



POLITECNICA DEL LITORAL
Guayaquil - Ecuador



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS XVII PROMOCIÓN

PROYECTO:

Centro de Autocuidado de la Salud



CENTRO DE AUTOCUIDADO DE LA SALUD

PROFESOR

Ing. Ana Jaramillo Zurita

INTEGRANTES

Raúl Carpio Freire

Sophía Galárraga de Miranda

Julio de 2002

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a Dios, mis padres, mi esposo y en especial a mi querida hija Melanie, así como a todos aquellos que me apoyaron durante este camino de superación.

Sophía

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a Raúl, el educador más prominente que me haya enseñado, y a Patricia, la mejor empresaria que he conocido. Este triunfo es de ustedes, gracias papá y mamá.

Raúl

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
1. ANALISIS DEL ENTORNO	4
1.1. ANALISIS DE LA EMPRESA	4
1.1.1. <i>Misión</i>	4
1.1.2. <i>Visión</i>	4
1.1.3. <i>Objetivos</i>	4
1.1.4. <i>Valores</i>	5
1.2. ANALISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL	5
1.2.1. <i>Factores Económicos</i>	5
1.2.2. <i>Factores Políticos</i>	5
1.2.3. <i>Factores Demográficos</i>	5
1.2.4. <i>Factores Culturales</i>	6
1.2.5. <i>Factores Tecnológicos</i>	6
1.2.6. <i>Factores Naturales</i>	6
1.3. ANALISIS DEL ENTORNO NACIONAL	6
1.3.1. <i>Factores Políticos y Legales</i>	6
1.3.2. <i>Factores Demográficos</i>	7
1.3.3. <i>Factores Tecnológicos</i>	7
1.3.4. <i>Factores Culturales</i>	7
1.3.5. <i>Factores Económicos</i>	7
1.3.6. <i>Factores Naturales</i>	7
2. ANALISIS DEL MERCADO	8
2.1. PRODUCTO/ SERVICIO	8
2.2. PRODUCTOS COMPETIDORES	9
2.2.1. <i>Análisis FODA de la empresa frente al entorno</i>	10
2.2.1.1. FORTALEZAS	10
2.2.1.2. OPORTUNIDADES	11
2.2.1.3. DEBILIDADES	11
2.2.1.4. AMENAZAS	11
2.3. FORTALEZAS O DEBILIDADES DE SU PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA	11
2.3.1. <i>Fortalezas</i>	11
2.3.2. <i>Debilidad</i>	11
2.4. VENTAJA DIFERENCIAL DE NUESTRO PRODUCTO	12
2.5. ANALISIS DE NUESTROS CLIENTES	12
2.5.1. <i>Segmentación de compradores potenciales</i>	12
2.5.2. <i>Características básicas de esos clientes</i>	12
2.5.3. <i>Bases de decisión de compra de los clientes</i>	12
2.5.4. <i>Formas posibles de evitar la falta de interés en los clientes</i>	13
2.6. ANALISIS DE LA COMPETENCIA	13
2.6.1. <i>Precios</i>	13
2.6.2. <i>Desempeño del producto, servicios, garantías</i>	13
2.6.3. <i>Limitaciones en la satisfacción de los deseos de los clientes</i>	13
2.7. PORCENTAJE	13
2.6.4. <i>Esquema de Venta y distribución de la competencia</i>	14
2.6.5. <i>Imagen de la competencia ante los clientes</i>	14
2.6.6. <i>Matriz Competitiva</i>	15
2.8. DETERMINACION DEL TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL	15
2.9. TAMAÑO DEL MERCADO	16
2.10. PLAN DE MERCADEO Y ESTRATEGIAS DE VENTAS	17
2.9.1. <i>Estrategia de Precios</i>	17
2.9.2. <i>Estrategia de Ventas</i>	18
2.9.3. <i>Estrategia Promocional</i>	19
2.9.4. <i>Estrategia de Distribución</i>	20

2.9.5.	<i>Tácticas de Ventas</i>	21
3.	ANÁLISIS TÉCNICO	22
4.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	25
4.1.	PARTICIPACIÓN DE CADA UNO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL	25
4.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	26
4.3.	POLÍTICAS DE LA EMPRESA:.....	26
4.4.	EMPLEADOS.....	27
4.5.	FUNCIONES DEL PERSONAL.....	28
5.	ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL	30
5.1.	ASPECTOS LEGALES.....	30
5.1.1.	<i>Tipo de sociedad</i>	30
5.1.2.	<i>Procedimientos para la conformación de la sociedad</i>	30
5.1.3.	<i>Implicaciones Tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad</i>	30
5.1.4.	<i>Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus productos</i>	30
5.1.5.	<i>Leyes especiales de su actividad económica</i>	30
5.2.	ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA.....	30
5.2.1.	<i>Dificultades legales de reglamentación urbana para el funcionamiento del negocio</i>	30
5.2.2.	<i>Trámites y permisos ante los organismos del gobierno</i>	30
5.3.	ANÁLISIS AMBIENTAL.....	31
5.3.1.	<i>Emisiones, efluentes y residuos de la empresa</i>	31
5.3.2.	<i>Riesgos de contaminación por estas emisiones</i>	31
5.3.3.	<i>Mecanismos de control de contaminación</i>	31
5.3.4.	<i>Riesgos para la comunidad por las emisiones, efluentes y residuos</i>	31
5.3.5.	<i>Riesgos para los trabajadores</i>	31
5.3.6.	<i>Mecanismos de higiene y seguridad industrial</i>	31
5.4.	ANÁLISIS SOCIAL.....	31
6.	ANÁLISIS ECONOMICO	32
6.1.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	32
6.2.	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.....	32
6.3.	PRESUPUESTO DE INGRESO.....	32
6.4.	PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA, PRODUCTOS ELABORADOS E INSUMOS	32
6.5.	PRESUPUESTO DE PERSONAL	33
6.6.	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	33
6.7.	PROYECCIÓN DE GASTOS DE OPERACIÓN.....	33
6.8.	PRESUPUESTO DE GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS.....	34
6.9.	PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS	34
6.10.	ANÁLISIS DE COSTOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO	34
7.	ANÁLISIS FINANCIERO	35
7.1.	FLUJO DE CAJA	35
7.2.	ESTADO DE RESULTADOS.....	35
7.3.	BALANCE GENERAL.....	35
8.	ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	36
8.1.	RIESGOS DE MERCADO.....	36
8.2.	RIESGOS TÉCNICOS	36
8.3.	RIESGOS ECONÓMICOS.....	36
8.4.	RIESGOS FINANCIEROS.....	36
9.	EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO	37
9.1.	EVALUACIÓN DE CONTADO.....	37
9.2.	EVALUACIÓN CON FINANCIACIÓN	37
9.3.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	37
9.4.	ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA	38
9.5.	EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO.....	38



RESUMEN EJECUTIVO

“Centro de Autocuidado de la salud (CAS)”, es un centro de nutrición, que se establecerá en el sector centro de la ciudad de Guayaquil, y permitirá a los clientes seguir una dieta baja en carbohidratos y llevar un control perenne de su peso.

Nuestros clientes meta, son todos aquellos profesionales y ejecutivos que laboran en el área comercial quienes desean mejorar su salud y peso, pero como deben almorzar en el trabajo, por lo que necesitan quien les provea del alimento adecuado a sus propósitos.

Nuestra empresa ofrecerá es el servicio de asesoría y control en el seguimiento de la dieta de Atkins, la cual es baja en carbohidratos y alta en proteínas y grasas. El precio será de \$150.00 mensuales, los cuales incluirán:

- Disponibilidad de 9:00 AM a 5:00 PM de lunes a viernes para realizar cualquier consulta al nutricionista vía telefónica o visitando el CAS.
- Entrega de ticketera para entrega de almuerzo de lunes a viernes en el sitio solicitado por el cliente.
- Disponibilidad de productos elaborados para esta dieta que de otra manera serían difíciles de conseguir.

Se espera manejar unos gastos de publicidad bajos debido al uso del marketing directo y entrevistas en sitio. El objetivo comercial es el de llegar a atender mensualmente a un promedio de 75 personas en los próximos 3 años. Esto sería un mercado meta del 12% del mercado global.

La principal competencia son las dietas bajas en grasa, que tienen gran aceptación pero se espera romper este paradigma por medio del marketing directo a los departamentos de Recursos Humanos de las empresas. Nuestro principal elemento diferenciador es la entrega de almuerzo en el lugar de trabajo.

Se tendrá variedad en el menú, ya que de este modo el cliente no se cansará de seguir una dieta monótona, lo cual podría obligarlo a buscar otras opciones.

La dieta consta de 4 etapas a las cuales se logra llegar después de cumplir las metas estipuladas en la revisión y diagnóstico inicial del cliente. Estas etapas son:

- De inducción (15 días)
- De pérdida de peso progresiva (6 meses)
- De pre-mantenimiento (3 meses)
- De mantenimiento (en adelante, una vez obtenido el peso meta)



Los integrantes principales del proyecto son la Licenciada Sophía Galárraga quien se encargará de representar legalmente a la empresa en calidad de Gerente General, y el Ing. Raúl Carpio que se encargará de establecer y mantener la relación con los clientes y proveedores en su puesto de Gerente Comercial. Sus labores estarán siendo apoyadas por un personal adecuado a cada función operativa.

Se constituirá una Sociedad Anónima en la ciudad de Guayaquil con 2 miembros en participación accionaria de 51% y 49%. La empresa será afiliada a la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Se necesita una inversión global de \$25,000 para soportar el negocio y preservar la liquidez de la empresa. Dicha inversión es recuperada por los accionistas en el cuarto año del negocio. El montaje del negocio requiere un valor de \$9,301.43, incluido los costos preoperativos. La mayor parte de los costos operativos se centran en la materia prima que son los alimentos los cuales se adquirirán diariamente y en las cantidades que la demanda indique, por lo tanto, no habrá inventario de este rubro.

Con el manejo adecuado de los gastos, se tiene un punto de equilibrio de 43 clientes en promedio al mes.

No se espera que haya cambios desfavorables en este sector, ya que más bien el número de personas que se preocupan por su peso está cada día en aumento; sin embargo, el costo de la dieta hace que ante un leve cambio en el poder adquisitivo del mercado los recursos de los clientes se dirijan a satisfacer otras necesidades más básicas lo que provocaría una importante disminución en las ventas.

El valor actual neto, VAN del proyecto a 5 años tomando en consideración que el costo del dinero actualmente es del 18%, es igual a \$16,559.49. Esto indica que el proyecto analizado del Centro de Autocuidado de la Salud es rentable.

La tasa interna de retorno descontada de los flujos de caja en los primeros cinco años del proyecto es del 37%. Esto refuerza el resultado obtenido en el VAN, ya que este TIR es mayor que el costo del capital que es del 18%.

Además los inversionistas recuperan su inversión a partir del cuarto año, con lo cual la empresa se autosostiene. Toda esta información nos indica que el proyecto es económicamente viable.



INTRODUCCION

“Centro de Autocuidado de la salud (CAS)”, es un centro de nutrición, que se establecerá en el sector centro de la ciudad de Guayaquil, y permitirá a los clientes seguir una dieta baja en carbohidratos y llevar un control perenne de su peso.

El centro de nutrición CAS surge de la necesidad de reducir el exceso de masa corporal en los adultos, la cual trae como consecuencia la obesidad que es una enfermedad crónica originada por muchas causas y con numerosas complicaciones.

Nuestros clientes meta, son todos aquellos profesionales y ejecutivos que laboran en el área comercial. Esto es debido a que estas personas desean mejorar su salud y peso, pero como deben almorzar en el trabajo, necesitan quien les provea del alimento adecuado a sus propósitos.

El tema de las dietas de adelgazamiento es amplio y complejo, en donde todos los médicos dedicados al problema de la obesidad afirman que se requiere de una limitada alimentación como base del tratamiento, cuyos pilares básicos son: el sacrificio, la fuerza de voluntad y la perseverancia, lo cual exige al ser humano un comportamiento y unos hábitos que no corresponden a su realidad. Es por ello que el “*Centro de Autocuidado de la salud (CAS)*” pone a disposición del público una dieta que le permita adelgazar mejorando su salud y disfrutando de la comida sin someterse a los sacrificios exigidos por las otras dietas.

Una de las ventajas observará al cliente es que no sentirá ansiedad por comer con ésta dieta, además podrá comer alimentos sabrosos en grandes cantidades, ya que nuestro producto parte de la premisa de que para conseguir y mantener buenas condiciones físicas y buena apariencia no es necesario sufrir, sino crear adecuados hábitos alimenticios, desarrollando bienestar y felicidad a largo plazo.



1. ANALISIS DEL ENTORNO

En los últimos años se ha dado una proliferación de centros dietéticos y nutricionistas, llevado a cabo mayormente por el hecho de que la población ecuatoriana está tomando conciencia de que el hecho de estar gordo no significa buena salud ni estar lleno de vida como se le ha inculcado desde la niñez. Los modelos culturales extranjeros, especialmente de Norteamérica, nos presentan el hecho de que estar delgado llevando una adecuada alimentación es la forma más aconsejable de tener buena salud.

El Ministerio de Salud Pública ha emprendido campañas para el mejoramiento de la nutrición ecuatoriana. Esto ha tenido efectos positivos en la niñez, que está aprendiendo desde temprana edad, hábitos alimenticios más adecuados que en décadas anteriores. Sin embargo, los adultos, y en especial la gente que trabaja, tiene serios problemas para llevar una alimentación adecuada debido a que el medio laboral exige casi todo el tiempo de un trabajador, dejando poco tiempo disponible para organizar una sana alimentación.

1.1. ANALISIS DE LA EMPRESA

El Centro de Autocuidado de la salud (CAS), ofrece una dieta baja en carbohidratos, la cual permitirá al cliente tener el peso ideal, además de gozar de buena salud. Se ofrece el servicio de entrega de almuerzos bajos en carbohidratos al lugar de trabajo del cliente, asesoría de un nutricionista y control de los resultados obtenidos en el tratamiento.

