mozzarella Orégano
Pan de Yuca	\$ 0,40	2 1/2 tazas de harina de yuca Queso mozzarella rallado 1 cda. de polvo de hornear 4 oz. de mantequilla, a temperatura ambiente un pizca de sal 2 huevos
Empanadas de soya	\$ 0,50	4 tazas de masa de soya 1 taza de harina de trigo 2 cucharadas de aceite 1 cucharadita de sal Queso mozzarella

Torta de soya	\$ 15,00	2 tazas de afrecho de soya 2 yemas de huevo 2 claras de huevo ½ taza de harina flor cernida 1 cucharada de royal 1 cucharada de esencia de vainilla 1 taza de azúcar morena 1 taza de pasas ½ taza de harina integral ½ taza de aceite 1 cucharada de canela 1 cucharada de ralladura de naranja o de limón
Leche de soya	\$ 1,00	Soya Esencia de Vainilla Azúcar o panela
Batidos de leche de soya con frutas	\$ 2,00	2 tazas de leche de soya de vainilla baja en grasa 1 taza de fruta al gusto 1/8 cucharadita de canela Azúcar al gusto
Batidos de leche con frutas y Jugos de frutas naturales	\$ 1,50 \$ 1,00	Leche descremada Frutas: Mango Papaya Melón Mora Frutilla Durazno Guineo Tomate de árbol
Sorbetes de frutas	\$ 1,50	Leche descremada congelada Frutas: Mango Papaya Melón Mora Frutilla Durazno Guineo Tomate de árbol Coco Cocoa en polvo Esencia de menta Jarabe de chocolate Mermeladas de frutas

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Plaza: La distribución de nuestros productos será por lo pronto en la empresa. Y a futuro cuando la empresa esté más consolidada ofrecer servicio a domicilio a través de vías telefónicas para obtener una mayor cobertura con los clientes.

Publicidad O Promoción: La información de la existencia nuestra empresa será comunicada a los consumidores tratando de persuadir a la adquisición inmediata de los productos y lo haremos ofreciendo descuentos por inauguración, también se crearán anuncios en diarios locales, volantes en puntos estratégicos de la ciudad en donde sea visible la publicidad para las personas, y la creación de anuncios en redes sociales como Facebook y Twitter ya que esta es la mejor vía para llegar a los jóvenes en la actualidad.

5.7.1 Actividades

Para poner en marcha la empresa de comida sana para adolescentes y jóvenes es necesario tener en cuenta los siguientes requisitos tales como:

- ▶ Selección del tipo de financiamiento.
- ▶ Adquisición de un local.
- ▶ Adecuación del local.
- ▶ Compra de equipos que van a ser utilizados en la empresa.
- ▶ Selección de personal.
- ▶ Adquisición de activos fijos.
- ▶ Obtención de permisos legales.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

1. ESTUDIO TÉCNICO

1.1 VENTAS

Cuadro 23. Ventas

DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
Hamburguesa de soya	500	6000	1,50	9.000,00
Hot Dog de soya	500	6000	1,50	9.000,00
Pizza Vegetal	50	600	6,00	3.600,00
Pizza de Yuca	50	600	6,00	3.600,00
Pan de Yuca	1000	12000	0,40	4.800,00
Empanadas de soya	900	10800	0,50	5.400,00
Torta de soya	12	144	15,00	2.160,00
Leche de soya	500	6000	1,00	6.000,00
Batidos de leche de soya con frutas	500	6000	2,00	12.000,00
Batidos de leche con frutas	500	6000	1,50	9.000,00
Jugos de frutas naturales	500	6000	1,00	6.000,00
Sorbetes de frutas	500	6000	1,50	9.000,00
TOTAL VENTAS				79.560,00

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

1.2 COSTOS DIRECTOS

Cuadro 24. Costos Directos

MATERIA PRIMA/MERCADERIA/COSTO PROMEDIO X UNID.		
PRODUCTOS	COSTOS MENSUALES	TOTAL ANUAL
FRUTAS (KG)	350,00	4.200,00
HORTALIZAS (KG)	300,00	3.600,00
PANES	150,00	1.800,00
VARIOS PRODUCTOS	500,00	6.000,00
BEBIDAS	250,00	3.000,00
TOTALES		18.600,00

MANO DE OBRA DIRECTA		
CARGO	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Cajero #1	302,82	3.633,81
Cajero #2	302,82	3.633,81
Asistente de cocina # 1	302,82	3.633,81
Asistente de cocina # 2	302,82	3.633,81
Personal de seguridad	302,82	3.633,81
Personal de Limpieza	302,82	3.633,81
	TOTAL	21.802,86

INSUMOS DIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
ENERGIA ELÉCTRICA	1	12	50,00	600,00
AGUA	1	12	20,00	240,00
TELÉFONO	1	12	20,00	240,00
INTERNET	1	12	30,00	360,00
ARRIENDOS	1	12	300,00	3600,00
PLATOS Y VASOS DESECHABLES	2000	24000	0,05	1200,00
FUNDAS DE POLIETILENO	1500	18000	0,03	540,00
TOTAL				6780,00
			RESUMEN	
			MATERIA PRIMA	18.600,00
			INSUMOS DIRECTOS	21.802,86
			MANO DE OBRA DIRECTA	6.780,00
			TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	47.182,86

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

1.3 COSTOS INDIRECTOS

Cuadro 25. Costos Indirectos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
CARGO	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
GERENTE GENERAL	410,60	4927,20
Jefe del Dept Financiero-Ventas	359,28	4311,30
Jefe del Dept de Producción (Chef)	307,95	3695,40
	TOTAL	12933,90
GASTOS GENERALES		
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PUBLICIDAD		665,00
SUMINISTROS DE OFICINA	49,25	591,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	105,00	1260,00
	TOTAL	2516,00
	TOTAL COSTOS INDIRECTOS	15449,90

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

1.4 INVERSIONES DEL PROYECTO

Cuadro 26. Inversiones del Proyecto

ACTIVOS FIJOS	VALOR
INFRAESTRUCTURA	8.000,00
EQUIPAMIENTO PARA LA IMPLEMENTACION DE LA COCINA Y EL LOCAL	10.220,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.705,00
MATERIALES DE OFICINA	49,25
GASTOS DE PRE OPERACIÓN	468,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	20.442,25

CAPITAL DE TRABAJO		VALOR
DESCRIPCIÓN		
NÓMINA		2.894,73
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1077,83	
MANO DE OBRA DIRECTA	1816,91	
SERVICIOS BÁSICOS		120,00
AGUA	20,00	
ENERGÍA ELÉCTRICA	50,00	
TELEFONO	20,00	
INTERNET	30,00	
INSUMOS		405,00
ALIMENTOS Y BEBIDAS	300,00	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	105,00	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		3.419,73

INVERSION DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	20.442,25
CAPITAL DE TRABAJO	3.419,73
TOTAL	23.861,98

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

1.5 DEPRECIACIÓN ANUAL

Cuadro 27. Depreciación Anual

DEPRECIACIÓN					
DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	PORCENTAJE DE	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPAMIENTO PARA EL LOCAL DE COMIDAS					
Freidora parrilla y cocina industrial	700,00	5	10%	5,83	70,00
Vitrinas	1000,00	5	10%	8,33	100,00
Juegos de mesas y sillas	740,00	5	10%	6,17	74,00
Butacas	250,00	5	10%	2,08	25,00
Horno de pizza y pan	450,00	5	10%	3,75	45,00
Licadoras	140,00	5	10%	1,17	14,00
Exprimidores	60,00	5	10%	0,50	6,00
Refrigeradora	800,00	5	10%	6,67	80,00
Set de cocina	200,00	5	10%	1,67	20,00
Campana de extracción	140,00	5	10%	1,17	14,00
Juegos de ollas	140,00	5	10%	1,17	14,00
Aire acondicionado	800,00	5	10%	6,67	80,00
Adecuaciones en general	4000,00	5	10%	33,33	400,00
TOTAL	9420,00			78,50	942,00
EQUIPO DE COMPUTO					
Computadoras	650,00	3	33%	17,88	214,50
Impresora multifucion	110,00	3	33%	3,03	36,30
Teléfono	25,00	3	33%	0,69	8,25
Registradora	800,00	3	33%	22,00	264,00
SUB TOTAL	1585,00			43,59	523,05
TOTAL	11005,00			122,09	1465,05
DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	1465,05	1465,05	1465,05	942,00	942,00

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

1.6 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Cuadro 28. Financiamiento del proyecto

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	20442,25
CAPITAL DE TRABAJO	3419,73
TOTAL	23861,98
INVERSIÓN	
FINANCIAMIENTO	15000,00
APORTE DE SOCIOS	8861,98
	23861,98

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Cuadro 29. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN - DATOS	
CLIENTE	Fast Food Light
Valor Financiar	\$ 15.000,00
Tasa de Interes Anual	17,50%
Plazo Meses	60
Dividendo	\$ 376,83
Fecha Primer Pago	1-dic-2012

Tasa de Interes Mensual	1,46%
-------------------------	-------

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO
1	15000,00	218,75	158,08	376,83
2	14841,92	216,44	160,39	376,83
3	14681,53	214,11	162,73	376,83
4	14518,80	211,73	165,10	376,83
5	14353,70	209,32	167,51	376,83
6	14186,19	206,88	169,95	376,83
7	14016,24	204,40	172,43	376,83
8	13843,81	201,89	174,94	376,83
9	13668,87	199,34	177,50	376,83
10	13491,37	196,75	180,08	376,83
11	13311,29	194,12	182,71	376,83
12	13128,58	191,46	185,37	376,83
13	12943,20	188,76	188,08	376,83
14	12755,12	186,01	190,82	376,83
15	12564,30	183,23	193,60	376,83
16	12370,70	180,41	196,43	376,83
17	12174,27	177,54	199,29	376,83
18	11974,98	174,64	202,20	376,83
19	11772,78	171,69	205,15	376,83
20	11567,63	168,69	208,14	376,83
21	11359,50	165,66	211,17	376,83
22	11148,32	162,58	214,25	376,83
23	10934,07	159,46	217,38	376,83
24	10716,69	156,29	220,55	376,83
25	10496,14	153,07	223,76	376,83
26	10272,38	149,81	227,03	376,83
27	10045,35	146,49	230,34	376,83
28	9815,01	143,14	233,70	376,83
29	9581,31	139,73	237,11	376,83
30	9344,21	136,27	240,56	376,83
31	9103,65	132,76	244,07	376,83
32	8859,57	129,20	247,63	376,83
33	8611,94	125,59	251,24	376,83
34	8360,70	121,93	254,91	376,83
35	8105,79	118,21	258,62	376,83
36	7847,17	114,44	262,40	376,83
37	7584,77	110,61	266,22	376,83
38	7318,55	106,73	270,10	376,83
39	7048,45	102,79	274,04	376,83
40	6774,41	98,79	278,04	376,83
41	6496,37	94,74	282,09	376,83
42	6214,27	90,62	286,21	376,83
43	5928,06	86,45	290,38	376,83
44	5637,68	82,22	294,62	376,83
45	5343,06	77,92	298,91	376,83
46	5044,15	73,56	303,27	376,83
47	4740,88	69,14	307,70	376,83
48	4433,18	64,65	312,18	376,83
49	4121,00	60,10	316,74	376,83
50	3804,26	55,48	321,35	376,83
51	3482,91	50,79	326,04	376,83
52	3156,87	46,04	330,80	376,83
53	2826,07	41,21	335,62	376,83
54	2490,45	36,32	340,51	376,83
55	2149,94	31,35	345,48	376,83
56	1804,46	26,32	350,52	376,83
57	1453,94	21,20	355,63	376,83
58	1098,31	16,02	360,82	376,83
59	737,49	10,76	366,08	376,83
60	371,42	5,42	371,42	376,83

2. ESTADOS FINANCIEROS

Cuadro 30. Estado de Resultados proyectado

Fast Food Light								
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO								
Expresado en Dólares								
		% DE CRECIMIENTO					5,00%	
	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
(+)	VENTAS	79560,00	83538,00	87714,90	92100,65	96705,68	439619,22	
(-)	COSTO DE VENTAS	47182,86	49542,00	52019,10	54620,06	57351,06	260715,09	
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	32377,14	33996,00	35695,80	37480,59	39354,62	178904,14	
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	12933,90	12933,90	12933,90	12933,90	12933,90	64669,50	
(-)	GASTOS GENERALES	2516,00	2516,00	2516,00	2516,00	2516,00	12580,00	
(-)	GASTOS DE DEPRECIACION	1465,05	1465,05	1465,05	942,00	942,00	6279,15	
(-)	GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	468	468	468	468	468	2340,00	
(-)	GASTO DE VENTA	665	665	665	665	665	3325,00	
(=)	TOTAL GASTOS OPERATIVOS	18047,95	18047,95	18047,95	17524,90	17524,90	89193,65	
	UTILIDAD OPERACIONAL	14329,19	15948,05	17647,85	19955,69	21829,72	89710,49	
(-)	GASTOS FINANCIEROS	2465,20	2074,94	1610,63	1058,22	401,00	7609,99	
(=)	UTILIDAD ANTES DE PART E.IMP.	11863,99	13873,11	16037,22	18897,46	21428,72	82100,49	
(x)	PARTICION EMPLEADOS 15%	1779,60	2080,97	2405,58	2834,62	3214,31	12315,07	
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10084,39	11792,14	13631,63	16062,84	18214,41	69785,42	
(x)	IMPUESTO RENTA 23%	2319,41	2594,27	2998,96	3533,83	4007,17	15453,64	
(=)	UTILIDAD NETA	7764,98	9197,87	10632,67	12529,02	14207,24	54331,78	

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Cuadro 31. Balance General

Fast Food Light						
BALANCE GENERAL						
Expresado en Dólares						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja - Banco	3419,73	14691,97	23484,06	33399,72	44370,87	56252,14
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	3419,73	14691,97	23484,06	33399,72	44370,87	56252,14
INFRAESTRUCTURA Y ADECUACIONES	19974,25	19974,25	19974,25	19974,25	19974,25	19974,25
(-)Depreciacion Acumulada		1465,05	2930,10	4395,15	5337,15	6279,15
TOTAL ACTIVO FIJO	19974,25	18509,20	17044,15	15579,10	14637,10	13695,10
ACTIVO DIFERIDO						
Pre Operación	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00
TOTAL ACTIVO	23861,98	33669,17	40996,21	49446,82	59475,97	70415,24
PASIVO CORRIENTE						
15 % Participacion Emp.		1779,60	2080,97	2405,58	2834,62	3214,31
Impuesto a ala Renta por pagar		2319,41	2594,27	2998,96	3533,83	4007,17
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0,00	4099,01	4675,24	5404,54	6368,45	7221,48
PASIVO LARGO PLAZO						
Prestamo Bancario	15000,00	12943,20	10496,14	7584,77	4121,00	0,00
TOTAL PASIVO	15000,00	17042,21	15171,38	12989,32	10489,44	7221,48
PATRIMONIO						
Aporte de Capital	8861,98	8861,98	8861,98	8861,98	8861,98	8861,98
Utilidad del Ejercicio		7764,98	9197,87	10632,67	12529,02	14207,24
Utilidad Años Anteriores			7764,98	16962,85	27595,53	40124,54
TOTAL PATRIMONIO	8861,98	16626,96	25824,83	36457,51	48986,52	63193,76
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	23861,98	33669,17	40996,21	49446,82	59475,97	70415,24

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

Cuadro 32. Flujo de efectivo proyectado

Fast Food Light						
FLUO DE EFECTIVO PROYECTADO						
Expresado en Dólares						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS		79560,00	83538,00	87714,90	92100,65	96705,68
(A) TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	0,00	79560,00	83538,00	87714,90	92100,65	96705,68
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSIÓN INICIAL	23861,98					
GASTO ADMINISTRATIVO		12933,90	12933,90	12933,90	12933,90	12933,90
GASTO DE VENTA		665,00	665,00	665,00	665,00	665,00
GASTOS GENERALES		2984,00	2984,00	2984,00	2984,00	2984,00
COSTO VARIABLE		47182,86	49542,00	52019,10	54620,06	57351,06
15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS			1779,60	2080,97	2405,58	2834,62
23% IMPUESTO A LA RENTA			2319,41	2594,27	2998,96	3533,83
(B) TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	23861,98	63765,76	70223,91	73277,24	76607,50	80302,41
(C) FLUJO OPERATIVO (A-B)	-23861,98	15794,24	13314,09	14437,66	15493,14	16403,27
INGRESOS NO OPERATIVOS						
PRÉSTAMO BANCARIO	15000,00					
(D) TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	15000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO CAPITAL		2056,80	2447,06	2911,37	3463,78	4121,00
PAGO INTERESES		2465,20	2074,94	1610,63	1058,22	401,00
(E) TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	0,00	4522,00	4522,00	4522,00	4522,00	4522,00
(F) FLUJO NETO NO OPERATIVO (D-E)	15000,00	-4522,00	-4522,00	-4522,00	-4522,00	-4522,00
(G) FLUJO NETO GENERADO	-8861,98	11272,24	8792,09	9915,66	10971,15	11881,27
(H) SALDO INICIAL DE CAJA		3419,73	14691,97	23484,06	33399,72	44370,87
(I) FLUJO ACUMULADO (G+H)		14691,97	23484,06	33399,72	44370,87	56252,14

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

3.1 ÍNDICES FINANCIEROS

Cuadro 33. Índices financieros

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$23.862	\$11.272	\$8.792	\$9.916	\$10.971	\$11.881
<i>Flujo Acumulado</i>		\$11.272	\$20.064	\$29.980	\$40.951	\$52.832
Tasa de Descuento mensual	1,46%					
Tasa de Descuento anual	17,5%					

ÍNDICES NOMINALES

Payback (Recuperación de la Inversión)		(Menor al plazo)	
Año de Recuperación de la Inversión		Año	2
Diferencia con Inversión Inicial		\$23.862	\$20.064 \$3.798
Flujo Mensual Promedio Año Siguierte		\$9.916	12 \$826
Número de Meses		\$3.798	\$826 5
PAYBACK	2	Año (s)	5 Mes(es)
Tasa de Rendimiento Promedio		(Mayor a la T. Dcto)	
<i>Sumatoria de Flujos</i>	\$52.832		
<i>Años</i>	5		
<i>Inversión Inicial</i>	\$23.862		
TRP	44,3%		

ÍNDICES DESCONTADOS

<i>Suma Flujos Descontados</i>	\$29.146		
Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$5.284	
Indice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	1,22	
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	22%	
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	33%	

3.2 RATIOS - RIESGO - RAZONES FINANCIERAS

Cuadro 34. Ratios financieros

Punto de Equilibrio	En U\$	\$44.349	
	En %	53%	
	En unid.	0	
Valor Agregado sobre Ventas	(Menor a 50%)	18%	
Indice de Empleo	(Mayor al 50%)	76%	
Riesgo de Iliquidez	(Menor a 50%)	43%	
Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)	12%	
Rotación de Activos	(Mayor a 1)	6,2	
Dupont	Aprox. al 100%	77%	
ANÁLISIS DE LIQUIDEZ			
LIQUIDEZ GENERAL		3,58	VECES
PRUEBA ACIDA		1,42	VECES
PRUEBA DEFENSIVA		86,21%	PORCENTAJE
CAPITAL DE TRABAJO		10592,96	DOLARES
LIQUIDEZ DE LAS CUENTAS POR COBRAR			NO APLICABLE I
ANÁLISIS DE LA GESTIÓN O ACTIVIDAD			
ROTACIÓN DE CARTERA(CUENTAS POR COBRAR)			NO APLICABLE I
ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS			PARA EL CASO I
ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS			NO APLICABLE I
PERIODO PROMEDIO DE PAGO A PROVEEDORES			NO APLICABLE I
ROTACION DE CAJA Y BANCOS		66,48	DIAS
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES		2,36	VECES
ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO		4,30	VECES
ANÁLISIS DE SOLVENCIA			
ESTRUCTURA DEL CAPITAL		1,02497442	DOLARES
RAZON DE ENDEUDAMIENTO		0,23062585	PORCENTAJE
COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS		0,96162568	VECES
COBERTURA DE GASTOS FIJOS		0,86151093	VECES
ANÁLISIS DE RENTABILIDAD			
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO		0,46701145	PORCENTAJE
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN		0,23062585	PORCENTAJE
UTILIDAD ACTIVO		0,96162568	PORCENTAJE
UTILIDAD VENTAS		0,40695249	PORCENTAJE

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

5.7.3 Impacto

- Fortalecer el desarrollo económico de la ciudad de Milagro.
- Rescatar la identidad de Milagro como una ciudad que se alimenta saludablemente.
- Incentivar a los adolescentes y jóvenes hacia una alimentación sana lo que les permitirá tener un mejor rendimiento tanto físico como intelectual.
- Disminuir el desempleo de manera directa o indirecta al abrir plazas de trabajo en la ciudad.
- Incentivar a los milagreños hacia un nuevo estilo de vida.

5.7.4 Cronograma

El tiempo contemplado para el desarrollo de la microempresa es de 6 meses, de aquí en adelante entrará a funcionar en un 100% de su capacidad instalada.

Cuadro 35. Cronograma

Actividades	2012					2013 - en adelante			
	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	En.	Feb.	Mar.	Ab.
Selección del tipo de financiamiento									
Adquisición de un local									
Adecuación del local									
Compra de equipos que van a ser utilizados en el local									
Selección de personal									
Adquisición de activos fijos									
Obtención de permisos legales									
Puesta en marcha									

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá

CONCLUSIONES

El proyecto desarrollado nos permite establecer las siguientes conclusiones:

- ▶ En la ciudad de Milagro aún no se ha explotado completamente el mercado de la alimentación sana, los milagreños están acostumbrados a comer comida “sabrosa”; por eso es necesario que comer sano sea también sinónimo de “comer rico”, lo cual que reafirmamos en nuestro trabajo de campo que arrojó como resultado que el 52% de la muestra escogida al comprar alimentos el factor que toma en cuenta es el sabor y nos dio una mejor perspectiva de las características que deben tener los productos a venderse.
- ▶ Los pocos locales dedicados a la venta de comida sana en nuestra ciudad no ofrecen un ambiente agradable a sus clientes, carecen de calidad de servicio y sobre todo no llaman la atención de los adolescentes y jóvenes milagreños.
- ▶ Cabe recalcar que nuestro proyecto no tendrá competencia directa debido a que este ofrecerá alternativas diferentes para mejorar la calidad alimentaria de los adolescentes y jóvenes.
- ▶ La actividad no es nueva, aunque el concepto de comida rápida light en un ambiente moderno es una innovación, debido a que no existen servicios similares en nuestra ciudad lo que nos da una ventaja competitiva.
- ▶ De acuerdo a la investigación de campo realizada, existe un gran nivel de aceptación por parte de los adolescentes y jóvenes milagreños que opinaron en un 73% que sí asistirían a nuestra microempresa, lo que garantiza que la idea de “comida rápida light” es muy bien acogida por este grupo de edad y traerá muchos beneficios a la comunidad.