1.1.1. Misión

Ser un centro nutricionista reconocido por el éxito alcanzado de sus clientes en la lucha por obtener su peso ideal, apoyados por personal altamente capacitado y proveedores de productos dietéticos importados de prestigio comprobado, ayudando de este modo al desarrollo personal y autoestima de los individuos trabajadores de nuestra comunidad, logrando así un permanente incremento en la productividad del recurso humano de las empresas.

1.1.2. Visión

En tres años ser un centro de nutrición y salud reconocido a nivel nacional, ofreciendo los servicios de alimentación, gimnasio, asesoría y control del peso de las personas, apoyado con proveedores de productos dietéticos de prestigio internacional.

1.1.3. Objetivos

- Posicionar la marca, imagen y valores de la empresa en la mente de los clientes
- Mantener una rentabilidad que permita la expansión y crecimiento del negocio hacia otros servicios complementarios



- Crear un ambiente laboral agradable que disminuya en alto grado la rotación de personal para así crear una relación cliente-empleado duradera
- Crear una alianza sólida con nuestros proveedores a través del cumplimiento de nuestros compromisos mutuos

1.1.4. Valores

- Confianza
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Pulcritud
- Empatía

1.2. ANALISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL

Los factores considerados en el entorno en el ámbito internacional son los siguientes:

1.2.1. Factores Económicos

El pequeño crecimiento estadounidense esperado que afectaría las importaciones y exportaciones de nuestro país hacia éste, en cuanto a precios de los productos que se incrementarían por la serie de impuestos o aranceles que se adjunten.

La incertidumbre generada por los ataques terroristas que han creado un ambiente de inseguridad a escala mundial, esto afecta al retraso de obtener productos requeridos para el tratamiento y los encarece ya que los costos de transporte se elevan para incrementar la seguridad.

1.2.2. Factores Políticos

El Movimiento de globalización acortaría el tiempo de llegada de empresas multinacionales con mayor capacidad monetaria que vendrían con la intención de crear oficinas o absorber las empresas locales.

1.2.3. Factores Demográficos

La continua salida de ecuatorianos a otros países, quienes al tener mejores ingresos, envían remesas de dinero para el consumidor nacional con lo cual se mejora el número de clientes potenciales.

Las estadísticas mundiales presentan a las enfermedades cardiovasculares y diabetes como principal causa de muerte a escala mundial, lo cual muestra que existe un mercado amplio para los centros de nutrición y salud. Este es el motivo más importante



por el cual los ejecutivos desearían ser nuestros clientes, ya que nos identifica y nos diferencia de las otras dietas.

1.2.4. Factores Culturales

El consumo de carbohidratos a escala mundial ha aumentado dramáticamente en los últimos 50 años, lo cual ha generado el aumento de varias enfermedades que serían contrarrestadas al cambiar hacia nuestros hábitos alimenticios sugeridos.

La tendencia actual es a consumir productos naturales, lo cual indica que el ciudadano común se está preocupando más por tener unos hábitos alimenticios adecuados.

El ritmo acelerado de vida provoca desordenes en los hábitos alimenticios.

Se detecta una proliferación de centros nutricionistas y de literatura sobre el tema, lo cual indica que hay un mercado potencial en crecimiento

1.2.5. Factores Tecnológicos

La tecnología alimenticia actual nos permite contar con variados sustitutos al azúcar, la cual no está permitida en la dieta baja en carbohidratos.

El auge en las telecomunicaciones y la informática permite el fácil acceso a información que antes no estaba disponible, además que facilita el contacto con proveedores internacionales.

1.2.6. Factores Naturales

La presencia de sequías o inundaciones en amplias zonas de cultivos provocarían la disminución de la oferta de carne, verduras y hortalizas, lo cual haría variar los precios de los mismos,

1.3. ANALISIS DEL ENTORNO NACIONAL

Los factores considerados en el entorno en el ámbito nacional son los siguientes:

1.3.1. Factores Políticos y Legales

Demora en trámites para obtener permisos de funcionamiento y salud.

Restricción en la ubicación de centros de comidas debido a las regulaciones municipales.

Ambiente Pre-electoral lo cual genera incertidumbre con respecto a las nuevas regulaciones que impondrían los gobernantes entrantes.



1.3.2. Factores Demográficos

Alto índice de personas que sufren problemas cardiovasculares y de diabetes, lo cual muestra que a muchas personas les interesaría mejorar sus hábitos alimenticios.

Alto índice de sobrepeso en la población ecuatoriana.

Hábitos alimenticios inculcados por las generaciones anteriores que perjudican la salud.

1.3.3. Factores Tecnológicos

Disponibilidad de sistemas de cómputo, que permiten el uso ágil de la información y facilita la relación con los clientes y proveedores.

Uso de telemercadeo, el cual ayuda a incrementar las ventas del negocio.

Proliferación de test de sobrepeso, lo cual ayuda al autocontrol por parte del cliente.

La poca confiabilidad en el suministro eléctrico, produciría cortes de energía que paralizaría o encarecería la producción.

1.3.4. Factores Culturales

La base de la dieta alimenticia en el Ecuador es el carbohidrato, lo cual dificulta la introducción en el mercado de este tipo de dieta, puesto que va en contra del pensamiento generalmente aceptado por nuestros potenciales clientes.

Buena parte de la población se interesa por las dietas, por lo cual se avizora un futuro positivo en este tipo de negocio.

El ambiente social presiona al individuo a estar delgado, ya que la imagen de una persona de éxito establecida por los medios de comunicación es el ser esbelto, lo cual presiona a las personas con sobrepeso a adelgazar.

1.3.5. Factores Económicos

Incremento en el precio de los insumos alimenticios provocado por la alta inflación presente aún en nuestro mercado.

Disminución de la producción debido a los cortes eléctricos que ocasionan la paralización de las actividades y el incumplimiento de los compromisos.

1.3.6. Factores Naturales

Prolongados estiajes que provocarían apagones, los cuales encarecerían los costos.

Riesgo de epidemias a los ganados, lo cual encarecería el costo de un insumo muy importante en nuestra producción.



2. ANALISIS DEL MERCADO

2.1. PRODUCTO/ SERVICIO

El producto que ofrece el centro de nutrición CAS, es un tratamiento dietético basado en el mínimo consumo de carbohidratos con un costo de \$150 al mes que incluye:

- Reuniones periódicas obligatorias con el nutricionista para asesoría.
- Disponibilidad de 9:00 AM a 5:00 PM de lunes a viernes para realizar cualquier consulta al nutricionista vía telefónica o visitando el CAS.
- Entrega de almuerzo de lunes a viernes en el sitio solicitado por el cliente, que puede ser el trabajo o el domicilio.
- Control periódico del peso.
- Disponibilidad de productos elaborados para esta dieta que de otra manera serían difíciles de conseguir.

Entre los beneficios que obtendrá nuestro cliente tenemos:

- Disminuir el peso hasta obtener su peso ideal.
- Disminuir el riesgo de enfermedades cardiovasculares y de diabetes.
- Bajar el nivel del colesterol y triglicéridos.
- Controlar la insulina para prevenir diabetes.
- Mejorar el estado de ánimo y el autoestima.
- Mejora en su apariencia física.

La dieta funciona porque en las personas obesas, el exceso de grasa se presenta debido a que está almacenada en el cuerpo humano como reserva de energía, pero como el cuerpo no la consume, esta no disminuye o tal vez aumente al continuarse con hábitos alimenticios no adecuados.

Al eliminar por completo los carbohidratos, se fuerza al cuerpo a consumir la energía que tenía de reserva, de este modo, el cuerpo consume la grasa acumulada para poder funcionar, provocando de inmediato la disminución en el peso, niveles de colesterol y los triglicéridos.

Al ir alcanzando el peso ideal, el paciente puede ir consumiendo paulatinamente pequeñas cantidades de carbohidratos hasta encontrar el nivel en el cual ya no aumenta de peso.



Además cabe resaltar que nuestro producto satisfará las necesidades dietéticas exigidas por esta dieta a nuestro cliente a través de:

- Preparación de comidas preseleccionadas por él mismo.
- Control del peso personalizado.
- Atención de su necesidad alimenticia a la hora del almuerzo, en el domicilio u oficina del cliente.
- Revisión de los resultados que presenten los exámenes médicos otorgados por el cliente.

Como servicios adicionales que otorgamos con nuestro producto están:

- Asesoría en como alimentarse en otras horas que no sea el almuerzo.
- Asesoría en como alimentarse en eventos sociales y en viajes.
- Toma precisa del peso y altura del cliente con instrumentos electrónicos en cualquier ocasión.

2.2. PRODUCTOS COMPETIDORES

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dietas hipocalóricas (CD) • Dietas de bajo contenido calórico (LCD) • Dietas de muy bajo contenido calórico (VLCD) • Dieta cero o ayuno total • Dieta del ayuno modificado • CronoDieta • Cura de uvas • Dieta astrológica • Dieta bikini o de Victoria Principal • Dieta Cambridge • Dieta de Antoine • Dieta de Banting • Dieta de Beverly-Hills • Dieta de Bouchard • Dieta de Cada Día Un Alimento | <ul style="list-style-type: none"> • Dieta de Cooley • Dieta de Crudités • Dieta de Debove • Dieta de Dole • Dieta de Ebstein • Dieta de Harrop • Dieta de Hollywood • Dieta de la 3P • Dieta de la alcachofa • Dieta de la bailarina Erna Carise • Dieta de la Clínica Mayo • Dieta de la Combinación de Alimentos • Dieta de la leche • Dieta de la leche y el plátano • Dieta de la patata • Dieta de la piña • Dieta de la Proteína Límite |
|--|---|



- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dieta de la Proteína Líquida • Dieta de la sopa antigrasa • Dieta de la Última Oportunidad (the Last Chance Diet) • Dieta de las Bajas Calorías • Dieta de las Calorías Negativas • Dieta de Linn • Dieta de los 13 días • Dieta de los astronautas • Dieta de los huevos • Dieta de los Incrementos • Dieta de los puntos • Dieta de Mamel • Dieta de Marianne Leconte • Dieta de Montignac • Dieta de Moritz • Dieta de Oertel • Dieta de Onelpa • Dieta de Oshawa o macrobiótica • Dieta de Pennington-Taller • Dieta de pepinos • Dieta de Protkin • Dieta de Rafaela Carrá • Dieta de Schweninger • Dieta de See, Dieta de Sheldon | <ul style="list-style-type: none"> • Dieta de sirope de savia • Dieta de Un Día de Fruta • Dieta del ajo • Dieta del Calendario • Dieta del chocolate • Dieta del chorizo • Dieta del Ejército Israelí • Dieta del marisco • Dieta del pollo • Dieta del pomelo • Dieta disociada de Hay • Dieta ecológica • Dieta HAAS • Dieta holoterápica • Dieta Humplik • Dieta Lutz • Dieta mediterránea • Dieta para Mejorar la Sexualidad • Dieta rastafari • Dieta Scardale® • Dieta vegana • Dieta vegetariana • Dieta zen |
|--|---|

2.2.1. Análisis FODA de la empresa frente al entorno

2.2.1.1. FORTALEZAS

Al cliente se le facilita seguir la dieta ya que adquiere el paquete completo. (entrega del almuerzo en el lugar requerido, asesoría y control)

Dieta está enfocada a la salud de la persona, y el bajar de peso es sólo un valor agregado.

La estructura del negocio posibilita el mantener costos fijos bajos, ya que el producto tiene una alta rotación.



2.2.1.2. OPORTUNIDADES

Existen casos de éxito en la ciudad de Guayaquil que pueden testimoniar la eficacia de la dieta.

La tendencia hacia el cuidado de la salud a través de la alimentación en los guayaquileños quienes actualmente están más interesados en su salud y su apariencia física.

No hay en Guayaquil otro centro nutricionista basado en dieta proteínica.

2.2.1.3. DEBILIDADES

La dieta proteínica va en contra de lo que dictan todas las otras dietas establecidas como adecuadas además de que la dieta reduce considerablemente el consumo de los alimentos más tradicionales en la dieta del guayaquileño. Esto seguramente crea una resistencia al cambio debido a los paradigmas alimenticios.

Dependencia de la disponibilidad, costo y tiempo de entrega de los insumos por parte de los proveedores como comisariatos y mercados, los cuales son susceptibles a las huelgas que se den en otras provincias proveedoras de alimentos.

2.2.1.4. AMENAZAS

El producto es de fácil elaboración por lo que no existen barreras de entrada visibles.

Centros nutricionista internacionales especializados en la dieta se instalen en el país. (centro ATKINS para el control de la salud)

2.3. FORTALEZAS O DEBILIDADES DE SU PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA

2.3.1. Fortalezas

No hay restricción en la cantidad que se puede consumir.

Los alimentos que se pueden consumir son muy agradables al gusto.

Se elimina el ansia por comer.

2.3.2. Debilidad

El producto es costoso, ya que los insumos del almuerzo son caros.

La persona mantendrá la dieta solo si mantiene un equilibrio en sus emociones y sus sentimientos, por lo tanto, es importante el aspecto psicológico.



La dieta no presenta un secreto industrial ya que es el producto de investigaciones médicas; sin embargo, mucho del material de divulgación tiene derechos reservados.

Se necesitan productos frescos que requieren adecuados métodos de conservación. Antes de empezar la dieta el cliente debe presentar un hemograma completo y comenzar la dieta con una total limitación en el consumo de carbohidratos.

2.4. VENTAJA DIFERENCIAL DE NUESTRO PRODUCTO

Es un centro que ofrece el almuerzo con entrega en el lugar solicitado, con una dieta en la cual puede comer cualquier cantidad de proteínas, grasas y vegetales, los cuales están prohibidos en la mayoría de las dietas y además no sentir hambre.

Nadie más ofrece la dieta baja en carbohidratos, la cual mejora la salud en cuanto a problemas cardiovasculares y problemas de diabetes

Entre los cuidados especiales con el producto/ servicio, tenemos:

2.5. ANALISIS DE NUESTROS CLIENTES

2.5.1. Segmentación de compradores potenciales

- Personas con sobrepeso
- Personas con alto nivel de colesterol y triglicéridos
- Personas propensas a la diabetes
- Personas con bajo estado de ánimo debido a su sobrepeso

2.5.2. Características básicas de esos clientes

- Consumidor final
- Tiene sobrepeso
- No tiene suficiente tiempo para dedicarlo a una adecuada alimentación
- Normalmente es una persona que trabaja a mucha presión

2.5.3. Bases de decisión de compra de los clientes

- Calidad
- Servicio
- Forma de Pago



2.5.4. Formas posibles de evitar la falta de interés en los clientes

- Presentar casos de éxito
- Charlas divulgativas sin costo
- Promociones
- Tarjetas de felicitación y motivación por cada logro conseguido en el proceso

2.6. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

2.6.1. Precios

- Los Centro Nutricionistas o dietéticos cobran un promedio de \$200 al mes, pero no incluye comida

2.6.2. Desempeño del producto, servicios, garantías

- La dieta *Sin Grasa* ha sido la más utilizada por los clientes que acuden a los centros nutricionistas y representan un 27% de la población a dieta, seguida por la dieta *Korper®* con un 15%.
- Los clientes consideran haber tenido éxito temporal en un 71%, pero sorteando muchas dificultades.

2.6.3. Limitaciones en la satisfacción de los deseos de los clientes

Dificultad	2.7. Porcentaje
Ansiedad y antojos por comer	28%
Pasaba hambre	18%
Dieta muy cara	10%
Rompía la dieta con facilidad	10%
Daños en la salud	10%
Dieta muy monótona	8%
Falta de apoyo en el hogar	5%
Dieta muy complicada	5%
No bajaba de peso	3%
Alimentos difíciles de conseguir	3%
Mala atención	0%
Otros	0%



Entre las posibilidades de solución a las dificultades, se recomienda:

- Ejercicios y dietas diferentes
- Pastillas que inhiben el hambre

2.6.4. Esquema de Venta y distribución de la competencia

- Publicidad en prensa, revistas, televisión, Internet
- Ventas por medio de referencias

A continuación detallamos quienes están entre las marcas líderes:

- Korper® con un 15% del mercado, por el servicio de asesoramiento nutricional.
- En segundo lugar se encuentra Scardale® con un 12% del mercado y es preferida por su servicio de entrega de almuerzos a domicilio (lunes a viernes)

2.6.5. Imagen de la competencia ante los clientes

Los centros se caracterizan por sus múltiples servicios, lo cual ha hecho que los clientes prefieran los siguientes servicios:

Servicio	Porcentaje
Asesor nutricionista	24%
Entrega diaria de almuerzo	22%
Gimnasio	17%
Vitaminas y medicinas	15%
Control periódico del peso	13%
Masajes	9%
Otros	0%



Los clientes compran a la competencia por:

- Por la integración de los servicios
- Debido a que tienen una presencia en el mercado de algunos años

A los segmentos de clase que están dirigidos tenemos:

- Media
- Media alta
- Alta

2.6.6. Matriz Competitiva

Centro nutricionista	Costo Tratamiento	Servicios que brinda
LAIN®	\$300	Thermogenesis Spectropach Termogen Fat-Less Spunflax Angulo nutricional
KORPER®	\$240	Tratamientos con productos y máquinas de ejercicios pasivos
SCARDALE®	\$100	Entrega de almuerzo
HOMEOPATAS	\$300	Asesoría Nutricional

2.8. DETERMINACION DEL TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL

Clase ejecutiva (profesionales de 20 a 40 años) que labora en el centro de la ciudad de Guayaquil que corresponde a la clase media y media alta

El nivel total del consumo está distribuido de la siguiente manera:

- Como hay alrededor de 3,000 empresas en el casco comercial del centro de Guayaquil, con un promedio general de 15 empleados, (Revista Ekos Economía y Finanzas No. 97 Pág. 49) tenemos una población de 45,000 personas. De ellas, el 54% tiene sobrepeso; es decir, 24,300 personas, y de estas sólo el 20% son ejecutivos (Datos del Anexo Encuesta), con los que nos da un resultado **4,860 personas que constituirían nuestro mercado global meta.**



- Si cada uno de ellos está dispuesto a pagar un promedio de \$200 mensuales por el tratamiento que incluye los almuerzos, tenemos que en esta industria se consume alrededor de **972,000 dólares mensuales**.

La tendencia en los últimos años se ha visto un crecimiento de un 10% de clientes que realizan dietas

La recesión económica es uno de los factores que disminuya el poder adquisitivo de los clientes potenciales, además de producir el cierre de empresas, con el consecuente despido de personal.

2.9. TAMAÑO DEL MERCADO

- Hay un 38% (el 71% del 54%) del mercado global que no está siendo atendido (Datos del Anexo Encuesta) y con nuestro producto aspiramos obtener una tercera parte de este valor. Por lo tanto, nuestra meta es un 12% del mercado global.
- Como nuestro objetivo es el 12% del mercado global (4,860 clientes), tenemos que nuestro objetivo a 3 años es el de atender aproximadamente 580 personas al año.
- Esperamos comenzar con 20 clientes e ir creciendo un 15% mensual.

A continuación detallamos el Análisis del ciclo de vida del producto:

- Primera etapa: Charlas de divulgación para promover el producto
- Segunda etapa: Asesoría personalizada por técnico nutricionista
- Tercera etapa: Entrega de almuerzos a lugar solicitado por el cliente
- Cuarta etapa: Control y seguimiento del estado del cliente para lograr el mantenimiento de los resultados.



2.10. PLAN DE MERCADEO Y ESTRATEGIAS DE VENTAS

2.9.1. Estrategia de Precios

La competencia maneja su política de precio en función al tipo de tratamiento que desee el cliente, éstos existen en una amplia variedad como son: sauna, termogénesis, ángulo nutricional, uso de píldoras y cremas reductoras. Los precios van desde \$150 hasta los \$900.

El precio que se determina para el tratamiento o dieta del CAS es de \$150 al mes, lo cual incluye:

- Reuniones periódicas obligatorias con el nutricionista para asesoría
- Disponibilidad de 9:00 AM a 5:00 PM de lunes a viernes para realizar cualquier consulta al nutricionista vía telefónica o visitando el CAS
- Entrega de ticketera para entrega de almuerzo de lunes a viernes en el sitio solicitado por el cliente
- Control periódico del peso con báscula electrónica
- Disponibilidad de productos elaborados para esta dieta que de otra manera serían difíciles de conseguir

El precio determinado por nosotros ante la competencia es provisto por el servicio de dieta en una manera integral, lo cual implica altos costos, en especial los insumos para preparar los almuerzos cuyo valor es elevado.

Los financiamientos a considerar son los siguientes:

- Pago a plazo (cheque a fecha): 70% al inicio del tratamiento, 30% a 30 días
- Pago con Tarjeta de crédito: Hasta 3 meses con los intereses asignados por la tarjeta

El porcentaje de las ventas a plazo será un máximo de 40%.



2.9.2. Estrategia de Ventas

El mayor esfuerzo de venta será enfocado para aquellos ejecutivos de las entidades financieras y comerciales del sector centro (entre: Av. Olmedo, Av. Malecón, Calle Loja y Av. Quito) de la ciudad de Guayaquil, además de incluir a los familiares y amigos de quienes desarrollan el proyecto

Entre los mecanismos empleados para identificar a nuestros clientes potenciales tenemos:

- Establecer contactos con los departamentos de Recursos Humanos de las empresas de nuestro sector, para que nos permitan realizar charlas divulgativas en sus oficinas.
- Los clientes potenciales serán identificados por medio del test de IMC (Índice de masa corporal) y el test de contextura, los cuales permiten determinar a las personas con sobrepeso.

Las características del producto son:

- Conjunto de servicios integrados que permiten al CAS preocuparse por el alcance de los objetivos planteados, apoyados por el autocontrol del cliente
- La dieta está garantizada por estudios científicos ya comprobados
- La entrega del almuerzo se realizará de manera diaria, al mediodía en la oficina del cliente
- Servicio personalizado gracias a la asesoría ofrecida por el nutricionista

Las estrategias de ventas serán motivadas de la siguiente manera:

- No hay restricción en la cantidad de alimentos a comer
- Se podrá ingerir alimentos sabrosos
- Mejorarán rápidamente los niveles de colesterol, glucosas y triglicéridos, lo cual hará más sano al cliente
- Disminuye la ansiedad por comer



El sector inicial donde se establecerá el centro CAS es en la ciudad de Guayaquil (entre: Av. Olmedo, Av. Malecón, Calle Loja y Av. Quito), posteriormente se planea crecer hacia el sector norte de la ciudad de Guayaquil (Alborada, Urdesa y Kennedy Norte)

2.9.3. Estrategia Promocional

Los medios empleados para dar a conocer el producto a los posibles compradores son:

- A través de charlas divulgativas
- Trípticos
- Casos de éxito

Entre las ideas para promocionar el producto tenemos:

- Explicación breve de los beneficios y las razones por los cuales la dieta funciona
- Dar a conocer en detalle cada uno de los servicios que se integran al paquete de beneficios que se obtienen al adquirir el tratamiento
- Mostrar las diversas formas de pago con sus respectivas promociones
- Resaltar las alianzas establecidas con los proveedores y los beneficios que con estos acuerdos se obtienen

Los mecanismos de ayuda para la venta son:

- El nutricionista atenderá inquietudes de los clientes que siguen el tratamiento vía telefónica dentro del horario de atención del Centro de Autocuidado de la salud (CAS)
- Envíos de correos electrónicos a los ejecutivos de la zona comercial, indicando lo anotado en el punto anterior
- Realizando charlas divulgativas en las oficinas de los ejecutivos, previa cita coordinada con el departamento de Recursos Humanos
- Se realizará promociones cada tres meses, durante 15 días en las cuales se podrían realizar descuentos y entrega de productos

Los medios de comunicación que emplearemos para dar a conocer el producto que ofrece CAS, tenemos:

- Por medio de las emisoras de radio: Fabu Super Stereo®, Cupido® y Concierto®
- Entregar volantes dando a conocer productos, servicios brindados y promociones
- Esto se realizará en horario de oficina de lunes a viernes.



2.9.4. Estrategia de Distribución

Por el tipo de negocio, no se presenta la distribución hacia puntos de ventas, sino que se realizará el reparto a oficinas de almuerzos e información, por medio de mensajeros de la empresa

Se utilizará mensajeros a pie o en bicicleta y si se requiere para lugares más distantes la utilización de motocicletas o motonetas.

Entre los costos en que se incurren para ofrecer nuestro producto tenemos:

- El costo del transporte será el sueldo mensual del mensajero en la entrega hacia los clientes, en caso de estar a pie o en bicicleta.
- Para el caso de las motos se entregará tickets de consumo de gasolina semanalmente
- Debido a que el costo de lo que se envía no es muy alto, este no irá con seguro
- El costo del transporte de los insumos para la preparación hacia el CAS, será mínimo ya que el centro estará ubicado en un lugar muy cercano al comisariato

Para los productos elaborados provistos por las alianzas establecidas con los proveedores se debe considerar lo siguiente:

- Los productos perecibles requieren refrigeración, por lo tanto y para reducir los costos que esto implique, la gran mayoría de insumos necesarios para la elaboración de la dieta serán comprados a diario, de acuerdo a la necesidad que se presenten
- Los productos elaborados serán exhibidos en una vitrina que se encontrará en la recepción del negocio. Dichos productos serán comprados a diversos importadores locales y su objetivo es el de la disponibilidad para el cliente, ya que nuestro negocio es la dieta.

La política de inventario que se considerará para los productos terminados son:

- Todo almuerzo elaborado será entregado inmediatamente para consumo de los clientes y de los empleados
- El material de publicidad y divulgación será administrado y controlado por el Gerente Comercial
- Los productos elaborados que se encuentran en vitrina serán vendidos mediante el método PEPS "*Primero en entrar, primero en salir*"



2.9.5. Tácticas de Ventas

La fuerza de ventas está conformada por el Gerente Comercial, el cual se encargará de realizar los contactos y cierre de las ventas, apoyado por la secretaria - recepcionista

Existen dos productos disponibles:

- Por el tratamiento dietético y todos sus servicios el costo es de \$150 al mes.
- Los productos comprados a los importadores tienen precios que fluctúan desde los \$5 hasta \$80, y son básicamente vitaminas para tenerlas disponibles a nuestros clientes al precio de costo.

La fuerza propia de venta estará compuesta sólo por el Gerente Comercial, quien realizará los respectivos contactos y visitas a entidades financieras y comerciales dando a conocer los servicios que brinda el *Centro de Autocuidado de la Salud (CAS)*; la remuneración es la que se acuerde en el sueldo a percibir.

Además, la comisión por cada cliente nuevo será repartida entre todos los empleados de la empresa, para de ésta manera, incentivar el apoyo a la gestión de ventas por parte de todo el recurso humano que forma la empresa. La meta a considerar para los vendedores es conseguir un 15% de clientes nuevos cada mes.



3. ANÁLISIS TÉCNICO

Nuestro producto consiste en un tratamiento dietético basado en el mínimo consumo de carbohidratos que incluye:

- Reuniones periódicas obligatorias con el nutricionista para asesoría.
- Disponibilidad de 9:00 AM a 5:00 PM de lunes a viernes para realizar cualquier consulta al nutricionista vía telefónica o visitando el CAS.
- Entrega de ticketera para entrega de almuerzo de lunes a viernes en el sitio solicitado por el cliente.
- Control periódico del peso.
- Disponibilidad de productos elaborados para esta dieta que de otra manera serían difíciles de conseguir.