- ▶ Desde el punto de vista financiero el proyecto resulta ser factible, los resultados obtenidos manifiestan que el proyecto está en capacidad de retornar la inversión con un VAN de \$5,284 y una tasa interna de retorno (TIR) del 33%, lo que nos afirma por tanto, que la microempresa de comida rápida light es una propuesta rentable para invertir dinero. De igual manera, desde el punto de vista social está en capacidad de generar fuentes de empleo a la ciudadanía milagreña.
- ▶ En cuanto al estudio técnico, se puede aseverar que todos los aspectos trazados en el mismo otorgan viabilidad al proyecto, pues se cuenta con todos los requerimientos técnicos y legales para su ejecución.

RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación realizada se recomienda:

- ▶ Los administradores de la microempresa podrían enfocarse más a los aspectos relacionados con la manera de ofrecer sus servicios, buscando que la relación entre la calidad y el precio este en equilibrio.
- ▶ Estar siempre en constante innovación en la elaboración de los productos para obtener la fidelidad de nuestros clientes y la satisfacción al momento de consumirlos.
- ▶ Las alianzas estratégicas con otras empresas o productos light son recomendables para asociar a la microempresa con otras marcas de reconocimiento local en el amplio mercado de este tipo de productos y servicios.
- ▶ Mantener un local que posea las características indispensables mencionadas por los clientes frecuentes y potenciales, como lo son la presencia de servicios higiénicos limpios, vigilancia, parqueadero.
- ▶ Enfocarse en el desarrollo de promociones que den a conocer los productos, tanto en presentación como en beneficios.
- ▶ Por la sensibilidad de la variable precio, no se puede disminuir el precio de los productos en ningún caso, sino más bien, incrementarlos en un 10% como mínimo.
- ▶ Publicar la misión y visión de la microempresa en un lugar visible al interior del local.

BIBLIOGRAFÍA

- ALIMENTACIÓN SANA. (2010). *Cuidado con el Fast Food*. Recuperado el 24 de junio de 2012, de <http://www.alimentacion-sana.com.ar>.
- ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 24 de junio de 2012, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/>.
- ATALAH, E. (2004). De la Desnutrición a la Obesidad. *Revista Nutrición, Salud y Bienestar*. N°2 .
- BBC MUNDO. (28 de junio de 2010). *www.achiras.net*. Recuperado el 20 de junio de 2012
- BUSDIECKER S, C. C. (2000). Cambios en los hábitos de alimentación durante la infancia: Una visión antropológica. *Revista Chilena Pediatría* , 5-11.
- CANCELA, M. d. (31 de octubre de 2009). *A Perder Peso*. Recuperado el 22 de junio de 2012, de <http://www.aperderpeso.com>.
- CARÁMBULA, P. (11 de enero de 2011). *Sanar, Salud y Vida Sana*. Recuperado el 27 de junio de 2012, de <http://www.sanar.org/alimentos/nueva-piramide-alimenticia>.
- CARCAMO VARGAS, G. I. (2006). *Alimentación Saludable*. Recuperado el 21 de junio de 2012, de www.redalyc.org.
- CASTAÑEDA-SÁNCHEZ, O., ROCHA-DÍAZ, J., & RAMOS-AISPURO, M. (marzo de 2008). *Evaluación de los hábitos alimenticios y el estado nutricional en adolescentes de Sonora. México*. Recuperado el 21 de junio de 2012, de www.redalyc.org.
- CENTRO DE PSICOLOGÍA BILBAO. (2010). *Alcoholismo en la adolescencia*. Recuperado el 23 de junio de 2012, de <http://www.centro-psicologia.com>.
- DEL RÍO, P. (2010). *Salud Actual*. Recuperado el 22 de junio de 2012, de <http://www.saludactual.cl>.
- ENCOLOMBIA. (2010). <http://www.encolombia.com/>. Recuperado el 2 de junio de 2012
- GARBAYO S, C. R. (2000). Consumo de nutrientes y hábitos alimentarios de adolescentes. *Revista Pediátrica de Atención Primaria* , 47-53.
- GÓMEZ N, V. (2011). Vegetarianos, una minoría que crece. *Semana, Diario Expreso* , 6-9.

HERNANDEZ SAMPIERI, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2010). *Censo Poblacional y de Vivienda*. Recuperado el 10 de junio de 2012, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>.

JIMENEZ DE LA JARA, J. (2005). Alimentos Sanos y Seguros: Un Desafío Permanente. *Revista Nutrición, Salud y Bienestar N°3*.

KREIMER, Ariela y EQUIPO EDITORIAL. (2010). *En Forma y Saludable*. Uruguay: Arquetipo Grupo Editorial.

Mahan, L. K.

MAHAN, L. K.-S. (2001). *Nutrición y Dietoterapia*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social). (2007). *Alimentate Ecuador*. Recuperado el 22 de junio de 2012, de <http://www.alimentateecuador.gob.ec/>.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. (14 de abril de 2010). Acuerdo interministerial 0004-10. Ecuador.

MOA INTERNACIONAL CHILE. (2010). <http://www.moachile.cl>. Recuperado el 21 de junio de 2012

MORÁN DELGADO, G. y. (2010). *Métodos de Investigación*. México: Pearson.

MORENO GARCÍA, D. (2009). *Cultura Alimentaria*. Recuperado el 11 de junio de 2012, de <http://www.respyn.uanl.mx/>.

OMS, Consejo Ejecutivo. (2003). *Prevención integrada de las enfermedades no transmisibles*. Ginebra.

PORTER, M. E. (1989). La importancia de las fuerzas competitivas en el diseño de una estrategia.

RAMIREZ LOPEZ, M. G. (2001). *La Salud del Niño y del Adolescente*. México: El Manual Moderno.

ROTH, R. A. (2009). *Nutrición y Dietoterapia*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

SALUD DE ALTURA. (2010). *La alimentación en la adolescencia*. Recuperado el 23 de junio de 2012, de <http://www.saluddealtura.com>.

Supervisión de Educación de Milagro. (Año Lectivo 2012-2013). *Archivo Maestro*. Milagro.

VASCONEZ. (28 de julio de 2010). Adolescentes: 37% toma alcohol por aburrimiento. *Diario Hoy* .

YEPEZ, R. C. (2008). Prevalencia de sobrepeso y obesidad en estudiantes adolescentes ecuatorianos del área urbana. *ALAN Archivos Latinoamericanos de Nutrición* .

ZAMORA CARRILLO, E. (22 de octubre de 2008). *La obesidad en los adolescentes "Un problema mundial con sustrato social"*. Recuperado el 22 de junio de 2012, de <http://portal.educar.org/>.

A

N

E

X

O

S

**A
N
E
X
O
1**

ROLES

GASTOS ADMINISTRATIVOS											
CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9,35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11,15%	13ro	14 to	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0,50%	RET IR	TOTAL
GERENTE GENERAL	400,00	37,40	0,00	44,60	33,33	24,33	33,33	16,67	2,00	0,00	410,60
Jefe del Dept Financiero-Ventas	350,00	32,73	0,00	39,03	29,17	25,33	29,17	14,58	1,75	0,00	359,28
Jefe del Dept de Producción (Chef)	300,00	28,05	0,00	33,45	25,00	26,33	25,00	12,50	1,50	0,00	307,95
TOTAL	1050,00	98,18	0,00	117,08	87,50	76,00	87,50	43,75	5,25	0,00	1077,83
MANO DE OBRA DIRECTA											
CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9,35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11,15%	13ro	14 to	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0,50%	RET IR	TOTAL
Cajero #1	295,00	27,58	0,00	32,89	24,58	24,33	24,58	12,29	1,48	0,00	302,82
Cajero #2	295,00	27,58	0,00	32,89	24,58	24,33	24,58	12,29	1,48	0,00	302,82
Asistente de cocina # 1	295,00	27,58	0,00	32,89	24,58	24,33	24,58	12,29	1,48	0,00	302,82
Asistente de cocina # 2	295,00	27,58	0,00	32,89	24,58	25,33	24,58	12,29	1,48	0,00	302,82
Personal de seguridad	295,00	27,58	0,00	32,89	24,58	24,33	24,58	12,29	1,48	0,00	302,82
Personal de Limpieza	295,00	27,58	0,00	32,89	24,58	25,33	24,58	12,29	1,48	0,00	302,82
TOTAL	1770,00	165,50	0,00	197,36	147,50	148,00	147,50	73,75	8,85	0,00	1816,91
TOTAL	2820,00	263,67	0,00	314,43	235,00	224,00	235,00	117,50	14,10	0,00	2894,73

CALCULO DEL IMPUESTO A LA RENTA													
CARGO	SUELDO	DEDUCIBLE		TOTAL DEDUCIBLE	BASE IMPONIBLE		FRACCION		IMPUESTO			IR ANUAL	IR MENSUAL
		APORTE IESS 9,35%	GASTOS PERSONALES		MENSUAL	ANUAL	BASICA	EXEDENTE	F. BASICA	%	F. EXEDENTE		
GERENTE GENERAL	400,00	37,40		37,40	362,60	4351,20	0,00	4351,20	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Jefe del Dept Financiero-Ventas	350,00	32,73		32,73	317,28	3807,30	0,00	3807,30	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Jefe del Dept de Producción (Chef)	300,00	28,05		28,05	271,95	3263,40	0,00	3263,40	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Cajero #1	295,00	27,58		27,58	267,42	3209,01	0,00	3209,01	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Cajero #2	295,00	27,58		27,58	267,42	3209,01	0,00	3209,01	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Asistente de cocina # 1	295,00	27,58		27,58	267,42	3209,01	0,00	3209,01	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Asistente de cocina # 2	295,00	27,58		27,58	267,42	3209,01	0,00	3209,01	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Personal de seguridad	295,00	27,58		27,58	267,42	3209,01	0,00	3209,01	-0-	0,00	0,00	0	0,00
Personal de Limpieza	295,00	27,58		27,58	267,42	3209,01	0,00	3209,01	-0-	0,00	0,00	0	0,00

TABLA DE IR 2012			
FRACCION		IMPUESTO	
BASICA	EXEDENTE	F. BASICA	F. EXEDENTE
0	9720	-0-	0%
9720	12380	0	5%
12380	15480	133	10%
15480	18580	443	12%
18580	37160	815	15%
37160	55730	3602	20%
55730	74320	7316	25%
74320	99080	11962	30%
99080	100000	19392	35%
	EN ADELANTE		

INVERSIÓN DEL PROYECTO

Equipamiento para implementacion de la cocina y local			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Freidora parrilla y cocina industrial	1	700,00	700,00
Vitrinas	1	1000,00	1000,00
Juegos de mesas y sillas	5	148,00	740,00
Butacas	5	50,00	250,00
Horno de pizza y pan	1	450,00	450,00
Licadoras	2	70,00	140,00
Exprimidores	2	30,00	60,00
Refrigeradora	1	800,00	800,00
Set de cocina	2	100,00	200,00
Campana de extraccion	1	140,00	140,00
Juegos de ollas	2	70,00	140,00
Aire acondicionado	2	800,00	1600,00
Adecuaciones en general	1	4000,00	4000,00
TOTAL			10220,00

SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	MENSUAL
Trapeador	1	1,5	1,50
Escoba	1	1	1,00
Balde	2	1,5	3,00
Desinfectante	1	3	3,00
Cloro	5	1,00	5,00
Guantes	2	1,50	3,00
Toallas	6	3,00	18,00
Papel higienico	30	0,50	15,00
Fundas de basura	5	1,10	5,50
Tachos de basura	5	10,00	50,00
TOTAL			105,00

EQUIPO DE COMPUTO			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Computadoras	1	650,00	650,00
Impresora multifucion	1	110,00	110,00
Teléfono	1	25,00	25,00
Registradora	2	400,00	800,00
Cartuchos o toner	2	60,00	120,00
TOTAL			1705,00

SUMINISTROS DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Resma de papel A4	1,00	6,00	6,00
Grapadora	1,00	4,00	4,00
Caja de grapas	1,00	0,30	0,30
Saca grapas	1,00	0,35	0,35
Perforadora	1,00	4,00	4,00
Caja de clip pequeño	1,00	0,30	0,30
Caja de clip mariposa	1,00	0,80	0,80
Porta clip	1,00	1,50	1,50
Carpetas de carton	20,00	0,40	8,00
Vinchas para carpeta	20,00	0,20	4,00
Carpetas con agarradera	2,00	2,20	4,40
Caja de lápices	1,00	0,60	0,60
Caja de esferos	1,00	6,00	6,00
Cuadernos académicos	2,00	1,20	2,40
Sobres manila	10,00	0,20	2,00
Cuadernos pequeños	2,00	0,75	1,50
Regla	1,00	0,30	0,30
Tijera	1,00	0,35	0,35
Goma en barra	1,00	0,70	0,70
Sacapunta	1,00	0,25	0,25
Resaltador	2,00	0,50	1,00
Corrector	1,00	0,50	0,50
TOTAL			49,25

PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANT	VALOR	AÑO 1
LETRERO PRINCIPAL	1	200	200
LETRERO EXTERIOR	3	50	150
HOJAS VOLANTES O AFICHES	50	2	100
TARJETAS	5	25	125
PERIFONEOS	6	15	90
TOTAL			665

GASTOS GENERALES			
SERVICIOS BASICOS	CANT	MENSUAL	AÑO 1
LUZ	1	50	600
TELEFONO	1	20	240
INTERNET	1	30	360
TOTAL			1200

FUNCIONAMIENTO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Patente municipal	200	210	220,50	231,53	243,10
Permiso cuerpo de bomberos	18	18,9	19,85	20,84	21,88
Registro mercantil	50				
Honorarios Profesionales	200				
TOTAL	468	228,9	240,35	252,36	264,98

DEPRECIACIÓN					
DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACION	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
EQUIPAMIENTO PARA EL LOCAL DE COMIDAS					
Freidora parrilla y cocina industrial	700,00	10	10%	5,83	70,00
Vitrinas	1000,00	10	10%	8,33	100,00
Juegos de mesas y sillas	740,00	10	10%	6,17	74,00
Butacas	250,00	10	10%	2,08	25,00
Horno de pizza y pan	450,00	10	10%	3,75	45,00
Licadoras	140,00	10	10%	1,17	14,00
Exprimidores	60,00	10	10%	0,50	6,00
Refrigeradora	800,00	10	10%	6,67	80,00
Set de cocina	200,00	10	10%	1,67	20,00
Campana de extraccion	140,00	10	10%	1,17	14,00
Juegos de ollas	140,00	10	10%	1,17	14,00
Aire acondicionado	800,00	10	10%	6,67	80,00
Adecuaciones en general	4000,00	10	10%	33,33	400,00
TOTAL	5420,00			45,17	542,00
EQUIPODE COMPUTO					
Computadoras	650,00	3	33%	17,88	214,50
Impresora multifucion	110,00	3	33%	3,03	36,30
Teléfono	25,00	3	33%	0,69	8,25
Registradora	800,00	3	33%	22,00	264,00
SUB TOTAL	1585,00			43,59	523,05
TOTAL	7005,00			88,75	1065,05
DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	1065,05	1065,05	1065,05	542,00	542,00

TABLA DE AMORTIZACIÓN - DATOS	
CLIENTE	Fast Food Light
Valor Financiar	\$ 15.000,00
Tasa de Interes	17,50%
Plazo Meses	60
Dividendo	\$ 376,83
Fecha Primer Pago	1-dic-2012

TABLA DE AMORTIZACIÓN							
CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO			
1	15000,00	218,75	158,08	376,83			
2	14841,92	216,44	160,39	376,83			
3	14681,53	214,11	162,73	376,83			
4	14518,80	211,73	165,10	376,83			
5	14353,70	209,32	167,51	376,83			
6	14186,19	206,88	169,95	376,83			
7	14016,24	204,40	172,43	376,83			
8	13843,81	201,89	174,94	376,83			
9	13668,87	199,34	177,50	376,83			
10	13491,37	196,75	180,08	376,83			
11	13311,29	194,12	182,71	376,83			
12	13128,58	191,46	185,37	376,83			
						INT AÑO 1	CAP PAGADO
						2.465,20	2056,80

CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO			
13	12943,20	188,76	188,08	376,83			
14	12755,12	186,01	190,82	376,83			
15	12564,30	183,23	193,60	376,83			
16	12370,70	180,41	196,43	376,83			
17	12174,27	177,54	199,29	376,83			
18	11974,98	174,64	202,20	376,83			
19	11772,78	171,69	205,15	376,83			
20	11567,63	168,69	208,14	376,83			
21	11359,50	165,66	211,17	376,83			
22	11148,32	162,58	214,25	376,83			
23	10934,07	159,46	217,38	376,83			
24	10716,69	156,29	220,55	376,83			
						INT AÑO 2	CAP PAGADO
						2.074,94	2.447,06

CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO			
25	10496,14	153,07	223,76	376,83			
26	10272,38	149,81	227,03	376,83			
27	10045,35	146,49	230,34	376,83			
28	9815,01	143,14	233,70	376,83			
29	9581,31	139,73	237,11	376,83			
30	9344,21	136,27	240,56	376,83			
31	9103,65	132,76	244,07	376,83			
32	8859,57	129,20	247,63	376,83			
33	8611,94	125,59	251,24	376,83			
34	8360,70	121,93	254,91	376,83			
35	8105,79	118,21	258,62	376,83			
36	7847,17	114,44	262,40	376,83			
						INT AÑO 3	CAP PAGADO
						1.610,63	2.911,37

CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO			
37	7584,77	110,61	266,22	376,83			
38	7318,55	106,73	270,10	376,83			
39	7048,45	102,79	274,04	376,83			
40	6774,41	98,79	278,04	376,83			
41	6496,37	94,74	282,09	376,83			
42	6214,27	90,62	286,21	376,83			
43	5928,06	86,45	290,38	376,83			
44	5637,68	82,22	294,62	376,83			
45	5343,06	77,92	298,91	376,83			
46	5044,15	73,56	303,27	376,83			
47	4740,88	69,14	307,70	376,83			
48	4433,18	64,65	312,18	376,83			
						INT AÑO 4	CAP PAGADO
						1.058,22	3.463,78

CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO			
49	4121,00	60,10	316,74	376,83			
50	3804,26	55,48	321,35	376,83			
51	3482,91	50,79	326,04	376,83			
52	3156,87	46,04	330,80	376,83			
53	2826,07	41,21	335,62	376,83			
54	2490,45	36,32	340,51	376,83			
55	2149,94	31,35	345,48	376,83			
56	1804,46	26,32	350,52	376,83			
57	1453,94	21,20	355,63	376,83			
58	1098,31	16,02	360,82	376,83			
59	737,49	10,76	366,08	376,83			
60	371,42	5,42	371,42	376,83			
						INT AÑO 5	CAP PAGADO
						401,00	4.121,00
		7.609,99	15.000,00	22.609,99		7.609,99	15.000,00

A

N

E

X

O

2

EQUIPO PARA EL LOCAL DE COMIDA RÁPIDA LIGHT



Freidora industrial



Exhibidor



Vitrinas



Horno de Pizza y pan



Taburetes



Juegos de mesas y sillas



Licuadora



Refrigeradora



Campana de olores



Exprimidor de naranja



Set de cocina



Juego de ollas



Aire acondicionado

A

N

E

X

O

3

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Tema: Venta de comida chatarra en la Ciudad de Milagro.

Observadores: Gabriela Pérez y Vicente Tomalá.

Fecha: 01 de Agosto del 2012

Objetivo: Determinar parámetros o aspectos de los puestos y locales de venta de comida chatarra en la Ciudad de Milagro.



1. ¿Cómo está organizado el comercio de este tipo de comida?

El comercio de la comida chatarra está organizado desde franquicias internacionales ubicadas en locales amplios y modernos hasta pequeños puestos informales, los mismos que están ubicados en diversos puntos de la ciudad.

2. ¿Qué día se observa mayor afluencia de clientes a este tipo de negocios?

Los fines de semana, feriados y días festivos.

3. ¿Qué tipo de negocios de comida chatarra se observan más?

Los pequeños puestos informales son los que normalmente hacen uso de la vía pública.

4. ¿Cómo es la relación entre vendedor y comprador?

La relación en ciertos puestos es cordial, y en otros en cambio se observa que la atención no es la adecuada.

5. ¿Existe una adecuada higiene a la hora de preparar los alimentos que venden?

En los locales amplios se observa todo muy limpio a simple vista y en los puestos informales no en todos se observa la hiegiene adecuada.

6. ¿Los puestos informales cuentan con el permiso de funcionamiento del MSP?

No, los puestos informales no tienen ningún tipo de registro sanitario con diferencia de los locales que estan obligados a tenerlo.

7. ¿Entre los puestos informales cuáles los que más se observan?

Los que más se observan son los de venta de papas fritas y hamburguesas.

A

N

E

X

O

4



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

PROYECTO: Análisis de factibilidad previo a la creación de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades

Encuesta dirigida a adolescentes y jóvenes

Estimado (a)

Solicito muy comedidamente responda las siguientes interrogantes, cuyas respuestas permitirán conocer su opinión en relación con la investigación relacionada con la alimentación sana en adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro. Garantizo la confidencialidad de su información, la misma que será utilizada exclusivamente en esta investigación:

Favor ponga una **X** en la opción de respuesta que usted considere.

1. ¿Considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable?

Si No

2. ¿Está usted de acuerdo con el Reglamento de bares escolares vigente desde el 2010, que prohíbe el expendio de comida chatarra en establecimientos educativos?

Totalmente de acuerdo De acuerdo En Desacuerdo

3. ¿Con qué frecuencia usted consume comida chatarra aproximadamente?

Nunca 1 vez por mes 1 vez por semana 2-3 veces por semana Diariamente

4. ¿Cuál de las siguientes causas considera usted la más importante para la gran demanda de comida chatarra?

Precio bajo Sabor Publicidad Accesibilidad

5. ¿Cree usted que una mala alimentación es la causa de muchas enfermedades y trastornos en adolescentes y jóvenes?

Si No Talvez

6. ¿Cuáles de las siguientes fuentes considera la más confiable sobre alimentación saludable?

Médicos profesionales Internet TV – Documentales Libros Familia Revistas
Diarios Amigos

7. ¿Con qué frecuencia usted consume comida sana aproximadamente?

Nunca 1 vez por mes 1 vez por semana 2-3 veces por semana Diariamente

8. ¿Al comprar alimentos, qué factor toma en cuenta?

Calidad Precio Nutrientes Sabor

9. ¿Si existiera un establecimiento dedicado a la venta de comida sana destinada a jóvenes en la ciudad de Milagro, le gustaría asistir?

Si No Talvez

10. ¿Cuál es el principal motivo por el cual usted elige un establecimiento de comida?

Precios Ambiente Ubicación Atención o servicio

Muchas gracias,

Elaborado por: Gabriela Pérez – Vicente Tomalá



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

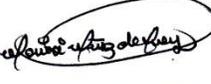
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA INGENIERÍA EN CPA

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A ADOLESCENTES Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE MILAGRO

Título del trabajo: Análisis de factibilidad de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades

ITEMS	CONGRUENCIA		CLARIDAD		TENDENCIA		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable?	✓		✓			✓	
2. ¿Está usted de acuerdo con el Reglamento de bares escolares vigente desde el 2010, que prohíbe el expendio de comida chatarra en establecimientos educativos?	✓		✓			✓	
3. ¿Con qué frecuencia usted consume comida chatarra aproximadamente?	✓		✓			✓	
4. ¿Cuál de las siguientes causas considera usted la más importante para la gran demanda de comida chatarra?	✓		✓			✓	
5. ¿Cree usted que una mala alimentación es la causa de muchas enfermedades y trastornos en adolescentes y jóvenes?	✓		✓			✓	
6. ¿Conoce los beneficios de una alimentación sana?	✓		✓			✓	
7. ¿Cuáles de las siguientes fuentes considera la más confiable sobre alimentación saludable?	✓		✓			✓	
8. ¿Con qué frecuencia usted consume comida sana aproximadamente?	✓		✓			✓	
9. ¿Al comprar alimentos, qué factor toma en cuenta?	✓		✓			✓	
10. ¿Si existiera un establecimiento dedicado a la venta de comida sana destinada a jóvenes en la ciudad de Milagro, le gustaría asistir?	✓		✓			✓	
11. ¿Cuál es el principal motivo por el cual usted elige un establecimiento de comida?	✓		✓			✓	
TOTAL		11		10		11	
%		100%				100%	

EVALUADO POR:	MUÑOZ HURTADO MARÍA A. APELLIDO(S) NOMBRE(S) C.I. 120087975-5 FIRMA:  PROFESIÓN: NUTRICIONISTA CARGO: NUTRICIONISTA H.L.T.B.	FECHA: 28/07/2012 DIRECCIÓN: Banco de Aseo TELEFONO: 093750313
	CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	A) CONGRUENCIA - CLARIDAD - NO TENDENCIOSO = 100% POSITIVO B) NO CONGRUENCIA - NO CLARIDAD -TENDENCIOSO = 100% NEGATIVO C) VARIACIÓN DE OPINIÓN - DIVERGENCIA= MENOS DEL 100% REVISAR.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA INGENIERÍA EN CPA

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE ENTREVISTA

ITEMS	CONGRUENCIA		CLARIDAD		TENDENCIA		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Qué importancia considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable en adolescentes y jóvenes?	/		/			/	
2. ¿Cuáles cree usted que sean las causas de la gran demanda de comida chatarra existente en la ciudad de Milagro?	/		/			/	
3. ¿Cuáles son las consecuencias de una mala alimentación en adolescentes y jóvenes?	/		/			/	
4. ¿Una alimentación saludable incide en el rendimiento físico e intelectual de los jóvenes?	/		/			/	
5. ¿Qué alimentos considera usted que se deben priorizar en la dieta diaria de un adolescente?	/		/			/	
6. ¿Cuál es su opinión respecto al Acuerdo Interministerial 004-10 vigente desde el 2010 que prohíbe la venta de comida chatarra en establecimientos educativos del país?	/		/			/	
7. ¿Cree usted que una microempresa dedicada a la venta de comida sana para adolescentes y jóvenes tendría acogida en nuestra ciudad?	/		/			/	
8. ¿Qué recomendaciones nos daría al emprender este negocio?	/		/			/	
TOTAL	8		8			8	
%	100%		100%			100%	
EVALUADO POR:	MUNOZ MONTO MARIA A- APELLIDO(S) NOMBRE(S) C.I. 12008797525 FIRMA: <i>[Firma manuscrita]</i> PROFESIÓN: NOTARIO PÚBLICA					FECHA: 25/07/2012 DIRECCIÓN: Banco de Anone TELEFONO: 093750317	

	CARGO: NUTRICIONISTA HOSPITAL LEON DE CEREA DE HÍGORA	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	A) CONGRUENCIA – CLARIDAD - NO TENDENCIOSO = 100% POSITIVO	
	B) NO CONGRUENCIA - NO CLARIDAD –TENDENCIOSO = 100% NEGATIVO	
	C) VARIACIÓN DE OPINIÓN – DIVERGENCIA= MENOS DEL 100% REVISAR.	



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

PROYECTO: Análisis de factibilidad de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades

Entrevista

Estimado (a)

Solicito muy comedidamente responda las siguientes interrogantes, cuyas respuestas permitirán conocer su opinión en relación con la investigación relacionada con la alimentación sana en adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro. Garantizo la confidencialidad de su información, la misma que será utilizada exclusivamente en esta investigación:

1. ¿Qué importancia considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable en adolescentes y jóvenes?

ES VITAL PARA TENER un PAIS progresista, adolescentes y jóvenes bien nutridos, inteligentes dan su mayor Potencial mismo que se refleja en la sociedad y el país en general; Todo lo contrario adolescentes y jóvenes mal nutridos, enfermos con frecuencia, menos capaces. Detienen el desarrollo del País.

2. ¿Cuáles cree usted que sean las causas de la gran demanda de comida chatarra existente en la ciudad de Milagro?

- El gran marketing que desarrollan los transnacionales para atraer a los masos, publicidad falsa que motiva a comer chatarra haciendo creer que es nutritivo.
- Falta de un Plan Nacional de Promoción Nutricional a todos los grupos heteros.
- Falta de inclusión de "Nutrición" como materia en Escuelas y colegios.

3. ¿Cuáles son las consecuencias de una mala alimentación en adolescentes y jóvenes?

Jóvenes q' enferman con frecuencia y que seoran su expectativa de vida por un lado, y jóvenes con mala calidad de vida por otro, lo q' dará como resultado adultos enfermos que le costará mucho al gobierno sostener y p' frenar el desarrollo del país.

4. ¿Una alimentación saludable incide en el rendimiento físico e intelectual de los jóvenes?

Por supuesto, jóvenes y adolescentes bien nutridos tienen un rendimiento físico, intelectual y social en su máximo potencial.

5. ¿Qué alimentos considera usted que se deben priorizar en la dieta diaria de un adolescente?

Todos los de los Grupos como a la Pirámide Alimentaria p'
promueve nuestro país - y p' nos provee los nutrientes necesarios =
PROTEÍNAS
C.A.
GRASAS
VITAMINAS - MINERALES
AGUA

Todos, todos los días, en todas las comidas con una gran variedad.

6. ¿Cuál es su opinión respecto al Acuerdo Interministerial 004-10 vigente desde el 2010 que prohíbe la venta de comida chatarra en establecimientos educativos del país?

Excelente, pero debe ir acompañado a un Plan Nacional de Cooperación a Padres - Alumnos, Maestros, y Comandantes Sociales para apoyar su ejecución.

7. ¿Cree usted que una microempresa dedicada a la venta de comida sana para adolescentes y jóvenes tendría acogida en nuestra ciudad?

Si, con un marketing bien estructurado.

8. ¿Qué recomendaciones nos daría al emprender este negocio?

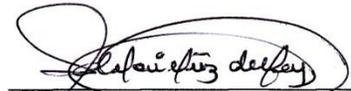
- Presentar y ofrecer a los adolescentes y jóvenes alternativas sanas de los alimentos ricos en grasas p' se ofrecen en todo lugar.

MUNOZ MURILLO MARIA AUXILIADORA
APELLIDO(S) NOMBRE(S)

C.I. 1200879755

PROFESIÓN: ~~Doc.~~ NUTRICIONISTA

CARGO: NUTRICIONISTA HOSPITAL
Jefe de Sección de Nutrición.


FIRMA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA INGENIERÍA EN CPA

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A ADOLESCENTES Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE MILAGRO

Título del trabajo: Análisis de factibilidad de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades							
ITEMS	CONGRUENCIA		CLARIDAD		TENDENCIA		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1.¿Considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable?	✓		✓			✓	
2.¿Está usted de acuerdo con el Reglamento de bares escolares vigente desde el 2010, que prohíbe el expendio de comida chatarra en establecimientos educativos?	✓		✓			✓	
3.¿Con qué frecuencia usted consume comida chatarra aproximadamente?	✓		✓			✓	
4.¿Cuál de las siguientes causas considera usted la más importante para la gran demanda de comida chatarra?	✓		✓			✓	
5.¿Cree usted que una mala alimentación es la causa de muchas enfermedades y trastornos en adolescentes y jóvenes?	✓		✓			✓	
6.¿Conoce los beneficios de una alimentación sana?	✓		✓			✓	
7.¿Cuáles de las siguientes fuentes considera la más confiable sobre alimentación saludable?	✓		✓			✓	
8.¿Con qué frecuencia usted consume comida sana aproximadamente?	✓		✓			✓	
9.¿Al comprar alimentos, qué factor toma en cuenta?	✓		✓			✓	
10.¿Si existiera un establecimiento dedicado a la venta de comida sana destinada a jóvenes en la ciudad de Milagro, le gustaría asistir?	✓		✓			✓	
11.¿Cuál es el principal motivo por el cual usted elige un establecimiento de comida?	✓		✓			✓	
TOTAL	11		11			11	
%	100%		100%			100%	

EVALUADO POR:	<p>MENÉNDEZ WILSON</p> <p>APELLIDO(S) NOMBRE(S)</p> <p>C.I. 0901526590</p> <p>Dr. Wilson Menéndez</p> <p>FIRMA: MEDICO CIRUJANO</p> <p>REG SAN. 1856</p> <p>C.I. 092458530</p> <p>PROFESIÓN: MEDICO</p> <p>CARGO:</p>	<p>FECHA: 25 Julio 2012</p> <p>DIRECCIÓN: Rocafuerte 316</p> <p>TELÉFONO: 2947298</p>
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	<p>A) CONGRUENCIA - CLARIDAD - NO TENDENCIOSO = 100% POSITIVO</p> <p>B) NO CONGRUENCIA - NO CLARIDAD -TENDENCIOSO = 100% NEGATIVO</p> <p>C) VARIACIÓN DE OPINIÓN - DIVERGENCIA= MENOS DEL 100% REVISAR.</p>	



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA INGENIERÍA EN CPA

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE ENTREVISTA

ITEMS	CONGRUENCIA		CLARIDAD		TENDENCIA		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Qué importancia considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable en adolescentes y jóvenes?	✓		✓			✓	
2. ¿Cuáles cree usted que sean las causas de la gran demanda de comida chatarra existente en la ciudad de Milagro?	✓		✓			✓	
3. ¿Cuáles son las consecuencias de una mala alimentación en adolescentes y jóvenes?	✓		✓			✓	
4. ¿Una alimentación saludable incide en el rendimiento físico e intelectual de los jóvenes?	✓		✓			✓	
5. ¿Qué alimentos considera usted que se deben priorizar en la dieta diaria de un adolescente?	✓		✓			✓	
6. ¿Cuál es su opinión respecto al Acuerdo Interministerial 004-10 vigente desde el 2010 que prohíbe la venta de comida chatarra en establecimientos educativos del país?	✓		✓			✓	
7. ¿Cree usted que una microempresa dedicada a la venta de comida sana para adolescentes y jóvenes tendría acogida en nuestra ciudad?	✓		✓			✓	
8. ¿Qué recomendaciones nos daría al emprender este negocio?	✓		✓			✓	
TOTAL	8		8			8	
%	100%		100%			100%	
EVALUADO POR:	<p>MENENDEZ WILSON APELLIDO(S) NOMBRE(S) C.I. 0901526590 Dr. Wilson Mependez MEDICO CIRUJANO FIRMA: REG. SAN. 1856 Cel. 09 2458530 PROFESIÓN: Médico</p>					<p>FECHA: 25 Julio 2012 DIRECCIÓN: Roca Fuerte 316 TELEFONO: 2977298</p>	



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

PROYECTO: Análisis de factibilidad de una microempresa destinada a suministrar una adecuada alimentación a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro como factor de mejora en el rendimiento de sus actividades

Entrevista

Estimado (a)

Solicito muy comedidamente responda las siguientes interrogantes, cuyas respuestas permitirán conocer su opinión en relación con la investigación relacionada con la alimentación sana en adolescentes y jóvenes de la ciudad de Milagro. Garantizo la confidencialidad de su información, la misma que será utilizada exclusivamente en esta investigación:

1. ¿Qué importancia considera usted que tiene una Cultura de alimentación saludable en adolescentes y jóvenes?