1. **Dieta de Inducción:** que consiste en no consumir ningún carbohidrato durante 14 días, mientras que todos los demás alimentos están permitidos sin restricción
2. **Dieta de Pérdida de Peso Progresiva:** se permite el consumo de una mínima cantidad de carbohidratos hasta obtener un peso muy cercano al establecido como objetivo
3. **Dieta de Pre-Mantenimiento:** unos 5 kilos antes de llegar al peso objetivo se aumenta un poco la cantidad de carbohidratos para disminuir la velocidad con que se pierde peso, hasta llegar al peso ideal
4. **Dieta de Mantenimiento:** una vez obtenido el peso ideal se establece la cantidad de carbohidratos que el cliente puede consumir de tal modo que no vuelva a subir de peso. Ubicado este valor el cliente continúa con el régimen de mantenimiento durante todo el resto de su vida y lo realiza por sí sólo; es decir, con autocontrol y sin vínculo con el CAS

Las materias primas básicas para la elaboración de la dieta a seguir en el tratamiento son las siguientes:

- Alimentos ricos en proteínas
- Alimentos con cierto contenido de grasa
- Legumbres

Estos deben tener una mínima cantidad de carbohidratos

El Centro de Autocuidado de la Salud (CAS), estará ubicado en el centro de Guayaquil, cerca de un Comisariato.

No se tendrá inventario de insumos perecibles, por lo que se realizarán compras diarias de estos alimentos

- Se tendrá productos prefabricados en percha, la cual aportará con carteles y publicidad para mejorar la imagen del local



- Se pondrá especial énfasis en el aseo y limpieza del local, para ofrecer almuerzos en perfecto estado y de la más alta calidad
- El área de la cocina estará separada del área administrativa por motivos de imagen corporativa

Para el control de desperdicios generados y su manejo se consideran los siguientes puntos:

- Los desperdicios alimenticios se introducirán en fundas plásticas de material resistente diseñadas para este propósito, las cuales serán eliminadas en el horario de recolección de basura fijado para dicha zona
- Los olores generados por la elaboración de comida serán eliminados con extractor de olores y disimulados en el área administrativa por medio de ambientadores

Los centros de elaboración de comida tienen que obtener los permisos sanitarios emitidos por la Subsecretaría de Salud Pública de Guayaquil, y los permisos de funcionamiento otorgados por el Municipio, el mismo permite la ubicación de este tipo de centros en la zona del casco comercial

La ubicación del CAS puede estar en las calles Chimborazo, Baquerizo Moreno, Escobedo, Boyacá o en García Avilés; máximo a dos cuadras de la Av. 9 de Octubre

La ubicación se la ha determinado debido a que permite el fácil acceso a los sitios de trabajo de los clientes y además por su cercanía con el Mi Comisariato® y tiendas comerciales

El sector donde está ubicado el CAS cuenta con todo los servicios básicos:

- Luz
- Agua Potable
- Alcantarillado
- Recolección de Basura
- Teléfono
- Internet

También existe una gran cantidad de buses que transitan por la zona.

El local tendrá un área de 54 m² (6m. x 9m.) aproximadamente, en una sola planta, contará con 3 ventiladores 2 para la cocina y 1 para recepción y 1 acondicionador de aire para las administración y nutrición. En cuanto a su infraestructura se requiere lo siguiente:

- 2 Oficinas
- 1 Recepción
- 1 Cocina
- 1 Baño
- 1 Extractor de calor
- 1 Cocina con Plancha Industrial
- 1 Congelador Industrial



- 1 Refrigeradora Industrial
- 1 Vitrina para exhibición de productos elaborados

Todos los equipos empleados en el local serán adquiridos a crédito, sobre la base de cotizaciones de varias empresas y en decisión conjunta entre el Gerente Administrativo y el Comercial.

En cuanto al personal se considera lo siguiente:

- El personal de cocina estará conformado por dos personas, supervisados por el Nutricionista.
- La Secretaria/ Recepcionista será supervisada por los gerentes
- El mensajero será supervisado por la Secretaria/ Recepcionista

Detalle de los equipos por departamento y su distribución:

Equipo	Departamento
1 Cocina Industrial	Cocina
1 Congelador Industrial	Cocina
2 Ventiladores de techo	Cocina
1 Ventilador	Recepción
1 Licuadora	Cocina
3 Escritorios	Recepción Nutrición Administración
3 Computadoras interconectadas en red por medio de un Hub de 5 puertos	Recepción Nutrición Administración
1 Vitrina de exhibición de productos	Recepción
1 Acondicionador de aire	Nutrición y Administración
1 Extractor de Aire	Cocina
Varios utensilios de cocina para elaboración de almuerzos bajos en carbohidratos	Cocina



4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Los miembros del grupo empresarial son:

1. Ing. Raúl Carpio Freire, cuyo perfil es el siguiente:
 - Ingeniero en Telecomunicaciones de la ESPOL
 - Gerente General de Eduempresa S. A.
 - Realizó con éxito la dieta de Atkins
 - Conocedor del mercado empresarial de Guayaquil (Contactos y divulgación)

2. Lsi. Sophía Galárraga Tobar, cuyo perfil es el siguiente:
 - Licenciada en Sistemas de Información
 - Docente de la ESPOL (Protcom)
 - Experta en la generación de operaciones administrativas y de control

4.1. Participación de cada uno en la Gestión Empresarial

- Ing. Raúl Carpio será el realizador y emprendedor en este proyecto, además de llevar la parte comercial, ventas, mercadeo y publicidad

- Lsi. Sophía Galárraga será la Administradora e Integradora en el proyecto, además de los aspectos financieros, contables y legales

Las decisiones a tomar en la ejecución del proyecto serán tomadas en común acuerdo entre el Gerente General (Sophía Galárraga) y el Gerente Comercial (Raúl Carpio), desarrolladores del proyecto

Entre los asesores con los que cuenta el CAS tenemos:

- Un médico quien determinará que si el cliente puede o no seguir el tratamiento según el resultado de los exámenes proporcionados por este.

- Un asesor nutricionista de planta ya que es la persona quien llevará el control del tratamiento de cada cliente.

- Un contador para llevar en regla los asuntos financieros y tributarios del negocio

- Un abogado apoyando en la gestión de permisos mercantiles, municipales y de salud, además de establecer contratos de personal y alianzas estratégicas con otras empresas y proveedores.



Los niveles jerárquicos que se establecerán en la Empresa son:

Nivel 1:

- Gerente General y Administrativo
- Gerente Comercial

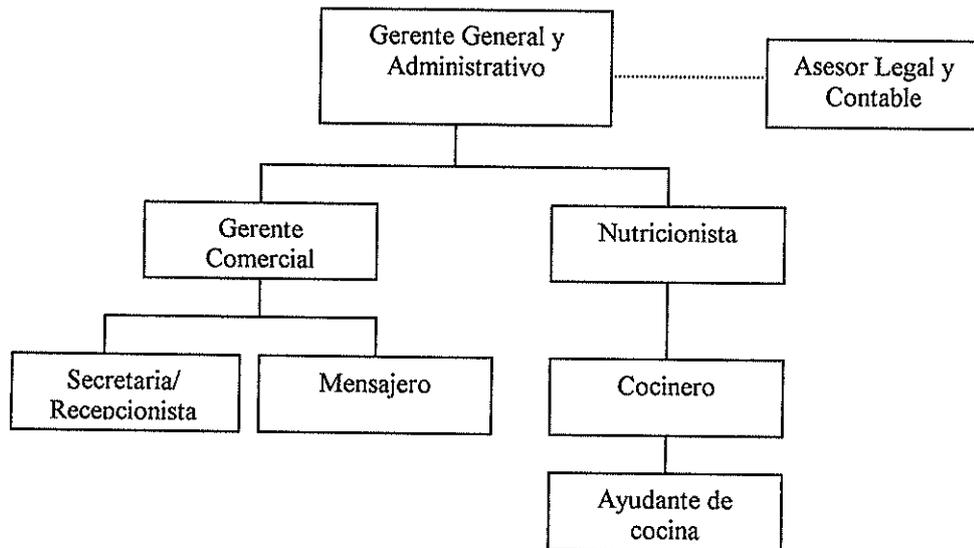
Nivel 2:

- Nutricionista
- Asesor Legal
- Asesor Contable

Nivel 3:

- Secretaria/ Recepcionista
- Cocinero
- Ayudante de cocina
- Mensajero

4.2. Estructura Organizacional



4.3. Políticas de la empresa:

- Cumplir con puntualidad el horario de trabajo de la empresa
- Establecer relaciones cordiales entre todos los colaboradores que conforman el recurso humano de la empresa
- Atender con prontitud y amabilidad los requerimientos y solicitudes de los clientes



- Presentar una imagen impecable que muestre la limpieza y pulcritud del establecimiento
- Respetar, apoyar y ejecutar las decisiones tomadas por la dirección de la empresa
- Velar por el buen uso de las instalaciones y esforzarse por la optimización de todos los gastos necesarios para el buen desenvolvimiento de cada una de las tareas asignadas

4.4. Empleados

Para la apertura del negocio se requiere un total de 9 personas a tiempo completo, cuyas cualidades se detallan a continuación:

Gerente General y Administrativo: Profesional con aptitudes administrativas, financieras y organizativas

Gerente Comercial: Profesional con aptitudes de ventas, mercadeo y publicidad

Nutricionista: Tecnólogo médico especializado en nutrición y hábitos alimenticios

Asesor Legal: Abogado llamado para asesorías y consultas externas, no enrolado

Asesor Contable: Contador especializado en tributación, no enrolado

Secretaria/ Recepcionista: Mujer, Bachiller en secretariado

Cocinero: Hábil en realizar asados

Ayudante de cocina: Responsable y colaborador

Mensajero: Bachiller con moto

Para seleccionar el personal se considera lo siguiente:

- Mecanismos de Reclutamiento
- Por medio de referidos de personas conocidas

Entre los mecanismos de selección empleados tenemos:

- Revisión de Currículum Vitae
- Entrevista preliminar
- Pruebas de selección
- Verificación de referencias personales y laborales
- Entrevista final
- Decisión sobre terna

Entre los mecanismos de contratación se considerará:

- Revisión cláusulas del contrato (apoyado por el asesor legal)
- Firma de un Contrato Laboral



- El nuevo empleado empezará con un periodo de prueba de 3 meses, tras lo cual se evaluará su desempeño y se procederá a extender su contrato por el período de un año

Todo el personal tendrá derecho a:

- Compensaciones salariales de ley
- Almuerzo para el personal todos los días laborables
- Bono de \$5 a todo el personal por cada cliente que cumpla con éxito los objetivos de su dieta
- Pavo y canasta navideña todo el personal

4.5. Funciones del personal

A continuación se detalla cada una de las funciones a seguir por el personal que conforma el CAS:

Gerente General y Administrativo:

- Definir objetivos de la empresa
- Definir las metas financieras de la empresa
- Realizar gestiones financieras
- Controlar y registrar el flujo de transacciones que se originen a diario
- Verificar y controlar la gestión del contador externo y del asesor legal
- Controlar los índices financieros

Gerente Comercial

- Establecer Alianzas Estratégicas con clientes y proveedores
- Diseñar el calendario de charlas de divulgación
- Supervisar la calidad del servicio brindado y el grado de satisfacción del cliente
- Realizar la gestión de ventas tanto individuales como corporativas
- Diseñar y ejecutar promociones
- Identificar nuevos y más rentables nichos de mercado
- Supervisar gestión de cobranza

Nutricionista

- Aperturar ficha médica del cliente
- Verificar y registrar el progreso del tratamiento del cliente
- Controlar el estado de ánimo y físico del cliente una vez comenzado el tratamiento
- Elaborar recetas bajas en carbohidratos para la elaboración de almuerzos
- Detectar posibles problemas generados por la aplicación del tratamiento
- Determinar el menú específico adecuado para cada cliente

Asesor Legal



- Obtener y renovar permisos municipales, mercantiles y sanitarios para el funcionamiento del local
- Ayudar en los trámites pertinentes en el registro de la propiedad y el registro mercantil
- Elaboración de contratos para el personal fijo y eventual en el caso de requerirse
- Diseño y elaboración de los contratos para convenios y alianzas con clientes y proveedores

Asesor Contable

- Recibir los registros contables para elaborar Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y calcular índices financieros
- Realizar la declaración de impuestos mensuales y elaborar la declaración de impuestos a la renta anual

Secretaria/ Recepcionista

- Controlar la apertura del local y llegada del personal en el horario establecido
- Receptar llamadas al negocio
- Realizar las llamadas solicitadas por los ejecutivos
- Elaborar los registros contables de las transacciones de compra y venta realizadas en la compañía
- Llevar el control de la caja chica
- Atención de clientes que visiten el local

Cocinero

- Elaborar listado de cantidad de productos requeridos para elaboración de almuerzos
- Preparar los almuerzos bajos en carbohidratos por medio de recetas proporcionadas por el nutricionista, para los clientes

Ayudante de cocina

- Realizar compras en el supermercado de los productos requeridos para la elaboración de almuerzos
- Ayudar a preparar los almuerzos
- Lavar los utensilios de cocina empleados en la elaboración de almuerzos

Mensajero

- Realizar la limpieza del local todos los días
- Realizar depósitos y entrega de documentos que resulten de la actividad del negocio
- Entregar al lugar de trabajo o domicilio almuerzos solicitados por el cliente

La contratación del personal lo realizará el Gerente General, utilizando el formato proporcionado por el Asesor Legal, donde se considerará lo siguiente:

Personal de planta (tendrán todos los beneficios de ley, además su salario será de acuerdo al perfil solicitado)

Personal temporal (se establecerá un sueldo de común acuerdo)



5. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

5.1. Aspectos Legales

5.1.1. Tipo de sociedad

Sociedad Anónima de 2 miembros, lo cual permitirá la posterior adhesión de más accionistas con aportes de capital fresco, lo cual permitiría el crecimiento y le daría mayor agilidad a la compañía.