Los adolescentes y jóvenes, además de los niños, necesitan alimentarse de manera completa, equilibrada, suficiente y adecuada para el crecimiento y desarrollo de los mismos. Esto se logra por medio de la difusión masiva en radios, televisión, revistas.

2. ¿Cuáles cree usted que sean las causas de la gran demanda de comida chatarra existente en la ciudad de Milagro?

Ignorancia de lo que es una buena alimentación, y la atracción por los colores y otros formas de enganchar al cliente por su consumo.

3. ¿Cuáles son las consecuencias de una mala alimentación en adolescentes y jóvenes?

El retraso en el crecimiento y desarrollo, e aumento de la obesidad.

4. ¿Una alimentación saludable incide en el rendimiento físico e intelectual de los jóvenes?

Lógicamente, porque un joven desnutrido no está en capacidad ni física ni intelectualmente de soportar un trabajo de largo plazo.

5. ¿Qué alimentos considera usted que se deben priorizar en la dieta diaria de un adolescente?

El consumo de proteína animal en nuestro país es muy bajo por lo que yo personalmente enfatizaría que debemos consumir además de carbohidratos bajo en contenido de grasa, y ricos en vitaminas y minerales.

6. ¿Cuál es su opinión respecto al Acuerdo Interministerial 004-10 vigente desde el 2010 que prohíbe la venta de comida chatarra en establecimientos educativos del país?

Eso debería haberse hecho desde hace mucho tiempo en el Ecuador.

7. ¿Cree usted que una microempresa dedicada a la venta de comida sana para adolescentes y jóvenes tendría acogida en nuestra ciudad?

Desde luego, pero, haciendo una buena campaña de educación nutricional.

8. ¿Qué recomendaciones nos daría al emprender este negocio?

Hacer un buen estudio de mercado, primero, y según los resultados complementarlo.

MENENDEZ WILSON

APELLIDO(S) NOMBRE(S)

C.I. 0901626590

PROFESIÓN: MÉDICO

CARGO:

Dr. Wilson Menendez
MÉDICO CIRUJANO
REG. SAN. 7856
Cel. 09-2458530

FIRMA

**A
N
E
X
O
5**

No. 0004-10

ACUERDO INTERMINISTERIAL

LOS MINISTERIOS DE EDUCACIÓN Y DE SALUD PÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución de la República del Ecuador, en el Título II, Capítulo II, hace referencia a los derechos del Buen Vivir, y el Art. 13 ordena: "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.

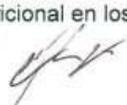
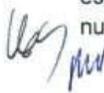
El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria";

Que, la Carta Suprema, dispone en su Art. 44: "El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; y se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas";

Que, la Ley Orgánica de Salud, manda en su 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 propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes. Esta política estará especialmente orientada a prevenir trastornos ocasionados por deficiencias de micronutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios";

Que, la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria en su Art. 27 indica: "Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado 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";

Que, la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria en su Art. 28 establece: "Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de





estos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritario. El Estado incorporará en los programas de estudios de educación básica contenidos relacionados con la calidad nutricional, para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos. Las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como la promoción de alimentos de baja calidad a través de los medios de comunicación.”;

- Que,** la Ley Orgánica de Educación, en su Título I Capítulo I Objeto de la Ley y en su Art. 1 dice: "La presente Ley tiene como objeto fijar los principios y fines generales que deben inspirar y orientar la educación, establecer las regulaciones básicas para el gobierno, organización y más funciones del sistema educativo, y determinar las normas fundamentales que contribuyen a promover y coordinar el desarrollo integral de la educación”;
- Que,** el Plan Decenal de Educación en su política 6 establece el "Mejoramiento de la calidad y equidad de la educación e implementación de un sistema nacional de evaluación y rendición social de cuentas”;
- Que,** el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, objetivo 2, expresa que es responsabilidad del Estado "Mejorar las capacidades y potencialidades de la población" y, en la política 2.1, "Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales"; y el objetivo 3 en la política 3.1, dispone "Promover prácticas de vida saludable en la población”; con sus literales c, d y f.
- Que,** de acuerdo a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud 2008 es necesario regular la comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigidas a niños, niñas y adolescentes, porque éstas representan un riesgo para el desarrollo de las enfermedades crónicas no transmisibles a escala mundial;
- Que,** en el marco de la cooperación interministerial de los Ministerios de Educación y de Salud Pública se ha visto la necesidad de perfeccionar el "Reglamento que regula el funcionamiento de bares escolares del sistema educativo nacional", expedido mediante Acuerdo Interministerial 0001-10 del 14 de abril de 2010, publicado en el Registro Oficial 200 del 26 de mayo de 2010.

Man *CF* *FE*

EN USO DE LAS ATRIBUCIONES QUE LES CONFIEREN LOS ARTS. 151 Y 154 NUMERAL 1 DE LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Y EL ART. 17 DEL ESTATUTO DEL RÉGIMEN JURÍDICO Y ADMINISTRATIVO DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA:

ACUERDAN:

EXPEDIR EL REGLAMENTO SUSTITUTIVO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE BARES ESCOLARES DEL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACIÓN

CAPÍTULO I

DEFINICIONES, OBJETO Y ÁMBITO

Art. 1. Los bares escolares son locales que se encuentran dentro de las instituciones educativas, autorizados para la preparación y expendio de alimentos y bebidas, naturales y/o procesados, que brindan una alimentación nutritiva, inocua, variada y suficiente.

Art. 2. El presente Reglamento tiene por objeto:

- a. Establecer requisitos para el funcionamiento de los bares escolares, su administración y control;
- b. Controlar los parámetros higiénicos e indicadores nutricionales que permitan que los alimentos y bebidas que se preparan y expenden sean sanos, nutritivos e inocuos, y
- c. Promover hábitos alimentarios saludables en el sistema nacional de educación.

Art. 3. El presente Reglamento es de aplicación obligatoria en todos los bares de las instituciones educativas del país.

CAPÍTULO II

CARACTERIZACIÓN DE LOS BARES ESCOLARES

Art. 4. Todas las instituciones educativas del país, sin importar su financiamiento, ubicación o tamaño, deben generar espacios saludables, confortables y seguros para el consumo de alimentos al interior de sus instalaciones, adecuando, de ser el caso, recesos y recreos en función de que permitan a sus estudiantes disponer del tiempo suficiente para asearse, adquirir los alimentos e ingerirlos, además de realizar actividades de recreación; se implementarán medidas especiales, como horarios diferenciados o filas preferenciales, para

[Handwritten signatures]

[Handwritten signature]



facilitar el acceso a los bares escolares a estudiantes con discapacidades o de los grados y cursos inferiores.

Se incentivará al estudiantado a observar normas higiénicas y sanitarias, y a establecer, en todo momento, prácticas democráticas y valores como el respeto, la solidaridad y la generosidad, en el marco de aplicación del Buen Vivir.

Art. 5. Los bares escolares, según su dimensión y el servicio que prestan, se clasifican en:

- a) **Punto de expendio:** Local de reducidas dimensiones con una superficie no mayor a 6 metros cuadrados, autorizado para el expendio de alimentos preparados o procesados en el interior de los establecimientos educativos. Dependiendo de la naturaleza de los alimentos que expendan deberá disponer de una adecuada cadena de frío que garantice la conservación de los mismos. No requiere del permiso de funcionamiento, pero está sujeto al control de la autoridad de salud correspondiente.
- b) **Bar escolar simple:** Local cerrado, con una superficie no mayor a 16 metros cuadrados, en el cual pueden prepararse alimentos para el expendio, siempre y cuando cumplan con las condiciones apropiadas para el efecto que se encuentran descritas en el presente Reglamento; en estos locales pueden expendirse también alimentos procesados, cumpliendo las condiciones normativas vigentes.
- c) **Bar escolar comedor:** Local cerrado, cuyas dimensiones superan los 16 metros cuadrados, y que cuenta con equipamiento e infraestructura completa, tanto para la preparación de alimentos como para el servicio de los mismos en sus propias instalaciones; de contar con servicios higiénicos y lavamanos, estos estarán aislados físicamente de las áreas de elaboración y servicio de los alimentos.

Art. 6. Los bares escolares deben estar ubicados a mínimo diez metros de los servicios higiénicos y lavabos que proporcione la institución educativa, los mismos que observarán un buen estado físico y de higiene. Todos los bares escolares contarán, al menos, con lavaderos y agua segura.

Art. 7. Los bares escolares deben ubicarse en lugares accesibles, tomando en especial consideración a las personas discapacitadas; deben estar en ambientes independientes de las baterías sanitarias y/o instalaciones de aguas servidas, alejados de cualquier foco de contaminación y malos olores, y mantenerse en todo momento en buenas condiciones higiénicas y sanitarias.

Art. 8. Los bares escolares deben ser construidos, adecuados o readecuados de conformidad con las normas de construcción vigentes, utilizando materiales resistentes, anti inflamables, anticorrosivos, recubiertos hasta el techo con

[Firma manuscrita]

[Firma manuscrita]



superficies lisas y de colores claros, fáciles de limpiar y desinfectar. Su diseño debe permitir el desplazamiento interior del personal de servicio, la ubicación de equipos, además de una superficie para la preparación adecuada de alimentos y bebidas, su exhibición y expendio, dependiendo del tipo de bar escolar.

Art. 9. Los bares escolares deben contar con iluminación y ventilación suficientes, de preferencia de fuentes naturales, deberán tener acceso formal a los servicios públicos con los que contare la institución educativa, como luz eléctrica, agua potable, alcantarillado, manejo de desechos, y observar todas las normas sanitarias y de seguridad vigentes.

CAPÍTULO III

ALIMENTOS, BEBIDAS, EQUIPOS Y UTENSILIOS

Art. 10. Los alimentos, bebidas y preparaciones que se expendan en los bares escolares y que sean preparados en los mismos, deben ser naturales, frescos y nutritivos, con características de inocuidad y calidad, a fin de que no se constituyan en riesgo para la salud de los que los consuman; el proveedor del servicio de bar escolar y su personal expendarán alimentos aplicando medidas de higiene y protección. Se deberá promover el consumo de agua segura y de alimentos ricos en fibra.