5.1.2. Procedimientos para la conformación de la sociedad

- Escritura pública
- Aprobación del organismo de control (Superintendencia de Compañías)
- Afiliación a la Cámara de Comercio
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Registro Único de Contribuyentes

5.1.3. Implicaciones Tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad

- Aprobación de la Subsecretaría de Salud
- Pagos de tasas y permisos municipales para operar

5.1.4. Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus productos

El producto se lo entregará en recipientes o envases de espuma de plástico inerte para preservar su sabor y evitar la contaminación con agentes tóxicos.

5.1.5. Leyes especiales de su actividad económica

- Código de la Salud
- Ley de Ordenanzas Municipales
- Código Civil

5.2. Aspectos de Legislación Urbana

5.2.1. Dificultades legales de reglamentación urbana para el funcionamiento del negocio

El Municipio exige que los establecimientos que preparen alimentos, los procesen con cocinas y equipos de acero inoxidable.

Además se debe realizar una solicitud para el permiso de funcionamiento del local en el departamento de locales comerciales del Municipio con lo cual se determinará si en el lugar está permitido instalar dicho tipo de negocio.

5.2.2. Trámites y permisos ante los organismos del gobierno

- Pago de patente municipal
- Permiso de funcionamiento y habilitación del municipio
- Permiso de sanidad



5.3. Análisis Ambiental

5.3.1. Emisiones, efluentes y residuos de la empresa

- Ley de Medio Ambiente
- Emisión de gases y olores
- Tratamiento de agua y residuos grasos

5.3.2. Riesgos de contaminación por estas emisiones

- Grasas en los desagües
- Los olores pueden perturbar a los vecinos

5.3.3. Mecanismos de control de contaminación

- Extractores de aire
- Ambientadores
- Trampa de grasa
- Retiro diario de desperdicios

5.3.4. Riesgos para la comunidad por las emisiones, efluentes y residuos

- Olores de comida
- Posible contaminación de plagas

5.3.5. Riesgos para los trabajadores

Se encuentran estipulados en el código del trabajo:

- De quemaduras y riesgos de incendio
- Envenenamiento
- Daños a los pulmones

5.3.6. Mecanismos de higiene y seguridad industrial

- Limpieza del local dos veces al día
- Retiro diario de desperdicios
- Los empleados requieren uniforme de color blanco, gorro y mascarilla de tela para evitar la contaminación de los alimentos
- Los empleados deberán además lavar frecuentemente sus manos con jabón desinfectante.
- El personal femenino debe usar el cabello recogido con moño.

5.4. Análisis Social

Los efectos positivos de la empresa para el conglomerado social son:

- Creación de 9 puestos de trabajo
- Mejoramiento de la salud de los clientes
- Se educa a la comunidad para comer más sanamente





6. ANALISIS ECONOMICO

6.1. Inversión en Activos Fijos

Todos los equipos tanto de oficina como de cocina necesarios para la puesta a punto del proyecto serán adquiridos al contado. El valor de esta inversión asciende a \$8,101.43, y en este monto están incluidas todas las adecuaciones e instalaciones a realizarse en local. La justificación de este valor y sus movimientos contables se encuentran detallados en los anexos "Inversión en Activos Fijos" y "Depreciación y Amortización".

Los gastos preoperativos incluyen la constitución de la compañía, y el valor del estudio del proyecto dando un total de \$1,200.

6.2. Inversión en Capital de Trabajo

El mayor requerimiento de capital de trabajo se genera por la alta rotación de materias primas que en el caso de nuestro negocio es de alimentos comprados en centros de abastos, mercados, carnicerías, frigoríficos o comisariatos. Esto provoca que nuestras cuentas por pagar a proveedores sean de cero, debido a que a ellos se les paga de contado.

El detalle de los requerimientos de capital de trabajo se encuentra en el anexo "Inversión en Capital de Trabajo".

6.3. Presupuesto de Ingreso

Basados en la participación del mercado que planteamos como objetivo se calcularon los ingresos mensuales del primer año y se proyectaron las ventas anuales de los siguientes cuatro años, los cuales se encuentran debidamente detallados en el anexo "Presupuesto de Ingresos"

6.4. Presupuesto de Materia Prima, Productos Eleborados e Insumos

De acuerdo a la planificación del anexo "Presupuesto de Ingreso", se determinó los costos de las materias primas necesarias para la elaboración de los almuerzos, lo cual se detalla en los anexos "Costo Unitario", "Costeo del Menú", y "Menú Semanal".



6.5. Presupuesto de Personal

La estimación y desglose de los sueldos de cada uno de los empleados, así como sus beneficios sociales y prestaciones sociales se encuentran detallados en el anexo "Detalle de Sueldos".

Las proyecciones mensuales del primer año y anuales para los siguientes cuatro años se presentan en el anexo "Presupuesto de Personal".

Cabe anotar que las prestaciones sociales corresponden a un 32.97% del sueldo y algunas de ellas se pagan en forma mensual y otras en forma anual. El fondo de reserva equivalente al promedio mensual en un año, se empieza a pagar a partir del segundo año. El decimotercer sueldo equivalente al promedio mensual en un año es pagado cada mes de Diciembre durante la primera quincena.

Para las vacaciones de los empleados se realiza una provisión equivalente a la veinticuatroava parte del sueldo anual ya que corresponde a quince días de vacaciones después de un año de trabajo.

Se ha planteado unos incrementos de sueldo basados en las estimaciones proyectadas por el gobierno actual para la inflación de los próximos cinco años. Dichos porcentajes de incremento se presentan en el anexo "Presupuesto de Personal". Se observa que el personal aumenta solo en mensajeros y ayudantes de cocina.

6.6. Depreciación y Amortización

La depreciación se estima en cinco años para los equipos de oficina, equipos de cocina y utensilios de cocina, utilizando el método de línea recta.

La depreciación de las instalaciones eléctricas, telefónicas y de datos se deprecian en diez años utilizando el método de línea recta.

Las inversiones se amortizan en diez años.

El detalle de estos datos se encuentra en el anexo "Depreciación y Amortización".

6.7. Proyección de Gastos de Operación

Como todo negocio que implique la elaboración de comida, el Centro de Autocuidado de la Salud tiene gastos de arriendo, agua, luz, teléfono, seguro, permisos, impuestos, gas, salarios, transporte y depreciaciones de equipo. Estos gastos se analizan en detalle en el anexo "Proyección de Gastos de Operación".



6.8. Presupuesto de Gastos de Promoción y Ventas

Estos incluyen gastos de publicidad, transporte, papelería y la depreciación de equipos de oficina, así como las comisiones reconocidas a los vendedores. El detalle de estos gastos se muestra y analiza en el anexo "Gastos de Promoción y Ventas".

6.9. Presupuesto de Otros Gastos

Estos se generan por la diversidad de permisos e impuestos que deben ser adquiridos, cancelados y actualizados cada cierto tiempo. Un rubro muy importante es el pago mensual del IVA que al momento de la elaboración de este proyecto tiene un valor del 12%.

El detalle de todos estos gastos se muestra en los anexos "Gastos de Impuestos" e "IVA por Pagar".

6.10. Análisis de Costos y Punto de Equilibrio

Se ha realizado un análisis exhaustivo de los costos fijos, costos variables y costos unitarios para determinar los márgenes unitarios de ganancia y el punto de equilibrio en el número de clientes para sostener el proyecto. Los valores se encuentran debidamente justificados y calculados en el anexo "Análisis de Costos y Equilibrio".



7. ANALISIS FINANCIERO

7.1. Flujo de Caja

Para mantener el nivel de liquidez y solvencia del proyecto se requiere que el aporte de los socios inversionistas sea de \$25,000, ya que de este modo no se presentarían problemas de caja acorde al nivel de ingresos y gastos proyectados.

Las cifras del flujo de caja se pueden observar en detalle en el anexo "Flujo de Caja".

7.2. Estado de Resultados

Las proyecciones de estado de resultados para cada uno de los cinco años se muestran en el anexo "Proyección de Estado de Resultados".

Cabe anotar que el proyecto genera pérdidas durante el primer año pero se recupera durante los cuatro años siguientes.

7.3. Balance General

El Balance General muestra las cifras de instalación del negocio y las operaciones de los cinco años siguientes. Las cuentas y el balance general se pueden observar en detalle en el anexo "Balance General".



8. ANALISIS DE RIESGOS E INTENGIBLES

8.1. Riesgos de Mercado

No se espera que haya cambio desfavorable en este sector, ya que mas bien el número de personas que se preocupan por su peso están cada día en aumento. Sin embargo, el cliente es ahora más exigente, ya que se han presentado problemas graves en la salud de algunos pacientes sometidos a dietas o tratamientos nutricionales. Esto seguramente provoque una resistencia inicial a esta dieta que tiene principios básicos que van en contra de lo normalmente aceptado como una dieta sana. Una vez que varios clientes obtengan su objetivo en cuanto su peso y salud disminuirá esta resistencia.

8.2. Riesgos Técnicos

Existe aquí un riesgo alto debido a que los servicios básicos como agua y electricidad son de mala calidad en la ciudad de Guayaquil. Por un lado el agua presenta insalubridad y en algunos casos se paraliza su suministro durante algunas horas o días. Por otro lado, la electricidad presenta cortes durante los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre, por la presencia del estiaje en la central de Paute.

El servicio telefónico es deficiente y cuando se daña, la reparación se efectúa en no menos de 24 horas, lo cual presentaría una desvinculación y falta de comunicación con los clientes actuales y potenciales.

8.3. Riesgos Económicos

No se espera mayor variación en el índice de precios ya que el efecto de la dolarización está haciendo converger el valor de la inflación a cifras de un dígito.

Por otro lado, los ingresos laborales si aumentarán en los próximos años por efecto del crecimiento económico esperado en el país.

8.4. Riesgos Financieros

La inestabilidad de los bancos preocupa mucho debido a que se corre el riesgo de nuevos congelamientos o quiebras de dichas instituciones. Además, la tasa de interés para préstamos se encuentra en el rango del 18% al 22%, lo cual en una economía dolarizada es exageradamente elevado. Cabe anotar que los préstamos son solo para inversiones de corto plazo y al momento no existen préstamos para capital de trabajo.



9. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO

La Junta General de Accionistas inicial acuerda que el 100% de las utilidades se mantendrán como reserva para futuras capitalizaciones de la empresa después de los primeros cinco años de operación.

Los accionistas esperan una utilidad sobre patrimonio mínima del 15% como promedio, que genere los suficientes fondos para recuperar los recursos propios en un plazo máximo de cinco años.

El costo promedio de oportunidad de los recursos propios de los accionistas es del 7%.

9.1. Evaluación de Contado

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El valor actual neto del proyecto tomando en consideración que el costo del dinero actualmente es del 18% es igual a **\$16,559.49**. Esto indica que el proyecto analizado del Centro de Autocuidado de la Salud es rentable.

El cálculo de este valor se encuentra detallado en el anexo "Evaluación Financiera del Proyecto".

- **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La tasa interna de retorno descontada de los flujos de caja en los primeros cinco años del proyecto es del **37%**. Esto refuerza el resultado obtenido en el VAN, ya que este TIR es mayor que el costo del capital que es del 18%.

Este TIR del 21% es mucho mayor que el costo de oportunidad de los accionistas que es del 7%. El cálculo de este valor se encuentra detallado en el anexo "Evaluación Financiera del Proyecto".

9.2. Evaluación con Financiación

No se realiza este análisis debido a que por la naturaleza del negocio ninguna institución financiera otorga préstamos para este tipo de activos fijos y peor aún para capital de trabajo.

9.3. Análisis de Sensibilidad

Revisando los cambios producidos por cambios en las diferentes variables, se han encontrado los siguientes resultados con cada una de ellas:

Precio de venta unitario del producto: produce un cambio inmediato en la demanda ocasionando una pérdida de mercado que generaría pérdidas al negocio.



Precios de los insumos: su incremento provoca grandes cambios en el costo unitario con el resultado antes descrito.

Participación de mercado: su cambio produce grandes ganancias o pérdidas ya que los costos marginales se reducen al presentarse un aumento en este parámetro.

Tamaño del mercado: Si el mercado aumenta se prevee un cambio pequeño ya que la infraestructura del negocio no permite crecer con la suficiente rapidez.

Salarios: no aportan cambios significativos a los costos marginales.

Costo de transporte: no aporta cambios significativos ya que su incidencia se diluye en la cantidad que se transporta en cada recorrido.

9.4. Análisis de la Estructura Financiera

Existe un bajo nivel de apalancamiento financiero ya que no se han realizado préstamos bancarios, prendarios ni hipotecarios y sólo el aporte de los socios hace posible la realización del proyecto.

El capital de trabajo se mantiene en constante aumento a partir del segundo año lo que produce una adecuada liquidez que produce un índice que se encuentra sobre los 3 puntos en todo momento.

A partir del segundo año y como promedio el índice de liquidez se ubica en un promedio de 3 unidades, la utilidad sobre ventas está entre el 5% y el 15% a partir del segundo año, y la utilidad sobre patrimonio se ubica entre 22% y el 34% para el mismo tiempo.

El análisis de estos valores se encuentra detallados en el anexo "Índices Financieros".

9.5. Evaluación Integral del Proyecto

Como se observa en el análisis del proyecto que obtiene una tasa de retorno que se ubica en el 37% y además recupera la inversión realizada por los socios de \$25,000.00, hemos encontrado que nuestro proyecto es Económicamente viable y factible.