Los alimentos y bebidas preparados en el bar y/o procesados industrialmente deben cubrir el 15 por ciento de las recomendaciones nutricionales para la edad.

Art. 11 Los alimentos y bebidas procesados que se expendan en los bares escolares deben contar con registro sanitario vigente, estar rotulados de conformidad con la normativa nacional y con la declaración nutricional correspondiente, especialmente de las grasas totales, grasas saturadas, grasas trans, colesterol, carbohidratos totales y sodio. No podrán expendirse alimentos y bebidas procesadas y/o preparadas en el bar, que contengan cafeína, edulcorantes artificiales (excepto sucralosa) y alimentos que sean densamente energéticos con alto contenido de grasa, hidratos de carbono simple y sal, según se detalla en el siguiente cuadro:

[Firmas manuscritas]



Cuadro 1

CONTENIDO DE NUTRIENTES E INDICADORES DE EXCESO

Nutrientes indicadores	Bajo Contenido	Mediano Contenido	Alto Contenido
			
Grasas totales	Contenido menor o igual a 3 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos. Contenido mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 20 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 10 gramos en 100 mililitros.
Grasas Saturadas	Contenido menor o igual a 1,5 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 0,75 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 1,5 y menor a 5 gramos en 100 gramos. Contenido mayor a 0,75 y menor a 2,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 5 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros.
Grasas trans	Contenido menor o igual a 0,15 gramos en 100 gramos Contenido menor o igual a 0,075 gramos en 100 mililitros	Contenido mayor a 0,15 y menor a 1 gramo en 100 gramos Contenido mayor a 0,075 y menor a 0,50 gramos en 100 mililitros	Contenido mayor o igual a 1 gramo en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 0,50 gramos en 100 mililitros
Azúcares adicionados (incluye monosacáridos + disacáridos)	Contenido menor o igual a 5 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos. Contenido mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros.	Contenido mayor o igual a 15 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 7,5 gramos en 100 mililitros.
Sal	Contenido menor o igual a 0,3 gramos en 100 gramos. Contenido menor o igual a 0,3 gramos en 100 mililitros. (equivale a 120 miligramos de sodio)	Contenido mayor a 0,3 y menor a 1,5 en 100 gramos Contenido mayor a 0,3 y menor a 1,5 gramos en 100 mililitros. (equivale a entre 120 a 600 miligramos de sodio)	Contenido mayor o igual a 1,5 gramos en 100 gramos. Contenido mayor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros (equivale a más de 600 miligramos de sodio)

Se podrán expender alimentos que cumplan con contenidos nutricionales bajos y medianos indicados en el cuadro 1.

Art. 12. Los proveedores incluirán en su oferta permanente alimentos, bebidas y preparaciones tradicionales, aprovechando los productos de temporada e incentivando los hábitos y costumbres propios de la población. Se respetarán.

Mano izquierda

Mano derecha



irrestringidamente, las disposiciones establecidas en normativas ambientales en relación a la fauna y flora en peligro de extinción.

Art. 13. Es responsabilidad del prestador del servicio evitar la descomposición prematura o vencimiento de los alimentos antes de su expendio, se aplicará el método PEPS ("Lo primero que entra es lo primero que sale"); la materia prima para la preparación, así como los alimentos y bebidas procesados, semi-elaborados y elaborados, deben conservarse en congelación, refrigeración o en ambiente fresco y seco, en vitrinas adecuadas o recipientes limpios y con tapa, dependiendo de las características del producto, a fin de protegerlos de agentes contaminantes, tomando en especial consideración aquellos de alto riesgo epidemiológico. Se debe evitar la exposición inadecuada de los alimentos durante su preparación, transporte y expendio.

Art.14. Los equipos y utensilios destinados a la preparación y transporte de alimentos deben ser de material resistente, inoxidable y anticorrosivo, fáciles de limpiar, lavar y desinfectar; los utensilios serán almacenados en vitrinas, al igual que la vajilla y cualquier otro instrumento que se use para su manipulación, preparación y expendio; el aseo y mantenimiento del menaje se hará con la periodicidad y en las condiciones que establece la normativa sanitaria vigente. En todo momento se evitará tocar con los dedos la superficie de la vajilla y utensilios que entre en contacto con los alimentos.

CAPÍTULO IV

HIGIENE Y ESTADO DE SALUD DEL PERSONAL DE SERVICIO

Art.15. En concordancia con la normativa sanitaria nacional, el personal que labore en los bares escolares deberá presentar un buen estado de salud, respaldado con el certificado de salud ocupacional que otorga el Ministerio de Salud Pública, actualizado anualmente, sin perjuicio de aplicación de programas de medicina preventiva.

Art.16. En caso de conocer o sospechar que el personal que trabaje en los bares escolares padezca de una enfermedad infecciosa, presente heridas infectadas o irritaciones cutáneas, no debe manipular alimentos.

Art.17. El personal que labore en los bares escolares observará las siguientes medidas básicas de higiene y protección:

- a) Impedir el acceso a personas extrañas a las áreas de preparación y manipulación de alimentos.
- b) Usar delantal de color claro, limpio, en buen estado de conservación.
- c) Mantener las manos limpias, uñas cortas, sin pintura y sin joyas.

[Firma manuscrita]

[Firma manuscrita]



- d) Llevar en todo momento el cabello recogido y gorro protector de color claro, limpio y en buen estado de conservación.
- e) No manipular simultáneamente dinero y alimentos.
- f) Lavarse las manos con agua circulante, jabón y desinfectarse antes de comenzar el trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada, después de usar el servicio higiénico y de manipular cualquier material u objeto que represente riesgo de contaminación.

Art.18. Todo local debe contar con un desinfectante para el uso permanente de quienes manipulen los alimentos.

CAPÍTULO V

DISPOSICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EXPENDIO DE ALIMENTOS EN BARES ESCOLARES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS.

Art.19. Los procedimientos para la prestación de servicios de expendio de alimentos en bares escolares a seguirse por parte de las instituciones educativas públicas se someterán a lo establecido en el artículo 51 numeral 1 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, y el artículo 58 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, y en lo pertinente al presente Reglamento.

Art.20. Las instituciones educativas públicas que constituyan unidades ejecutoras harán los procedimientos para la prestación de servicios de expendio de alimentos en bares escolares, sujetándose a lo previsto en el artículo anterior.

Art.21. Las instituciones educativas públicas que no constituyen unidades ejecutoras realizarán la contratación para la prestación de servicios de expendio de alimentos en bares escolares a través de las respectivas unidades ejecutoras.

Art.22. El contrato para la prestación de servicios de expendio de alimentos en bares escolares de las instituciones educativas públicas durará dos años lectivos.

Art.23. En el proceso de selección para la contratación del proveedor del servicio de los bares escolares de las instituciones públicas, actuará el Comité Institucional, detallado en el Art. 47 de este Reglamento, en representación de la institución educativa a excepción del delegado de la Unidad de Salud correspondiente del Ministerio de Salud Pública y para la celebración del contrato con el adjudicado, será el representante de la institución educativa quien lo suscriba.

Art.24. Para la prestación de servicios de expendio de alimentos y la utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares de las instituciones públicas se deberá hacer constar el valor que será cancelado por el proveedor, cada fin

Ues AM

YLC

Idc



de mes de forma improrrogable, exceptuando diciembre, que deberá ser cubierto hasta el 10 de dicho mes, y será calculado de la siguiente manera:

- a) El 40 % del total de estudiantes legalmente matriculados en el año lectivo que corresponde al primer año de vigencia del contrato.
- b) Ese 40% del número de estudiantes matriculados multiplicado por:
 - 0,25 (veinticinco centavos) de dólar de los Estados Unidos de Norteamérica para las instituciones urbano-marginales y rurales;
 - 0,35 (treinta y cinco centavos) de dólar de los Estados Unidos de Norteamérica para las demás instituciones educativas.
- c) El valor resultante (que se considerará un valor diario) se multiplicará por el número de días de asistencia a clases durante el mes.
- d) De este último valor se calculará el 10%, y ese monto será el costo que la institución educativa debe cobrar al administrador por concepto de la utilización de la infraestructura física y sanitaria del bar escolar; a este valor deberá añadirse el impuesto al valor agregado (IVA).

La institución educativa no tendrá relación alguna de tipo laboral y de seguridad social con el proveedor o con el personal que labore en los bares escolares.

El valor así calculado, según los literales anteriores, se depositará mensualmente en la cuenta rotativa de ingresos que la unidad ejecutora mantiene en un Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador. En el caso de unidades ejecutoras que no tengan esta cuenta, deberán aperturarla en un banco corresponsal del Banco Central, estableciendo en el convenio que se suscriba para el efecto, que: los recursos se transferirán automáticamente a la cuenta de registro que cada institución mantiene en el Banco Central, en un plazo no mayor a cuatro días. Los recursos que se generen por concepto de bares escolares, deben regresar a cada plantel educativo que lo generó. Dichos recursos se destinarán para la construcción, mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura física y sanitaria del bar escolar prioritariamente, en proyectos con fines educativos vinculados a la salud, alimentación, nutrición, ambiente, actividades deportivas y apoyo a estudiantes de escasos recursos económicos para que puedan acceder a los alimentos del bar escolar.

Art.25. En caso de que una misma institución educativa pública dispusiere de varios bares, estos deben estar bajo un solo proveedor.

Art.26. El proveedor adjudicado para la prestación de servicios de expendio de alimentos y la utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares de las instituciones públicas, clasificados en el Art. 5 de este

Handwritten signatures and initials

Handwritten signature



Reglamento como bar escolar simple o bar escolar comedor deberá presentar, al Comité Institucional, los siguientes documentos, en copias debidamente certificadas:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC), donde conste la actividad que desarrolla;
- b) Registro Único de Proveedores (RUP);
- c) Permiso de Funcionamiento, otorgado por la Dirección Provincial de Salud correspondiente a su jurisdicción;
- d) Certificado Ocupacional de Salud, otorgado por el centro de salud del Ministerio de Salud Pública, más cercano a su jurisdicción, del administrador y del personal que va a laborar en cada bar;
- e) Certificado de Capacitación en Manipulación de Alimentos, Alimentación y Nutrición, otorgado por la Dirección Provincial de Salud correspondiente a su jurisdicción.

Art.27.El proveedor adjudicado para la prestación de servicio de expendio de alimentos y utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares de instituciones públicas clasificados en el Art. 5 de este Reglamento como Punto de Expendio, se sujetará al control de la autoridad de salud correspondiente.

Art.28 El proveedor de servicios de expendio de alimentos del bar escolar deberá presentar trimestralmente al Comité Institucional el listado detallado de los alimentos, bebidas y preparaciones, y con los precios individualizados, para su aprobación, con una semana de anticipación al trimestre para el que se oferta.

CAPÍTULO VI

DISPOSICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EXPENDIO DE ALIMENTOS Y UTILIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y SANITARIA EN BARES ESCOLARES DE INSTITUCIONES FISCOMISIONALES Y PARTICULARES

Art.29 En las instituciones educativas fiscomisionales y particulares, los procedimientos de contratación para la prestación de servicios de expendio de alimentos y utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares se regirán por el marco normativo del derecho privado, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 324 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación.

Art.30. El proveedor de servicios de expendio de alimentos y utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares de instituciones fiscomisionales y particulares deberá presentar al Comité Institucional los siguientes documentos, en copias debidamente certificadas:

[Handwritten signatures and initials]



- a) Permiso de Funcionamiento, otorgado por la Dirección Provincial de Salud correspondiente a su jurisdicción;
- b) Certificado Ocupacional de Salud, otorgado por el centro de salud del Ministerio de Salud Pública, correspondiente a su jurisdicción, para el administrador y el personal que va a laborar en cada bar;
- c) Certificado de Capacitación en Manipulación de Alimentos, Alimentación y Nutrición, otorgado por la Dirección Provincial de Salud correspondiente a su jurisdicción.
- d) Registro Único de Contribuyentes (RUC), donde conste la actividad que desarrolla;

Art.31. El proveedor de servicios de expendio de alimentos del bar escolar deberá presentar trimestralmente al Comité Institucional el listado de los alimentos, bebidas y preparaciones, detallado y con los precios individualizados, para su aprobación, con una semana de anticipación al trimestre para el que se oferta.

CAPÍTULO VII

PROHIBICIONES

Art.32 Se prohíbe la participación en el concurso de ofertas para la contratación de servicios para la prestación de servicios de expendio de alimentos y la utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares de las instituciones públicas de: docentes, autoridades, personal administrativo, asociaciones, comités y personal de servicio que laboren en la Institución; así como de sus familiares, hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad, conforme a los Arts. 22 y 23 de la Codificación del Código Civil y lo dispuesto en los Arts. 62 y 63 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Art.33 Se prohíbe expresamente que los recursos generados por concepto de utilización de la infraestructura física destinada para los bares escolares de las instituciones públicas, se utilicen en la ejecución de actividades y adquisición de bienes que no estén contemplados en el artículo Art. 24 de este Reglamento.

Art.34 Las autoridades de las instituciones educativas públicas y el proveedor adjudicado para la prestación de servicios de expendio de alimentos y la utilización de la infraestructura física y sanitaria de bares escolares, quedan totalmente prohibidos de recibir y dar bienes, dinero y otros beneficios que no estén contemplados en el contrato. Dentro de este contexto, los adjudicados tendrán la facultad de ejercer la acción pública para denunciar actos que impliquen falta de transparencia. Las denuncias serán tramitadas de

[Handwritten signatures]

[Handwritten signature]



conformidad con las leyes y reglamentos vigentes. Los transgresores tendrán responsabilidad administrativa, civil y penal.

- Art.35** Se prohíbe que los bares escolares sean sitios de vivienda o dormitorio, y que se mantengan bajo su cuidado a niños y niñas de cualquier edad. Se prohíbe la presencia de animales.
- Art.36** Se prohíbe ofertar o publicitar alimentos, bebidas o preparaciones que contengan edulcorantes artificiales (excepto sucralosa), cafeína y alimentos calificados con alto contenido de nutrientes que son indicadores de exceso, dentro de las instituciones educativas.
- Art. 37** Se prohíbe la reutilización de aceites y grasas para la preparación de alimentos por ser nocivos o peligrosos para la salud humana.
- Art.38** Se prohíbe la utilización de material informativo sobre alimentación y nutrición dirigida a los escolares sin la autorización de las instancias técnicas de los ministerios de Salud y Educación.
- Art.39** Se prohíbe el expendio y consumo de cigarrillos, productos del tabaco y/o bebidas alcohólicas, así como la publicidad y promoción en general dentro de las instituciones educativas, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Salud. No podrán destinarse, bajo ningún concepto, espacios para fumadores, ni aun en actividades sociales, culturales, deportivas y extracurriculares.

CAPÍTULO VIII

SANCIONES

- Art.40** La inobservancia parcial o total del presente Reglamento y las infracciones que cometieren los proveedores de los bares de los establecimientos educativos se sujetarán a lo previsto en la normativa vigente que corresponda.
- Art.41** Cuando la inobservancia o falta sea atribuible a los directivos y docentes de las instituciones educativas públicas, se aplicará la causal establecida en el numeral 3 del Art. 32 de la Ley de Carrera Docente y Escalafón del Magisterio Nacional, previo sumario administrativo correspondiente.

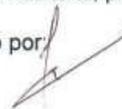
CAPÍTULO IX

EJECUCIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO

- Art. 42** Para la aplicación y cumplimiento cabal y permanente del presente Reglamento se conformará un comité nacional, provinciales e institucionales.

- Art. 43** El Comité Nacional estará integrado por:





- El Ministerio de Educación a través de los delegados de:
 - Programa Nacional de Educación para la Democracia, quien lo presidirá
 - Dirección Nacional de Apoyo y Seguimiento
 - Orientación y Bienestar Estudiantil

- El Ministerio de Salud Pública a través de los delegados de:
 - Nutrición
 - Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria
 - Control y Mejoramiento en Salud Pública (Promoción de la Salud y Epidemiología)

El Comité Nacional se reunirá, ordinariamente con carácter obligatorio, al inicio y final del año escolar, de acuerdo a los regímenes, y extraordinariamente cuando se requiera.

Art. 44 El Comité Nacional tendrá como funciones:

- Elaborar un programa de alimentación, nutrición y control epidemiológico y sanitario para el sistema nacional de educación.
- Establecer los lineamientos generales para la implementación y monitoreo de este Reglamento y otros documentos relacionados.
- Realizar el monitoreo y seguimiento a los comités provinciales.

Art. 45 El Comité Provincial estará integrado por:

- La Dirección Provincial de Educación a través de los delegados de:
 - Coordinación Provincial del Programa de Educación para la Democracia, quien lo presidirá
 - Supervisión
 - Orientación y Bienestar Estudiantil

- La Dirección Provincial de Salud a través de los delegados de:
 - Nutrición
 - Vigilancia Sanitaria
 - Control y Mejoramiento en Salud Pública (Promoción de la Salud y Epidemiología)

El Comité Provincial se reunirá, ordinariamente con carácter obligatorio, al inicio y final del año escolar, de acuerdo a los regímenes, y extraordinariamente cuando se requiera.

Art. 46 El Comité Provincial tendrá como funciones:

- Ejecutar el programa de alimentación, nutrición y control epidemiológico y sanitario para el sistema nacional de educación.
- Contar con una base de datos actualizada de los bares escolares existentes en su jurisdicción.
- Ejecutar las demás directrices que se deriven del Comité Nacional.

Art. 47 El Comité Institucional estará integrado por:

- Rector/a o Director/a de la Institución, quien lo presidirá

Handwritten signatures and initials:
Lan, M, J, A, J

Handwritten signature: J. J.

- Jefe del departamento de Orientación y Bienestar Estudiantil; donde no hubiere lo sustituirá un docente de la institución educativa con formación académica vinculada al tema.
- Presidente/a del Comité Central de Padres de Familia.
- Presidente/a del Consejo Estudiantil.
- Delegado/a de la Unidad de Salud del Ministerio de Salud Pública correspondiente a su jurisdicción.

El Comité Institucional se reunirá, ordinariamente con carácter obligatorio, al inicio y final del año escolar, y extraordinariamente cuando se requiera.

Art. 48 El Comité Institucional tendrá como funciones:

- Coordinar acciones de sensibilización, capacitación y control con las unidades respectivas del Ministerio de Salud Pública, en temas relacionados con salud, alimentación y nutrición.
- Coordinar acciones de sensibilización y control con la municipalidad respectiva en relación a las ventas ambulantes de alimentos que se ubicaren en los alrededores de los establecimientos educativos.
- Aplicar el programa de alimentación, nutrición y control epidemiológico y sanitario para el sistema nacional de educación.
- Vigilar el cumplimiento de las actividades regulares para eliminación y control de fauna nociva en los bares escolares de su Institución.
- Organizar acciones educativas y pedagógicas sobre salud, alimentación, nutrición y control epidemiológico y sanitario en su institución educativa.
- Aplicar las demás directrices que se deriven de los comités Nacional y Provincial.

El rector/a o director/a de la institución educativa reportará a la unidad de salud más cercana y/o al área de salud correspondiente los posibles casos de enfermedades transmitidas por alimentos (ETA).

Art. 49 Los comités Nacional, Provinciales e Institucionales, podrán solicitar apoyo técnico y financiero a las instancias y dependencias pertinentes, para la operativización del presente Reglamento.

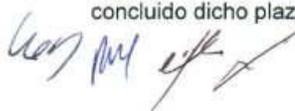
DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- En el caso de que un mismo establecimiento educativo disponga de varios bares escolares, el permiso de funcionamiento será otorgado para cada uno de ellos.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Se concede el plazo de 18 meses a partir de la fecha de expedición del presente Reglamento para que los proveedores de los bares escolares obtengan el permiso de funcionamiento respectivo, cumpliendo con todos los requisitos establecidos en este Reglamento y demás normativa aplicable.

Durante este periodo, las direcciones provinciales de Salud, a través de las coordinaciones de Vigilancia Sanitaria provinciales, harán seguimientos periódicos del mejoramiento continuo del funcionamiento de los bares escolares a fin de que, una vez concluido dicho plazo se otorgue el permiso de funcionamiento respectivo.





SEGUNDA.- Para el cabal cumplimiento del presente Reglamento, los Ministerios de Educación y de Salud Pública expedirán, en un plazo no mayor a 60 días, un Instructivo de Operativización, que facilite la ejecución del mismo.

TERCERA.- Si existieren proveedores que a la fecha de promulgación de este Reglamento disponen del permiso de funcionamiento vigente, éste se considerará válido hasta la fecha de su caducidad, siempre y cuando este proveedor sea la persona que resultó favorecida con la adjudicación para la prestación de servicios de expendio de alimentos y utilización de infraestructura física y sanitaria del bar escolar; caso contrario este permiso de funcionamiento será cancelado. Para la renovación del permiso de funcionamiento por parte del proveedor adjudicado se aplicará lo dispuesto en la primera disposición transitoria.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- Derógase el Acuerdo Interministerial 0001-10 expedido por los ministerios de Educación y de Salud Pública el 14 de abril del 2010.

SEGUNDA.- De la ejecución del presente Reglamento, que entrará en vigencia a partir de la fecha de su expedición, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial, encárguense los ministerios de Educación, a través de su Programa Nacional de Educación para la Democracia, y el Ministerio de Salud Pública, a través de la Dirección General de Salud.

Comuníquese y publíquese.

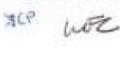
DADO Y FIRMADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, A 15 OCT. 2010


Gloria Vidal Illingworth
MINISTRA DE EDUCACIÓN


David Chiriboga Allnutt
MINISTRO DE SALUD PÚBLICA


LMA/TBA/CC/IYV/HTM

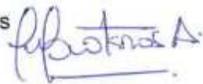
CLNF/RC/MS/FC/LGNF/AA/PC/EH/MC

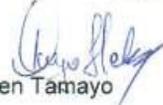
 



Para constancia de lo actuado firman las dos instituciones presentes:

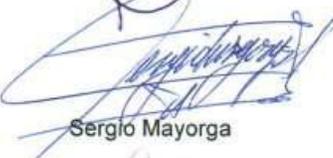
Ministerio de Educación

Luis Monteros 

Helen Tamayo 

Iván Yerovi 

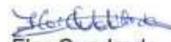

Teodoro Barros


Sergio Mayorga


Christian Escobar

Ministerio de Salud


Rocío Caicedo


Flor Cuadrado

Verónica Flor


Alexandra Arteaga

Patricio Calvopiña



Lidia García

Magda Saltos

Margarita Cañar 

Elina Herrera 

Vilma Freire