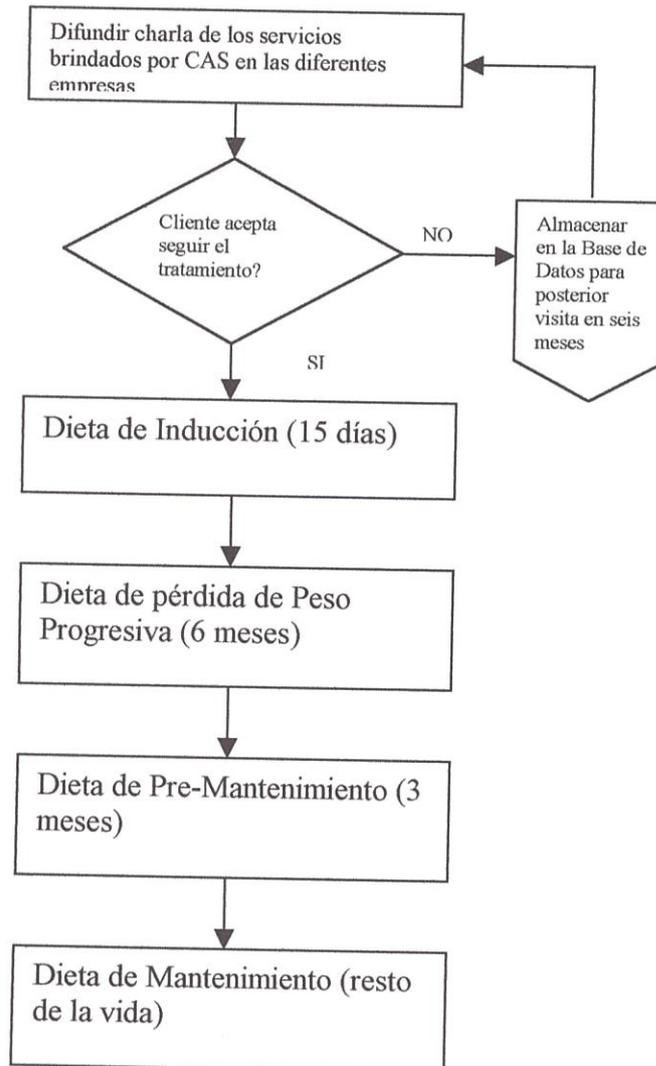
El Valor Presente Neto a 5 años asciende a \$16,559.49 y el Balance General del proyecto indica que luego del tercer año se logra el período de pago descontado.

El análisis del punto de equilibrio promedio indica que con 43 clientes cada mes, el negocio se mantiene en marcha sin acumular pérdidas.

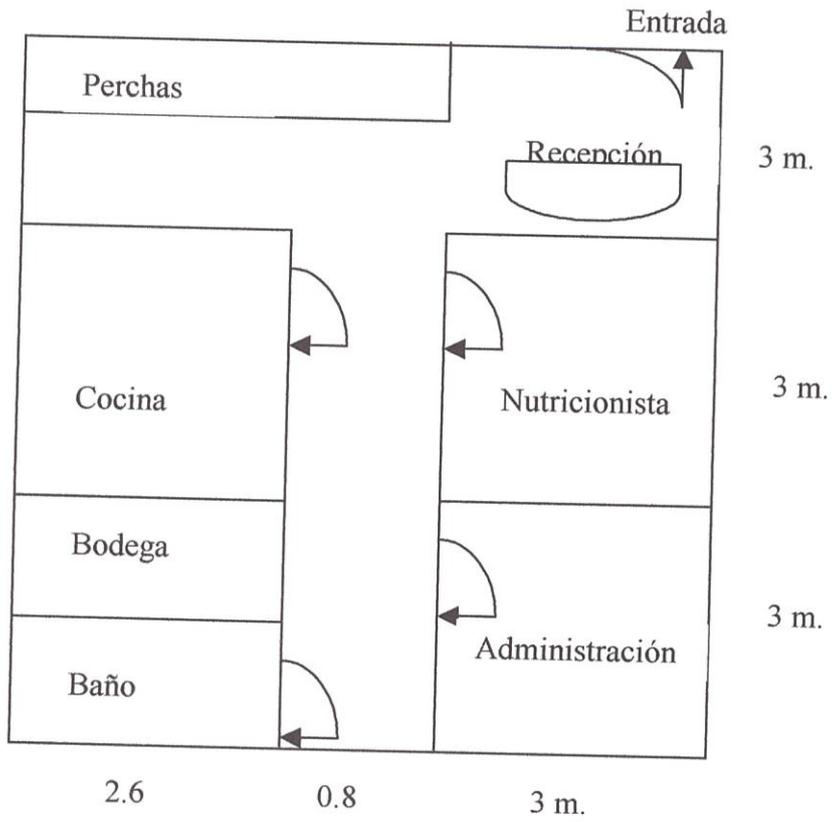
Además los inversionistas recuperan su inversión a partir del cuarto año, a partir de lo cual, la empresa se autosostiene.

ANEXOS

PROCESO DEL PRODUCTO BRINDADO POR CAS



DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL



ENCUESTA

Buenos días (tardes), permítame unos minutos de su tiempo, gracias por su colaboración:

Encuestador: _____

Sexo: Femenino Masculino
 Edad: Menor 25 Entre 25 y 35 Mayor a 35
 Peso: _____ (libras) Altura: _____ (cm.)

1. Ud. Ha realizado alguna dieta para bajar de peso
 Si No

1.1. Si su respuesta es Si, indique el nombre de la dieta

1.2. Si su respuesta es No, estaría dispuesto a realizar una dieta?
 Si No

Continuar con la encuesta, sólo si su última respuesta fue sí, caso contrario muchas gracias

2. Cuánto pagó o estaría dispuesto a pagar al mes por una dieta que le permita llegar a su peso ideal?
 \$100 - \$200 \$201 - \$300 \$301 - \$400 Más de \$400

3. Qué servicios le ofrecieron o le gustaría que le ofrezcan en un centro dietético?

Entrega diaria de almuerzo	<input type="checkbox"/>	Masajes	<input type="checkbox"/>
Gimnasio	<input type="checkbox"/>	Vitaminas y medicinas	<input type="checkbox"/>
Control periódico del peso	<input type="checkbox"/>	Asesor Nutricionista	<input type="checkbox"/>
Otros:			

4. Alcanzó su objetivo cuando realizó la dieta?
 Si No No ha hecho dieta

5. Qué dificultades encontró o piensa que encontrará al realizar una dieta?

Pasaba hambre	<input type="checkbox"/>	Ansiedad y antojos por comer	<input type="checkbox"/>
No bajaba de peso	<input type="checkbox"/>	Rompía la dieta con facilidad	<input type="checkbox"/>
Falta de apoyo en el hogar	<input type="checkbox"/>	Dieta muy complicada	<input type="checkbox"/>
Dieta muy monótona	<input type="checkbox"/>	Daños en la salud	<input type="checkbox"/>
Dieta muy cara	<input type="checkbox"/>	Alimentos difíciles de conseguir	<input type="checkbox"/>
Mala atención	<input type="checkbox"/>	Otros _____	

6. Dónde almuerza usted?
 Trabajo Casa Lugares públicos

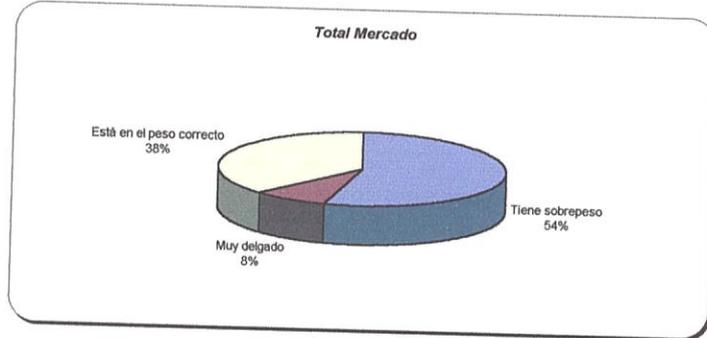
7. A qué hora almuerza?
 11 AM 12 AM 1 PM 2 PM 3 PM

8. Cuáles alimentos son de su preferencia?

Carne de res o cerdo	<input type="checkbox"/>	Carne de aves o pescado	<input type="checkbox"/>
Mariscos	<input type="checkbox"/>	Vegetales y verduras	<input type="checkbox"/>
Frutas	<input type="checkbox"/>	Cereales y granos	<input type="checkbox"/>
Pasteles	<input type="checkbox"/>	Lácteos	<input type="checkbox"/>
Jugos Naturales	<input type="checkbox"/>	Gaseosas	<input type="checkbox"/>
Pan	<input type="checkbox"/>	Golosinas	<input type="checkbox"/>
Huevo	<input type="checkbox"/>	Fideos y Pastas	<input type="checkbox"/>
Licores	<input type="checkbox"/>	Otros _____	

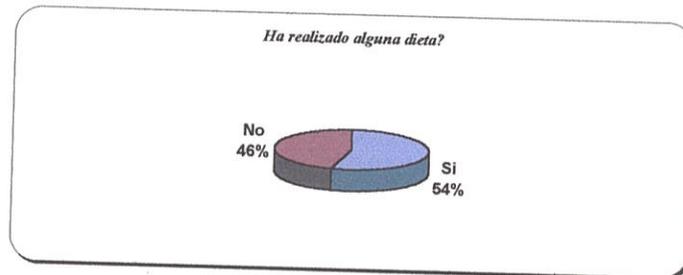
Resultados	Cantidad	Porcentaje
Tiene sobrepeso	13	54%
Muy delgado	2	8%
Está en el peso correcto	9	38%
Total hombre encuestados	24	100%

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS



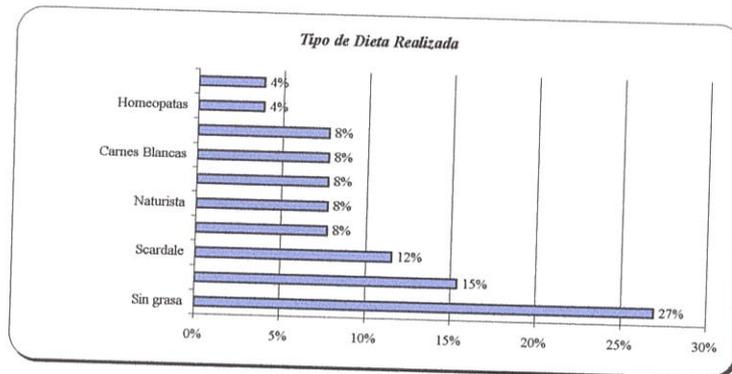
Pregunta No. 1
Ha realizado alguna dieta para bajar de peso?

	Cantidad	Porcentaje
Si	13	54%
No	11	46%
Total personas	24	100%



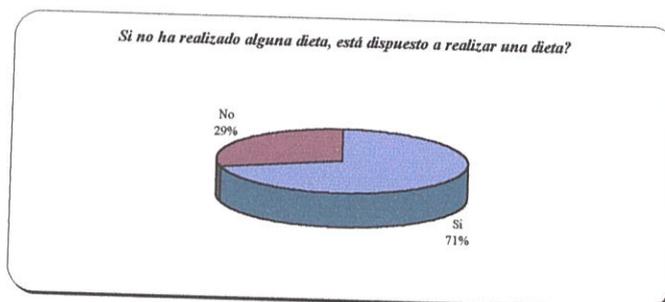
Pregunta No. 1.1
Qué dieta ha realizado?

Tipo de Dieta	Cantidad	Porcentaje
Sin grasa	3.5	27%
Korper	2	15%
Scardale	1.5	12%
Dr. Atkins	1	8%
Naturista	1	8%
Bajo consumo de alimentos	1	8%
Carnes Blancas	1	8%
Ensaladas	1	8%
Homeopatas	0.5	4%
Sin harina	0.5	4%
Total	13	100%



Pregunta No. 1.2
Si no ha realizado alguna dieta, está dispuesto a realizar una dieta?

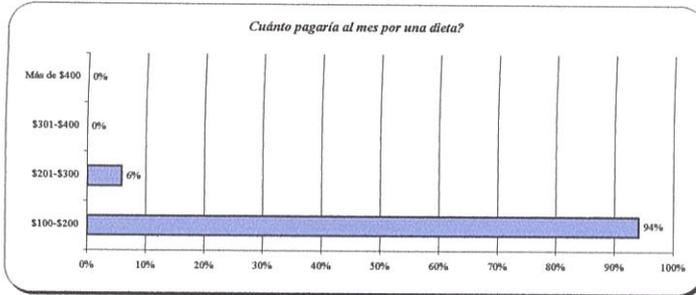
	Cantidad	Porcentaje
Si	17	71%
No	7	29%
Total	24	100%



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

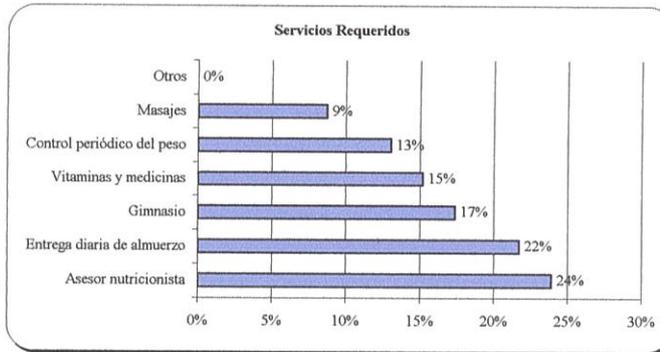
Pregunta No. 2
Cuánto pagaría al mes por una dieta?

Costo Mensual	Cantidad	Porcentaje
\$100-\$200	16	94%
\$201-\$300	1	6%
\$301-\$400	0	0%
Más de \$400	0	0%
Total	17	100%



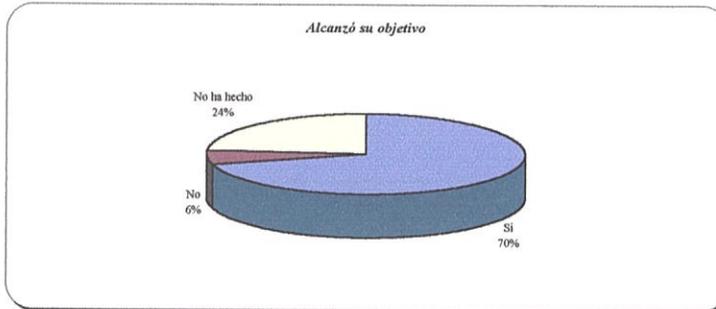
Pregunta No. 3
Servicios Requeridos?

Servicios	Cantidad	Porcentaje
Asesor nutricionista	11	24%
Entrega diaria de almuerzo	10	22%
Gimnasio	8	17%
Vitaminas y medicinas	7	15%
Control periódico del peso	6	13%
Masajes	4	9%
Otros	0	0%
Total	46	100%



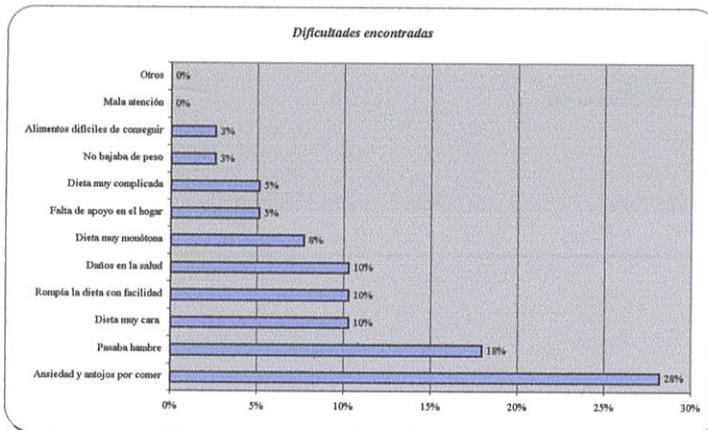
Pregunta No. 4
Alcanzó su objetivo?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	12	71%
No	1	6%
No ha hecho	4	24%
Total	17	100%



Pregunta No. 5
Qué dificultades encontró?

Dificultades	Cantidad	Porcentaje
Ansiedad y antojos por comer	11	28%
Pasaba hambre	7	18%
Dieta muy cara	4	10%
Rompía la dieta con facilidad	4	10%
Daños en la salud	4	10%
Dieta muy monótona	3	8%
Falta de apoyo en el hogar	2	5%
Dieta muy complicada	2	5%
No bajaba de peso	1	3%
Alimentos difíciles de conseguir	1	3%
Mala atención	0	0%
Otros	0	0%
Total	39	100%

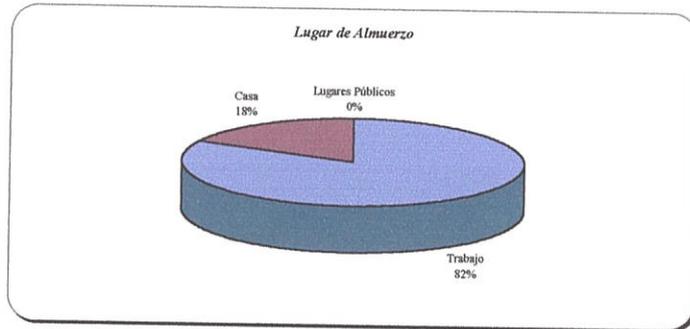


RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Pregunta No. 6

Dónde almuerza?

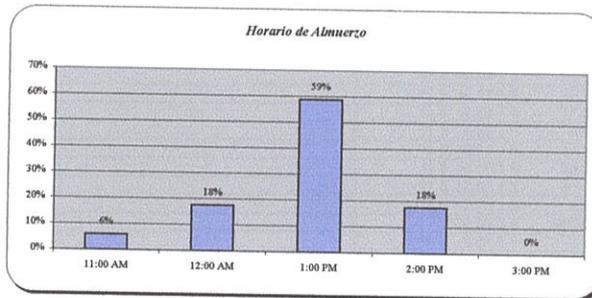
Lugar	Cantidad	Porcentaje
Trabajo	14	82%
Casa	3	18%
Lugares Públicos	0	0%
Total	17	100%



Pregunta No. 7

A qué hora almuerza?

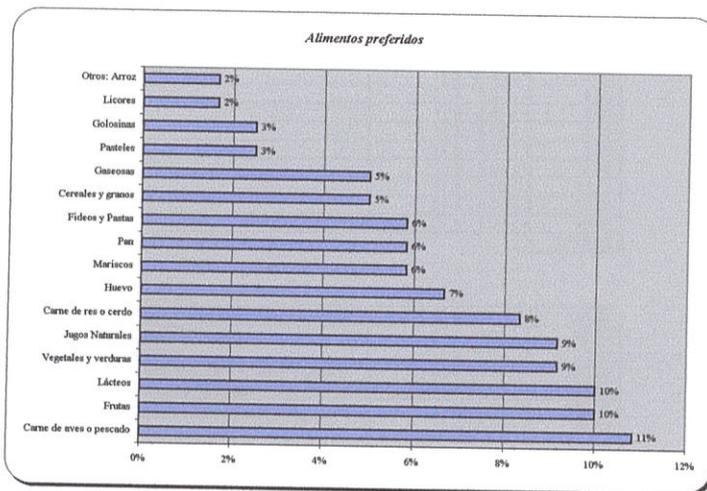
Hora	Cantidad	Porcentaje
11:00 AM	1	6%
12:00 AM	3	18%
1:00 PM	10	59%
2:00 PM	3	18%
3:00 PM	0	0%
Total	17	100%



Pregunta No. 8

Qué alimentos prefiere?

Alimento	Cantidad	Porcentaje
Carne de aves o pescado	13	11%
Frutas	12	10%
Lácteos	12	10%
Vegetales y verduras	11	9%
Jugos Naturales	11	9%
Carne de res o cerdo	10	8%
Huevo	8	7%
Mariscos	7	6%
Pan	7	6%
Fideos y Pastas	7	6%
Cereales y granos	6	5%
Gaseosas	6	5%
Pasteles	3	3%
Golosinas	3	3%
Licores	2	2%
Otros: Arroz	2	2%
Total	120	100%



PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

Descripción	Ubicación	Cantidad	P.U.	Subtotal
EQUIPOS DE OFICINA				
Acondicionador de Aire 9KBTU	Administración	1	\$352.63	\$ 352.63
Computadora	Recepción, Administración y Nutrición	3	\$450.00	\$ 1,350.00
Escritorio	Recepción, Administración y Nutrición	3	\$ 60.00	\$ 180.00
Fax	Recepción	1	\$167.81	\$ 167.81
HUB	Administración	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Impresora de Inyección de tinta	Recepción	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Sillas de escritorio	Recepción, Administración y Nutrición	3	\$ 46.40	\$ 139.20
Teléfono inalámbrico	Administración	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Ventilador de Techo	Cocina y Recepción	3	\$ 40.00	\$ 120.00
Vitrina	Recepción	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Regulador de Voltaje	Recepción, Administración y Nutrición	3	\$ 30.00	\$ 90.00
UPS	Recepción	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Subtotal de Equipos de Oficina				\$ 2,719.64

EQUIPOS DE COCINA				
Abrelatas	Cocina	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Batidora	Cocina	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Cilindro de gas	Cocina	4	\$ 15.00	\$ 60.00
Cocina Industrial de Acero Inoxidable con 2 barras de quemadores a gas	Cocina	1	\$800.00	\$ 800.00
Congelador Industrial	Cocina	1	\$960.00	\$ 960.00
Extractor de Aire	Cocina	1	\$250.00	\$ 250.00
Extractor de Jugo	Cocina	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Horno Microonda	Cocina	1	\$157.00	\$ 157.00
Licudadora	Cocina	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Parrilla Industrial a gas	Cocina	1	\$500.00	\$ 500.00
Refrigerador Industrial	Cocina	1	\$780.00	\$ 780.00
Tostadora	Cocina	1	\$ 32.97	\$ 32.97
Subtotal Equipos de Cocina				\$ 3,704.97

UTENSILIOS DE COCINA				
Juego de ollas de acero inoxidable	Cocina	1	\$220.00	\$ 220.00
Olla arrocera multiuso	Cocina	1	\$ 39.56	\$ 39.56
Olla de presión	Cocina	1	\$ 30.77	\$ 30.77
Juego de sartenes 3 piezas	Cocina	1	\$ 17.58	\$ 17.58
Rayador	Cocina	1	\$ 0.80	\$ 0.80
Juego de cubiertos 12 piezas	Cocina	1	\$ 13.18	\$ 13.18
Balanza hasta 6 lbs.	Cocina	1	\$ 19.00	\$ 19.00
Juego Cuchillos	Cocina	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Abre nueces	Cocina	1	\$ 2.25	\$ 2.25
Anaqueles	Cocina	1	\$500.00	\$ 500.00
Espatula para pastel	Cocina	1	\$ 2.04	\$ 2.04
Hacha para cocina	Cocina	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Vajilla 20 piezas	Cocina	1	\$ 29.12	\$ 29.12
Juego de utensilios	Cocina	1	\$ 7.73	\$ 7.73
Envases para especias 6 piezas	Cocina	1	\$ 9.31	\$ 9.31
Juego vaso de vidrios 6 piezas	Cocina	1	\$ 4.22	\$ 4.22
Juego pyrex 3 piezas	Cocina	1	\$ 29.37	\$ 29.37
Jarra	Cocina	2	\$ 6.10	\$ 12.20
Colador	Cocina	4	\$ 6.70	\$ 26.80
Sacacorchos	Cocina	1	\$ 2.13	\$ 2.13
Juego de embudo 3 piezas	Cocina	1	\$ 1.00	\$ 1.00
Termómetro	Cocina	1	\$ 6.80	\$ 6.80
Encendedor de hornilla	Cocina	2	\$ 2.00	\$ 4.00
Juego de cucharas con medida 4 piezas	Cocina	1	\$ 2.60	\$ 2.60
Trinche de Acero	Cocina	1	\$ 3.08	\$ 3.08
Cucharón	Cocina	2	\$ 1.57	\$ 3.14
Cepillo de acero para limpiar parrilla	Cocina	1	\$ 3.86	\$ 3.86
Tabla de picar	Cocina	2	\$ 5.59	\$ 11.18
Ensaladera	Cocina	2	\$ 5.04	\$ 10.08
Bandeja con tapas 6 piezas	Cocina	2	\$ 7.51	\$ 15.02
Subtotal de Utensilios de Cocina				\$ 1,076.82

INSTALACIONES ELECTRICAS, DATOS Y ADECUACION DEL LOCAL				
Instalación de luminarias	Recepción, Administración, Nutrición, Baño y Cocina	8	\$ 15.00	\$ 120.00
Instalación de red de datos	Recepción, Administración y Nutrición	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Instalación de red de voz	Recepción y Administración	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Instalaciones eléctrica de servicio general	Recepción, Administración, Nutrición, Baño y Cocina	8	\$ 15.00	\$ 120.00
Instalaciones eléctrica polarizada	Recepción, Administración y Nutrición	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Obra civil	Recepción, Administración, Nutrición, Baño y Cocina	1	\$200.00	\$ 200.00
Pintura y mano de obra	Recepción, Administración, Nutrición, Baño y Cocina	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Subtotal Adecuación del local				\$ 600.00

Total de Inversión de Activo Fijo				\$ 8,101.43
Gastos Preoperativos				
Gastos de Constitución de la empresa				\$ 500.00
Gastos del Estudio del Proyecto				\$ 700.00
Total Gastos Preoperativos				\$ 1,200.00
Total de Inversión Inicial				\$ 9,301.43

MENU SEMANAL

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
Incluye: Caldo de Espinaca con carne Lomo Asado Ensalada de Brocoli Botellita descartable de cola de dieta Postre de gelatina light de frutilla	Incluye: Encebollado de pescado sin yuca Enccocado de pescado Ensalada de coliflor con lechuga en mayonesa Vaso de Limonada Postre de gelatina light de cereza	Incluye: Consomé de Pollo Pollo a la plancha con salsa de Hongos Ensalada de lechuga con aguacate Vaso de Jugo de Naranja Postre de gelatina light manzana	Incluye: Caldo de Pata de Cerdo Chanco en salsa de tamarindo Ensalada de cebolla colorada con tomate Botellita descartable de cola de dieta Postre de gelatina light uva	Incluye: Menú de Marisco Caldo de mariscos Ceviche camarón y concha Ensalada de cebolla colorada con tomate Vaso de Limonada Postre de gelatina light limón
Costo Menú \$ 2.77	Costo Menú \$ 2.58	Costo Menú \$ 1.89	Costo Menú \$ 2.28	Costo Menú \$ 2.65
Costo Envase \$ 0.15	Costo Envase \$ 0.15	Costo Envase \$ 0.15	Costo Envase \$ 0.15	Costo Envase \$ 0.15
Costo Menú y envase \$ 2.92	Costo Menú y envase \$ 2.73	Costo Menú y envase \$ 2.04	Costo Menú y envase \$ 2.43	Costo Menú y envase \$ 2.80
Costo Total Semanal \$ 12.93	Semanas al mes 4	Costo Total Mensual \$ 51.71		

Costo Unitario de Ingredientes del Menú

Ingrediente	Tamaño de Vta. al público	Tamaño de Porción	Número de Porciones	Costo de tamaño de Vta. al Público	Costo de Porción
Leite	Botella	2 cucharadas	400	\$ 1.10	\$ 0.0028
Muacate	Unidad	Porción	2	\$ 0.40	\$ 0.2000
...	Funda de 20 u.	1 u.	20	\$ 0.50	\$ 0.0250
...	Atado	Una rama	20	\$ 0.20	\$ 0.0100
Botellita descartable de cola de dieta	Unidad	Unidad	1	\$ 0.40	\$ 0.4000
...	Unidad	Porción	4	\$ 0.25	\$ 0.0625
...	Libra	Porción	6	\$ 7.00	\$ 1.1667
...	Libra	Porción	1.5	\$ 1.40	\$ 0.9333
...	Atado	Media Rama	30	\$ 0.60	\$ 0.0200
...	Libra	Media Cebolla	10	\$ 0.20	\$ 0.0200
...	Libra	Media Cebolla	10	\$ 0.20	\$ 0.0200
...	Unidad	Porción	10	\$ 0.80	\$ 0.0800
...	Unidad	Porción	8	\$ 0.40	\$ 0.0500
...	Sobre	Pizca	10	\$ 0.10	\$ 0.0100
...	Unidad	Unidad	1	\$ 0.10	\$ 0.1000
...	Atado	Una rama	20	\$ 0.20	\$ 0.0100
...	Sobre	Pizca	10	\$ 0.10	\$ 0.0100
...	Atado	Una Rama	20	\$ 0.60	\$ 0.0300
...	Unidad	Porción	8	\$ 0.15	\$ 0.0188
...	Unidad	Unidad	1	\$ 0.05	\$ 0.0500
...	Libra	Porción	2	\$ 1.80	\$ 0.9000
...	Frasco 500 gr.	2 cucharadas	25	\$ 1.80	\$ 0.0720
...	Frasco 500 gr.	Cucharadita	200	\$ 1.50	\$ 0.0075
...	Unidad	Unidad	1	\$ 0.15	\$ 0.1500
...	Libra	Porción	6	\$ 0.70	\$ 0.1167
...	Atado	Una Rama	20	\$ 0.20	\$ 0.0100
...	Libra	Porción	2	\$ 1.60	\$ 0.8000
...	Libra	Porción	2	\$ 1.80	\$ 0.9000
...	Libra	Porción	2	\$ 2.50	\$ 1.2500
...	Sobre	Pizca	10	\$ 0.10	\$ 0.0100
...	Unidad	Porción	8	\$ 0.10	\$ 0.0125
...	Libra	Presa	1	\$ 0.90	\$ 0.9000
...	Funda de 500 gr.	Pizca de 2 gr.	250	\$ 0.50	\$ 0.0020
...	Unidad	Medio sobre	2	\$ 0.55	\$ 0.2750
...	Unidad	Medio sobre	2	\$ 0.55	\$ 0.2750
...	Unidad	Medio sobre	2	\$ 0.55	\$ 0.2750
...	Unidad	Medio sobre	2	\$ 0.55	\$ 0.2750
...	Unidad	Medio sobre	2	\$ 0.55	\$ 0.2750
...	Unidad	Porción 50 gr.	5	\$ 0.50	\$ 0.1000
...	Paquete	Sobre	100	\$ 7.00	\$ 0.0700
...	Libra	Décimo de libra	10	\$ 0.80	\$ 0.0800
...	Libra	Medio tomate	8	\$ 0.30	\$ 0.0375

Análisis de Costeo de Menú

LUNES			
Menú de Res			
Ingredientes:	Porciones	Costo de Porción	Costo Total
Carne	1	0.9333	0.9333
Espinaca	1	0.0300	0.0300
Cebolla blanca	1	0.0200	0.0200
Pimiento	1	0.0125	0.0125
Lomo	1	0.9000	0.9000
Brócoli	1	0.0625	0.0625
Botellita descartable de cola de dieta	1	0.4000	0.4000
Sobre de gelatina light de frutilla	1	0.2750	0.2750
Sal	2	0.0020	0.0040
Ajo	1	0.0250	0.0250
Curry	1	0.0100	0.0100
Comino	1	0.0100	0.0100
Aceite	1	0.0028	0.0028
Pimienta	1	0.0100	0.0100
Mostaza	1	0.0075	0.0075
Mayonesa	1	0.0720	0.0720
Total			\$ 2.7746

MARTES			
Menú de Pescado			
Ingredientes:	Porciones	Costo de Porción	Costo Total
Pescado picado	1	0.8000	0.8000
Cebolla perla	1	0.0200	0.0200
Pescado Corvina	1	0.9000	0.9000
Coco	1	0.0800	0.0800
Cebolla colorada	1	0.0200	0.0200
Pimiento	1	0.0125	0.0125
Coliflor	1	0.0500	0.0500
Lechuga	1	0.0188	0.0188
Limonas	3	0.0500	0.1500
Sobre de gelatina light de cereza	1	0.2750	0.2750
Sobres de edulcorante artificial	2	0.0700	0.1400
Sal	3	0.0020	0.0060
Ajo	1	0.0250	0.0250
Aceite	1	0.0028	0.0028
Pimienta	1	0.0100	0.0100
Mayonesa	1	0.0720	0.0720
Total			\$ 2.5820

MIÉRCOLES			
Menú de Pollo			
Ingredientes:	Porciones	Costo de Porción	Costo Total
Pollo	1	0.9000	0.9000
Sobre de salsa de Hongos	1	0.1000	0.1000
Lechuga	1	0.0188	0.0188
Aguacate	1	0.2000	0.2000
Naranja	1	0.1500	0.1500
Sobre de gelatina light manzana	1	0.2750	0.2750
Sobres de edulcorante artificial	2	0.0700	0.1400
Sal	2	0.0020	0.0040
Ajo	1	0.0250	0.0250
Aceite	1	0.0028	0.0028
Pimienta	1	0.0100	0.0100
Apio	1	0.0100	0.0100
Limonas	1	0.0500	0.0500
Total			\$ 1.8855

JUEVES			
Menú de Cerdo			
Ingredientes:	Porciones	Costo de Porción	Costo Total
Pata de Cerdo	1	0.1167	0.1167
Pierna de chancho	1	1.2500	1.2500
Tamarindo	1	0.0800	0.0800
Pimiento	1	0.0125	0.0125
Cebolla colorada	1	0.0200	0.0200
Tomate	1	0.0375	0.0375
Botellita descartable de cola de dieta	1	0.4000	0.4000
Sobre de gelatina light uva	1	0.2750	0.2750
Sal	2	0.0020	0.0040
Ajo	1	0.0250	0.0250
Aceite	1	0.0028	0.0028
Pimienta	1	0.0100	0.0100
Limonas	1	0.0500	0.0500
Total			\$ 2.2834

VIERNES			
Menú de Marisco			
Ingredientes:	Porciones	Costo de Porción	Costo Total
Camaron	1	1.1667	1.1667
Concha	8	0.1000	0.8000
Cebolla colorada	1	0.0200	0.0200
Tomate	1	0.0375	0.0375
Limonas	3	0.0500	0.1500
Sobre de gelatina light limón	1	0.2750	0.2750
Sobres de edulcorante artificial	2	0.0700	0.1400
Sal	2	0.0020	0.0040
Ajo	1	0.0250	0.0250
Aceite	1	0.0028	0.0028
Pimienta	1	0.0100	0.0100
Perejil	1	0.0100	0.0100
Culantro	1	0.0100	0.0100
Total			\$ 2.6509

Envases y empaque			
Ingredientes:	Cantidad	Costo Unitario	Total
Bandeja de espuma cerrada	1	0.0500	0.0500
Tarrina para sopa o caki	1	0.0500	0.0500
Vaso plástico con tapa	1	0.0250	0.0250
Recipiente pequeño de espuma para postre	1	0.0250	0.0250
Total			\$ 0.1500

DEPRECIACION

DESCRIPCION	TIEMPO DE DEPRECIACION (AÑOS)	PERIODO	% DEPRECIACION	INVERSION	AJUSTE	DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA
Muebles de Oficina	5	0		\$ 2,719.64	\$0.00	\$0.00	\$0.00
		1	20%	\$ 2,719.64	\$0.00	\$543.93	\$543.93
		2	20%	\$ 2,719.64	\$0.00	\$543.93	\$1,087.86
		3	20%	\$ 2,719.64	\$0.00	\$543.93	\$1,631.78
		4	20%	\$ 2,719.64	\$0.00	\$543.93	\$2,175.71
		5	20%	\$ 2,719.64	\$0.00	\$543.93	\$2,719.64
Muebles de Cocina	5	0		\$ 3,704.97	\$0.00	\$0.00	\$0.00
		1	20%	\$ 3,704.97	\$0.00	\$740.99	\$740.99
		2	20%	\$ 3,704.97	\$0.00	\$740.99	\$1,481.99
		3	20%	\$ 3,704.97	\$0.00	\$740.99	\$2,222.98
		4	20%	\$ 3,704.97	\$0.00	\$740.99	\$2,963.98
		5	20%	\$ 3,704.97	\$0.00	\$740.99	\$3,704.97
Utensilios de cocina	5	0		\$ 1,076.82	\$0.00	\$0.00	\$0.00
		1	20%	\$ 1,076.82	\$0.00	\$215.36	\$215.36
		2	20%	\$ 1,076.82	\$0.00	\$215.36	\$430.73
		3	20%	\$ 1,076.82	\$0.00	\$215.36	\$646.09
		4	20%	\$ 1,076.82	\$0.00	\$215.36	\$861.46
		5	20%	\$ 1,076.82	\$0.00	\$215.36	\$1,076.82
Instalaciones eléctricas y datos	10	0		\$ 600.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
		1	10%	\$ 600.00	\$0.00	\$60.00	\$60.00
		2	10%	\$ 600.00	\$0.00	\$60.00	\$120.00
		3	10%	\$ 600.00	\$0.00	\$60.00	\$180.00
		4	10%	\$ 600.00	\$0.00	\$60.00	\$240.00
		5	10%	\$ 600.00	\$0.00	\$60.00	\$300.00

AMORTIZACION

DESCRIPCION	TIEMPO DE AMORTIZACION (AÑOS)	PERIODO	% AMORTIZACION	V.R.ACTUAL	AJUSTE	AMORTIZACION	AMORTIZACION ACUMULADA
Equipos Preoperativos	10	0		\$ 1,200.00		\$0.00	\$0.00
		1	10%	\$ 1,200.00		\$120.00	\$120.00
		2	10%	\$ 1,200.00		\$120.00	\$240.00
		3	10%	\$ 1,200.00		\$120.00	\$360.00
		4	10%	\$ 1,200.00		\$120.00	\$480.00
		5	10%	\$ 1,200.00		\$120.00	\$600.00

Proyección de Gastos de Permisos e Impuestos

Descripción	1 AÑO												2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
	1 TRIMESTRE			2 TRIMESTRE			3 TRIMESTRE			4 TRIMESTRE						
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES				
Municipio	\$ 25.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$25.00	\$ 26.01	\$ 26.53	\$ 27.06
Superintendencia de Compañías	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$ 17.00	\$ 17.34	\$ 17.69
Universidad de Guayaquil	\$ 34.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$34.00	\$ 35.37	\$ 36.08	\$ 36.80
Bomberos	\$ 20.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$20.00	\$ 20.81	\$ 21.22	\$ 21.65
Letrados y Rébulo	\$ 10.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$10.00	\$ 10.40	\$ 10.61	\$ 10.82
Permiso de funcionamiento	\$ 80.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$80.00	\$ 83.23	\$ 84.90	\$ 86.59
Tasa de habilitación del negocio	\$ 200.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$200.00	\$ 204.00	\$ 204.00	\$ 204.00
Total Gastos de Permisos e Impuestos	\$ 369.00	\$0.00	\$369.00	\$ 376.38	\$ 376.38	\$ 376.38										

Incremento en Gastos de Impuestos	Porcentaje
2 AÑO	2%
3 AÑO	2%
4 AÑO	2%
5 AÑO	2%

Proyección de Ingresos

	1 AÑO												2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	
	1 TRIMESTRE			2 TRIMESTRE			3 TRIMESTRE			4 TRIMESTRE							
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES					
Cilentes	10	20	30	40	50	60	70	80	80	80	80	80	660	782	899	1079	1295
Precio de Venta	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 165.00	\$ 178.55	\$ 183.61	\$ 188.12
Total Ventas	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,500.00	\$ 6,000.00	\$ 7,500.00	\$ 9,000.00	\$ 10,500.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 128,030.00	\$ 158,771.42	\$ 198,146.73	\$ 244,908.35
Ventas al Contado	\$ 800.00	\$ 1,600.00	\$ 2,400.00	\$ 3,200.00	\$ 4,000.00	\$ 4,800.00	\$ 5,600.00	\$ 6,400.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 77,418.00	\$ 95,262.85	\$ 118,888.04	\$ 146,945.61
Ventas a Crédito	\$ 700.00	\$ 1,400.00	\$ 2,100.00	\$ 2,800.00	\$ 3,500.00	\$ 4,200.00	\$ 4,900.00	\$ 5,600.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 51,612.00	\$ 63,508.57	\$ 79,258.69	\$ 97,962.74
70% de entrada	\$ 420.00	\$ 840.00	\$ 1,260.00	\$ 1,680.00	\$ 2,100.00	\$ 2,520.00	\$ 2,940.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 36,128.40	\$ 44,456.00	\$ 55,481.08	\$ 68,574.82
30% a 30 días	\$ 180.00	\$ 360.00	\$ 540.00	\$ 720.00	\$ 900.00	\$ 1,080.00	\$ 1,260.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 15,483.60	\$ 19,052.57	\$ 23,777.61	\$ 29,389.12

Crecimiento en Ventas	Incremento de Precio
2 AÑO	10%
3 AÑO	15%
4 AÑO	20%
5 AÑO	20%

Ventas al Contado	60%
Ventas a Crédito	40%